

1 Resultados del proceso de participación

El proceso de participación, como ya se ha indicado, ha servido tanto para poder precisar el diagnóstico como para poder determinar las líneas de actuación a futuro de la Asociación. En este apartado se abordan los resultados obtenidos en cada una de las actuaciones de participación desarrolladas y una primera aproximación a su interpretación. Estos datos se han utilizado para las conclusiones del diagnóstico y el análisis DAFO.

1.1 Encuesta a beneficiarios

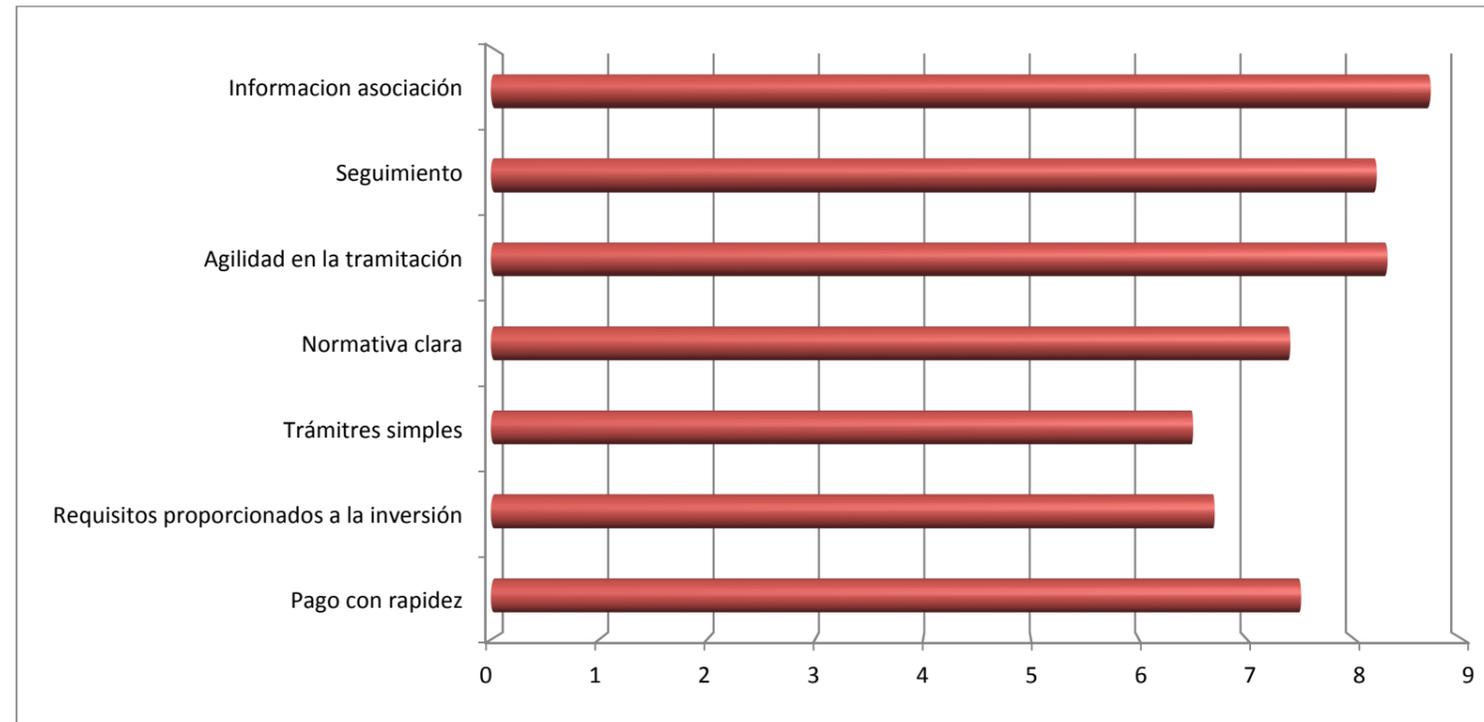
Se realizó una entrevista telefónica a todos los beneficiarios de ayudas para poder conocer la valoración de su experiencia con el programa, la utilidad de la ayuda y su opinión sobre la gestión. Se obtuvieron finalmente 45 encuestas.

La primera parte de la encuesta se orientaba fundamentalmente a su opinión sobre el proceso de tramitación de la ayuda. Los principales resultados fueron los siguientes:

Respecto a la atención recibida al inicio de la tramitación de la ayuda por parte del personal de ADRA, el 60% de los usuarios se encuentra muy satisfecho, pero en cinco casos (un 11%) se produce un suspenso o aprobado justo¹. La valoración media de este punto sitúa la atención inicial del programa en un **8,8**, una puntuación que demuestra un amplio grado de satisfacción.

¹ En las encuestas realizadas sobre temas que provocan en el entrevistado una reacción positiva, como es el caso de la concesión de una subvención, el aprobado se sitúa en 7. El 10 representaría un completo nivel de satisfacción, el 9 una satisfacción elevada y el 8 una satisfacción media o mejorable. Consideramos valores con un resultado de satisfacción elevado a partir del 8,5.

Gráfico 1: Puntuaciones medias de los indicadores de gestión de ayudas.



Elaboración propia

El seguimiento realizado durante la realización del proyecto presenta unos resultados inferiores. En este caso un 26,7% de los promotores suspenden la gestión desarrollada. La nota media se queda en un 8,2, un valor de satisfacción moderado.

En la agilidad de la Asociación a la hora de tramitar el expediente volvemos a encontrar un porcentaje de usuarios que aprueban por la mínima o consideran no satisfactorio el proceso, un 20%; por el contrario un 46,6 % lo consideran muy satisfactorio. La puntuación de valoración media de este punto se sitúa en un 8,4.

Por lo que respecta a si la norma es clara o no a la hora de poder abordar la tramitación de la subvención, aparecen unos resultados no especialmente positivos. La nota media se sitúa en 7,4, un aprobado justo. Un 28,9% de los entrevistados puntúa con un 7 o menos este apartado. No obstante un 26% considera que la normativa es suficientemente clara.

Los trámites para la gestión de la ayuda alcanzan tan solo una puntuación de 6,6. Un elevadísimo 73,3% puntúan con 7 o menos de 7 este apartado. Parece claro que se hace necesario revisar el procedimiento de tramitación. Aunque necesariamente este tiene que tener una cierta complejidad para poder garantizar el buen uso de los fondos públicos, parece evidente a la vista de estos resultados que es preciso facilitar los trámites y/o explicar mejor las causas de tener que realizar unos procedimientos administrativo que son percibidos como verdaderamente engorrosos.

Tampoco se obtienen buenos resultados en la pregunta si los requisitos y condiciones para la concesión de la subvención son proporcionados a la inversión proyectada. En este caso la puntuación se queda en 6,7, como en el caso anterior un resultado justo. El 46,7% puntúa en el aprobado justo o por debajo de él, y un 6,7% marca la mínima puntuación.

Respecto a las dificultades encontradas para poner en marcha su actividad, el 35,6% de los encuestados que responden hacen referencia al retraso en la obtención de licencias y permisos, un 33,3 % las ayudas públicas insuficientes y un 31% la dificultad de acceso al crédito. El 24,4% de los encuestados indica entre los problemas la falta de financiación propia, y un 13,3% el compromiso de creación de empleo. Los trámites administrativos parecen ser el principal problema a la hora de poder poner en marcha los proyectos, aspecto que quizá fuera necesario analizar para el próximo proyecto a la hora de poder apoyar en esta tramitación a los beneficiarios.

Si comparamos el dato con los resultados anteriores, podemos ver que la tramitación y una necesidad de acompañamiento durante la tramitación parecen ser factores claves a la hora de poder abordar la puesta en marcha de iniciativas y la tramitación de ayudas, por lo que es de interés el valorar la posibilidad de realizar un mayor apoyo desde el grupo a la gestión de los trámites que realizan los beneficiarios.

Gráfico 2 Dificultades para la puesta en marcha del proyecto.

Elaboración propia

Respecto a la rapidez en el pago hay una gran disparidad de criterios. Un 43% de los encuestados los considera muy adecuados, mientras que 34% otorga un suspenso al plazo. En cualquier caso, la puntuación media es de un 7,5. Un 68,9% de los beneficiarios considera que el plazo de pago adecuado debería ser de 1 mes desde la entrega de la justificación, plazo que parece de difícil cumplimiento. Un 20% considera que un plazo adecuado podría ser de 2 meses y un 11,1% considera que el plazo óptimo sería de 3 meses, mientras que nadie hace referencia a plazos superiores.

Sobre la cuantía de la ayuda el 55,6% considera que no es suficiente para su proyecto, aunque un 29,9% está completamente satisfecho con la ayuda recibida. La ayuda ha sido definitiva en un 41% de los casos (sin ella no se hubiera puesto en marcha el proyecto) y para el 31% la concesión de la ayuda les ayudó a conseguir la financiación externa necesaria para llevar a cabo su proyecto.

Respecto a los criterios más importantes a la hora de determinar la cuantía de la ayuda, la valoración por parte de los usuarios, indica que el empleo es el factor más valorado con una puntuación del 8,2. El segundo criterio más valorado es el de la viabilidad económico financiera, con una valoración de 8. Por debajo queda la repercusión social del proyecto (7,9), la relación inversión-empleo (7,8), la innovación dentro del contexto de lo local (7,7), el menor impacto ambiental (7,1) y en último lugar aparece el tipo de promotor con una puntuación del 5,4. La baja puntuación de este último criterio es bastante dispar con las recomendaciones de apoyo a determinados colectivos.

Por lo que se refiere al tipo de ayudas, las ayudas directas a fondo perdido son sin duda las preferidas (9,1 de puntuación). En segundo lugar aparece la agilidad en plazos administrativos que, como se recordará, era una de las reclamaciones citadas anteriormente, seguido del apoyo técnico y acompañamiento con el 8,1. Los últimos lugares son ocupados por los créditos reembolsables (8) y la búsqueda de inversores de proximidad o externos (6,5).

Sobre la motivación para ubicar su iniciativa en el medio rural, 26 de los 45 entrevistados refieren que la hacen por ser la ubicación óptima para la actividad, y tan sólo 3, por poder recibir una ayuda pública.

Gráfico 3: Motivación para elegir el medio rural para instalar su actividad

El 84,4% de los entrevistados manifiesta que si volvería a repetir la experiencia y un 64,4% manifiesta que tiene previsto realizar nuevos proyectos en los próximos años. Los que especifican en que sector se decantan por turismo y sector vitivinícola, aunque existen respuestas individuales sobre temas como ganadería, medio ambiente, agricultura e industrias agroalimentarias.

1.2 Encuesta ruta del vino

Se ha realizado una encuesta on line a todos los asociados a la Ruta del Vino de Rioja Alta para conocer su opinión sobre algunos aspectos relacionados con la planificación de acciones de cara al próximo periodo del programa Leader. La idea era poder concretar algunas de las actuaciones a desarrollar dentro del programa desde acciones que, de manera prioritaria, se desarrollarán desde el propio grupo de acción local.

Se obtuvieron 29 respuestas sobre el cuestionario.

La primera pregunta hacía relación a la prioridad que otorga a la puesta en marcha de acciones sobre algunos temas.

Gráfico 4 Acciones prioritarias para desarrollar en el territorio

Elaboración propia

El trabajo en redes sociales fue con diferencia el aspecto más valorado, seguido por la programación de eventos. Los cuatro que obtuvieron una peor valoración fueron contratar publicidad en medios especializados, editar material promocional impreso, realización de presentaciones en origen y crear apps.

Se preguntaba igualmente sobre qué aspectos se deberían mejorar de las actuaciones que se están desarrollando en la actualidad.

Gráfico 5 Acciones a optimizar de entre las que se realizan en la actualidad

Elaboración propia

Parece claro que existe una necesidad de mejora de los servicios de información a los usuarios finales. Como se describe en otro punto de este documento, durante las sesiones de participación el tema de la información turística salió en numerosas ocasiones. El trabajo en redes sociales es otra de las constantes en las peticiones de los promotores, aspecto que cada vez recibe una mayor atención por parte de los promotores.

Gráfico 6 Acciones tendentes a mejorar la comercialización

Elaboración propia

Parece existir un amplio consenso sobre el tema de disponer de una herramienta de comercialización conjunta desarrollada desde la ruta y destinada a sus socios. El segundo punto se refiere a desarrollar productos desde la propia ruta.

En una posición intermedia queda el tema de la constitución de una agencia de viajes que sirviera para dar cobertura a las acciones de los socios y que además fuese gestionada por la propia ruta. Esta iniciativa surge ante la dificultad de los establecimientos de poder desarrollar productos turísticos paquetizados, posibilidad de negocio que podría ser de interés para los usuarios.

Este tema surgió en los debates de las sesiones de participación. Parece haber una voluntad de trabajar en los sistemas de comercialización conjunta, sin embargo no termina de aclararse de una manera precisa cómo se podría estructurar esta comercialización ni a que compromisos están dispuestos a llegar los empresarios. El tema de la creación de producto parecía mucho más sencillo de abordar y con un posicionamiento más claro por parte de los promotores.

En la encuesta se planteaba que mercados internacionales convenía plantearse para empezar a trabajar la promoción internacional. Reino Unido y Alemania han sido con diferencia los emisores más seleccionados, seguidos de EE.UU y Portugal.

Gráfico 7 Mercados emisores preferentes para iniciar acciones de comercialización

Elaboración propia

Hay unanimidad sobre la necesidad de trabajar en el paisaje como factor importante del desarrollo turístico de la zona.

Por último se recogían una serie de propuestas variadas entre las que podemos distinguir las siguientes:

- Mejorar y difundir la red de miradores.
- Difundir y ampliar la red de senderismo y rutas de bicicleta.
- Mejorar la señalización.
- Mejorar la conservación de edificios y limpieza, en especial en los cascos históricos.
- Limpieza de los entornos.
- Realizar eventos y jornadas de puertas abiertas.
- Fotografías del paisaje.
- Potenciar la visita a viñedos y al patrimonio del vino de campo. como lagares o guardaviñas.

1.3 Encuesta general

Para conocer algunos aspectos sobre el medio rural y la opinión que sobre los mismos tiene la población local se realizó una encuesta con preguntas de carácter general. El objetivo principal de esta encuesta era poder disponer para el diagnóstico de la valoración que de la situación general tienen los habitantes de la zona y ver si en general esta información era o no coincidente con los datos obtenidos en el estudio de situación desarrollado.

La población local conoce la existencia del programa Leader, pero el porcentaje de información puede ser ampliamente mejorado. No obstante para ser el primer periodo de aplicación en la zona, los resultados parecen razonables. El conocimiento del programa no implica la disponibilidad de mucha información sobre el mismo. Sólo el 36% de los entrevistados parece tener una información suficiente y un 28% refiere tener poca información. El 36% de los entrevistados manifiesta no tener información alguna al respecto. Esto indica no obstante que las personas que conocen el Leader tienen en general información y la mitad de ellos, información suficiente. No obstante parece necesario poder plantear una estrategia de comunicación para el próximo periodo que permita una mayor penetración de la Asociación y del programa entre la población local.

Gráfico 8 ¿Conoce el programa Leader?

Elaboración propia

Gráfico 9 ¿Tiene información suficiente sobre el programa?

Elaboración propia

A la pregunta de cuáles son los principales sectores del territorio, Agricultura y la actividad vitivinícola y el turismo aparecen como los sectores preferentes. Es difícil determinar si la respuesta agricultura (se trata de una respuesta abierta) se refiere o no directamente al mundo de la viticultura o a la agricultura en general, mientras que las respuestas con referencia al vino hace especial mención a este subsector.

En todo caso hay que destacar la reducida importancia que se da a otros sectores y el claro peso que va tomando el turismo. El territorio, en opinión de los encuestados presenta una diversidad sectorial muy limitada. Sectores clásicos, como ha sido hasta hace poco la construcción o el comercio, hoy aparecen muy escasamente considerados, al igual que el sector agroalimentario, salvo en lo referente al vino. Asoma, aunque muy distante el sector servicios y sus diferentes subsectores.

Gráfico 10 Sectores más importantes del territorio

Elaboración propia

Por lo que respecta a los principales recursos del territorio, el campo aparece mucho más abierto. La vid y el vino aparecen claramente como el sector destacado, seguidos por el turismo. Pero aparecen con fuerza otros recursos como son el paisaje, que se sitúa en un nada desdeñables tercer lugar, siendo uno de los símbolos del territorio y elemento que parece llamado a convertirse en un objetivo territorial, y el patrimonio cultural.

Aparecen igualmente otros temas que no se habían planteado hasta ahora, como es el agua y el medio ambiente. Cabe destacar también la presencia de la gastronomía, que es percibido como un recurso, pero no como un sector de peso en el territorio en el momento actual (no se cita ni una sola vez en la pregunta anterior).

En el caso de la agricultura se hace referencia a algunos cultivos específicos además del cultivo de la vid. Se hacen varias referencias específicas al cultivo del olivo y a la producción de aceite (cultivo que por otro lado hay que decir que se ha incrementado notablemente en números relativos, y a hortaliza y frutales, de los que también se ha producido un importante crecimiento). Desaparecen sectores como la construcción/servicios inmobiliarios que en otros momentos aparecían como un sector fuerte. Tampoco se considera a la industria agroalimentaria como un sector importante, excepción hecha del vino y, como se ha comentado, la producción de aceite que empieza a surgir en el territorio.

Gráfico 11 Principales recursos del territorio

Elaboración propia

Dentro de las principales deficiencias del territorio podemos encontrar en primer lugar la pérdida de población que es percibido, con notable diferencia como la principal problemática actual. En segundo lugar se encuentran las razones económicas, como la dificultad de crear actividades empresariales y el paro. El resto de los temas son mucho menos valorados. Si preocupa el acceso a las nuevas tecnologías que, en este caso, sí parece ser una clara deficiencia a partir de los datos disponibles en este momento. Todos estos temas se relacionan con servicios a la población local que, aunque aparecen citados en numerosas ocasiones, no parecen al final ser factores determinantes, al menos en lo que se refiere a la percepción de los entrevistados.

En las respuestas abiertas, los entrevistados además de insistir en muchos de los indicadores anteriores, especialmente en los factores económicos, indican otra serie de temas, como la dificultad de acceso a la vivienda, deficiente puesta en valor del paisaje y el patrimonio, la poca diversificación de la economía, la conciliación de la vida laboral y familiar en el medio rural, dificultades de transporte público, falta de I+D+i en el medio rural, necesidad de nuevas estrategias de turismo y la falta de iniciativa empresarial en el medio rural. Como se ve, un amplio repertorio de elementos entre los que podemos destacar la necesidad de impulsar el turismo de otra manera, de forma que permita abrir nuevos campos económicos.

Se preguntaba igualmente cuales eran los principales problemas de la Rioja Alta. En este caso el envejecimiento de la población es el que aparece como elemento destacado, seguido de la dificultad de poner en marcha proyectos empresariales. El empleo y la despoblación pierden peso, y aparecen sin embargo como problemas la excesiva dependencia del sector vitivinícola y la falta de cuidado del patrimonio y de aspectos relacionados con la identidad cultural. La inmigración que en otros momentos aparecía como un problema ha desaparecido prácticamente como tal. Merece la pena destacar que para un 23,3% de los entrevistados es

un problema grave la falta de vertebración territorial y la debilidad del movimiento asociativo. Como otros problemas aparece la corrupción, el efecto frontera, poca vinculación entre el turismo y el mundo del vino, y la escasa atención a la conservación del paisaje.

Existe así una percepción diferente entre las problemáticas del medio rural en general y las específicas del territorio. Así, se considera más grave en el territorio el envejecimiento (un 61%) frente a la despoblación (34%). Llama la atención el tema del paro, que en este caso pierde muchas posiciones, ajustándose más a la realidad que nos ofrecen los datos. Sin duda es un tema preocupante el de la vertebración territorial que, a pesar de ser un tema no económico ni un problema de consulta habitual, es percibido como una deficiencia grave del territorio; el trabajo en vertebración territorial es un elemento fundamental dentro de cualquier estrategia Leader y pasa por un comportamiento interno modélico en lo que se refiere al funcionamiento asociativo que pueda servir de ejemplo y modelo. En este sentido será necesario revisar los funcionamientos internos de la asociación para que su comportamiento asociativo pueda servir como ejemplo o referencia.

Gráfico 12 Principales deficiencias del territorio (% por respuesta)

Elaboración propia

Gráfico 13 Principales problemas de La Rioja Alta (% por respuesta)

Elaboración propia

Los entrevistados destacan también algunos aspectos de carácter social de importancia, como son: escasos servicios sanitarios y sociales, los bajos salarios del sector del vino, excesiva mentalidad local, concentración de población en núcleos urbanos o cabeceras, individualismo en el planteamiento de estrategias, poca sensibilidad ambiental, poca sensibilidad con el paisaje y el patrimonio, y la falta de asociacionismo. Entre los aspectos sociales hay que destacar la existencia de una fuerte identidad local, el disponer de una economía saneada, la hospitalidad y la tendencia a la integración entre lo rural y lo urbano.

Cabe destacar entre los problemas sociales el tema de los servicios (aunque no existen referencias al problema de la escuela), y de nuevo el problema del asociacionismo y el individualismo, aspecto que parece tendrá que ser atendido en el próximo programa.

Sobre la despoblación del medio rural, los entrevistados refieren que la principal razón es la falta de oportunidades laborales (lo que contrasta con la realidad) y que la gente prefiere vivir en la ciudad. En tercer lugar, aunque muy alejado, aparece la escasa calidad de los servicios. El aspecto de la preferencia por vivir en la ciudad nos da una idea de una dimensión sociocultural del problema y no tanto económica o de servicios, aspecto que será necesario valorar en la estrategia. En el apartado de otros (con muy escasas respuestas) aparece dificultad de empleo femenino y falta de vivienda.

Gráfico 14 A qué atribuye la despoblación del medio rural (% por respuesta)

Elaboración propia

Respecto a los sectores que deberían impulsarse en el próximo programa, parece que existe una clarísima coincidencia en que el turismo es el principal sector al que dedicar los principales esfuerzos: de los entrevistados un 76,7% opina que es el sector de referencia. Le siguen a bastante distancia el medio ambiente, que es el sector que aparece en segundo lugar y el mundo del vino y las bodegas. Por detrás quedan agricultura e industria y desaparecen sectores como la construcción y el sector público.

Gráfico 15 Qué sectores considera que deben impulsarse en la zona en los próximos años. (% por repuesta)

Elaboración propia

Preguntados sobre cuales son los sectores que tienen una mayor capacidad de creación de empleo, las respuestas son similares en tendencias, pero con algunas variaciones. El turismo encabeza la lista, pero en este caso con un mayor número de respuestas positivas, alcanzando al 80,8% de los entrevistados. Parece evidente que el turismo es la actividad que en este momento genera una mayor expectativa en el territorio.

El segundo lugar como generador de empleo aparece el sector del vino; esta opinión es un tanto contradictoria con varios comentarios obtenidos en las entrevistas en las que se habla de una manera muy taxativa que el sector del vino genera empleo nuevo (en referencia al trabajo medianamente estable) y que además, en general, es un trabajo no excesivamente bien pagado. El medio ambiente ocupa el tercer lugar, pero perdiendo peso sobre la manifestación de sector con interés preferente. La capacidad de creación de empleo de la agricultura es seleccionada como uno de los sectores empleadores tan solo por un 30,1% de los entrevistados. Al resto de los sectores se les atribuye una capacidad empleadora muy escasa a corto y medio plazo.

Gráfico 16 Sectores que considera que van a generar más empleo en los próximos años

Elaboración propia

Se preguntaba también por las acciones prioritarias que debería abordar el programa. De nuevo son las actuaciones en materia de turismo las que alcanzan un mayor protagonismo, siendo la respuesta marcada en un 67,1% de los casos, dato en todo caso sensiblemente inferior a los aparecidos anteriormente. El 52% de los entrevistados optan por la conservación del patrimonio cultural. En tercer lugar aparece el apoyo a la comercialización de productos locales. La tabla resultante es un tanto diferente a los datos analizados por entrevista y que se analizarán más adelante. En las mismas se otorga una especial importancia a aspectos relacionados con la dinamización y la vertebración social del territorio y a la protección y difusión del paisaje.

Gráfico 17 Proyectos prioritarios para desarrollar en el próximo programa.

Elaboración propia

Respecto a las actuaciones desarrolladas por el programa en el periodo que estamos cerrando, dos son las tipologías que más destacan, las ayudas a inversiones privadas y las acciones de promoción del turismo (a pesar que en este capítulo el gasto ha sido relativamente reducido). El tercer lugar lo ocupa el apoyo a inversiones públicas, sólo seleccionado por el 32,9%. Hay que destacar que un 17,8% manifiesta no conocer ninguna de las actuaciones financiadas por el programa. El 78,3% de los entrevistados conoce la ruta del vino de Rioja Alta, una cifra elevada que demuestra la receptiva hacia la iniciativa.

La iniciativa de la candidatura a paisaje de la humanidad ha sido acogida muy favorablemente, aunque el 80,6% de las personas lo valoran como de interés para el sector turístico y un 44,4% estiman que su conservación es una obligación moral para los habitantes del territorio. Un 34,7% de los entrevistados lo consideran fundamental para la imagen de la actividad vitivinícola.

Se planteaba también a los entrevistados una pregunta abierta para que pudieran hacer todo tipo de sugerencias. Algunas de ellas son las siguientes:

- El monocultivo del vino es un problema que hay que tratar de solucionar buscando nuevas iniciativas.
- Hay que impulsar proyectos económicos relacionados con el medio ambiente.
- El turismo es un factor clave que se relaciona con el paisaje y con el patrimonio; si no se cuidan estos, el enoturismo tendrá problemas.
- Hay que orientar el programa a la iniciativa privada y especialmente a desarrollar proyectos productivos.
- Apoyo a la gente joven que se quiera instalar en la zona y, en especial tratar de apoyar a jóvenes agricultores y personas con proyectos innovadores que diversifiquen la economía.

1.4 Resultados de las entrevistas

Se han realizado entrevistas en profundidad (10, dos de ellas con varios agentes, con un total de 15 entrevistados) a diferentes agentes del territorio (4 alcaldes, 5 empresarios y/o personas, 3 entidades y 2 miembros de la administración regional). Estas entrevistas se han procesado mediante una metodología de análisis cualitativo (teoría fundamentada) que permite poder desarrollar un sistema de clasificación y valoración de las opiniones mediante un sistema de indicadores y variables ponderadas. Esta metodología es de alta fiabilidad (se considera para universos complejos que entre 10 y 12 entrevistas son representativas de las opiniones generales siempre que se seleccionen adecuadamente los informantes) y permite procesar e interrelacionar una gran cantidad de datos. Las entrevistas se marcaron con una duración de una hora (que fue superada tan solo en tres ocasiones; la determinación de un tiempo fijo tiene interés para valorar el peso de las diferentes opiniones). El tratamiento de las entrevistas ha sido anónimo, de manera que en los resultados que se reflejan a continuación el tratamiento ha sido integrado, no existiendo manera de identificar la procedencia de las informaciones; esta garantía de anonimato permite que los entrevistados puedan expresar sus ideas con completa libertad.

A continuación se exponen las principales conclusiones del trabajo; aunque la información recogida es más amplia, solo se hace referencia a los aspectos que, o por su peso específico en las entrevistas o por entender que es estratégico para algún aspecto pueden tener una repercusión directa en el programa (hay numerosos comentarios sobre aspectos generales del territorio que si bien aportan temas importantes de evaluación y diagnóstico territorial no son de aplicación en este programa).

En primer lugar comentar que hay una idea bastante general de que ADRA no puede ser exclusivamente un gestor de un proyecto concreto como la metodología Leader sino que tiene que tener vocación de convertirse en un apoyo al territorio; el proyecto se entiende así como un paso, de gran importancia pero solo un paso, para poder desarrollar una estrategia territorial. Se plantea que, desde este punto de vista, **la estrategia territorial tiene que ser más amplia que los propios límites del programa.**

Hay una amplia unanimidad en que el proyecto tiene que **orientarse fundamentalmente hacia el sector privado y las actividades productivas.** El tema del sector privado como prioritario parece un aspecto de consenso muy amplio entre los agentes, independientemente de su ámbito de actuación. Este es un dato que también se ha podido constatar en las reuniones de participación. La opinión general es que los ayuntamientos deben realizar solo proyectos que tengan una clara implicación en la estrategia general y que influyan claramente en el desarrollo de la misma, excluyendo los temas de carácter ordinario. En general se considera que **esta debe ser la base del proyecto.**

Además de este planteamiento de orientación hacia la iniciativa privada, hay también una coincidencia clara en lo que se refiere a que se apoyen especialmente los proyectos productivos. **La generación de economía y empleo son considerados unánimemente como los elementos fundamentales para garantizar el futuro del mundo rural (es universal la valoración de necesario, no así la de suficiente).**

Más adelante se aborda el tema de los sectores que parecen prioritarios, pero hay que destacar la opinión de que el proyecto no debería orientarse exclusivamente a microempresas, sino que sería de interés poder incluir las miniempresas. La argumentación fundamental es que en el sector vino hay empresas que sobrepasan la condición de micro por poco, pero quedan excluidas del programa.

En esta misma línea está la opinión de que hay que limitar los proyectos municipales, aunque no hay unanimidad en cómo hacerlo. Se plantea desde la limitación del presupuesto dentro del global del proyecto o limitar el porcentaje de ayuda hasta desarrollar unas tablas de acciones concretas que puedan ser subvencionadas. Esta última línea (con variaciones, pero básicamente orientada en esta idea) parece ser la mayoritaria.

Todos los proyectos tienen que sumar en la línea de favorecer la estrategia de desarrollo que se marque y no tatar de cubrir todos los frentes posibles, ya que esto no es posible. Hay que trabajar con la idea de que **no estamos ante un proyecto genérico sino específico** y que esta especificidad se marca en la estrategia. Esto

obliga a trabajar de una manera más precisa la planificación, tanto de las acciones como de los temas organizativos. En este campo hay también una amplia unanimidad. Del mismo modo existe una opinión generalizada de no aceptar proyectos que no encajen con las estrategias generales.

El tercer aspecto que ha resultado más comentado en las entrevistas es la necesidad de que el grupo se convierta en un **agente real del territorio, con una vocación de representación de los intereses de la población local**. Se plantea de esta manera que el Leader y la asociación tienen que ser reivindicativos y trabajar por resolver problemas del territorio, aunque queden fuera de los ámbitos subvencionables por el proyecto. En este sentido hay una especial sensibilidad con tres aspectos concretos:

- Servicios a la población, entendiendo que en buena parte de ellos el programa no tiene capacidad para operar, pero que son sin embargo imprescindibles para la consolidación de la población en los pueblos de la zona. Si hay economía pero no hay servicios, el sistema no funcionará.
- Defensa del patrimonio y del paisaje, como elementos representativos del territorio, factores fundamentales de identidad, activos del territorio y por la responsabilidad de conservación para las futuras generaciones. En este campo el programa puede desarrollar algunas actuaciones, pero tanto el planteamiento de criterios de conservación e intervención como el abordar determinados proyectos de gran envergadura exceden la capacidad financiera del programa, pero no así los intereses de los socios.
- Conservación y mejora del medio ambiente, tanto en lo referente a la protección del medio natural como a las acciones tendentes a la calidad ambiental. En este caso el programa también puede desarrollar algunas acciones, pero las intervenciones necesarias en general tienen un concepto más general que el establecido por el desarrollo Leader y afectan a grandes proyectos, infraestructuras y algunos servicios. Como en el caso anterior, la sensibilidad de la población sobre este tema obliga a que la asociación mantenga una actitud activa en la protección ambiental del territorio.

Se ha planteado de manera repetida dotar a la asociación de **un cierto carácter reivindicativo** en los temas que puedan afectar al territorio. Hay una clara unanimidad en que la asociación no puede ser exclusivamente una mera oficina de tramitación de subvenciones, sino un espacio de encuentro y trabajo que permita mejorar la cohesión social y vertebrar al territorio que, en general, se percibe un tanto desestructurado. Esta posición se debe realizar para que sea real y útil desde una postura de independencia, que viene marcada por la diversidad de agentes incluidos en la entidad.

Para alcanzar esta independencia la asociación tiene que basarse en una absoluta transparencia en sus acciones y estrategias. La participación y la difusión de la información debe ser continua. Es necesario establecer calendarios de reuniones, implicar en las mismas y en la toma de decisiones a los agentes, y generar debate sobre proyectos y posicionamiento general de la asociación. El funcionamiento de la asociación no se puede limitar a las reuniones obligatorias o, como sucede en ocasiones, ni siquiera eso, sino que es necesario generar otro tipo de dinámicas internas. Se plantea como necesario trabajar esta mayor dinámica interna con la dinamización de los órganos de gobierno y con grupos de trabajo específicos para los temas de interés, así como el desarrollo de actividades propias: hay que implicar a los socios y, en general, a la sociedad, y para ello el ritmo de operación y la implicación en la toma de decisiones debe ser constante. Por otro lado hay que trabajar en implicar a los representantes de las entidades, pero no sólo a ellos, sino también a todos los miembros de dichas organizaciones.

Los procesos de **gestión internos tienen que ser claros y transparentes**. Existe una reclamación de disponer de una mejor y más concreta información que pueda ser conocida y utilizada por socios y miembros de los órganos de gobierno de la asociación. Este aspecto está muy relacionado con el tema de reforzar el funcionamiento de la asociación.

Existe por parte de algunos sectores una queja sobre lo que se considera intervencionismo, tanto del Gobierno Regional como de los ayuntamientos y su presencia en el Comité de Seguimiento y Junta Directiva. Hay una clara voluntad de que el proyecto y la asociación mantengan su independencia en todos los niveles de funcionamiento y decisión.

Se plantea además, también de una manera muy generalizada, que será necesario que el grupo asuma protagonismo a la hora de abordar algunas acciones concretas como por ejemplo la promoción territorial, la promoción turística, la animación socio cultural y algunas acciones relacionadas con el paisaje y el patrimonio.

Preocupa el problema de la **pérdida de población**, aunque se plantea que la posibilidad de frenar esta tendencia es muy complicada. Algunos entrevistados han manifestado la esperanza de que la crisis hubiera facilitado la vuelta al medio rural de parte de la población, pero finalmente esto se ha producido de forma mínima. Sin embargo la crisis ha provocado la marcha de un buen número de inmigrantes, lo que complica más la situación. La mejora de las comunicaciones y la proximidad de núcleos de población como Logroño o Haro hacen que la población prefiera finalmente residir en estas localidades. Se plantea entonces que, sin renunciar a la estabilidad de la población, hay que trabajar **fórmulas innovadoras de revitalización** del medio rural.

Estos procesos de revitalización se han planteado en las entrevistas mediante cuatro estrategias que deberían desarrollarse en el programa:

- La **creación de empleo y oportunidades de trabajo** que, aunque en ocasiones no sean determinantes para fijar la población, vinculen a las personas y familias con la realidad rural.
- La difusión del **paisaje y del patrimonio como elementos comunes capaces de generar vínculos** con la población que tiene o ha tenido relación con las localidades.
- La **atención de los mayores** en sus localidades, lo que favorece la relación de las familias con el medio rural.
- La reivindicación del medio rural como lugar con determinados valores que otorga a las personas que están relacionadas con él un cierto grado de exclusividad. **La vinculación de lo rural como elemento de orgullo y valor diferencial.**

Se establece casi de manera unánime una vinculación directa entre la **falta de servicios** y la voluntad de abandono del medio rural. En todo caso varios entrevistados manifiestan la imposibilidad de trabajar desde el programa en la mejora de estos servicios generales bien por estar fuera de su alcance real presupuestario, bien por considerar que no entra dentro de los objetivos del programa. Si se plantea sin embargo el papel que la asociación puede jugar como colectivo que detecte necesidades, las transmita a los responsables correspondientes y trate de influir para que se pongan en marcha.

Por otro lado se hace referencia a algunos factores en relación con los servicios generales entre los que se incluyen como más comentados el acceso a las nuevas tecnologías y la oferta de ocio, especialmente cultural. En la relación con las **nuevas tecnologías**, en general, no se considera como un condicionante definitivo para el desarrollo económico de la economía, pero sí como un factor limitante de la competitividad. Mejorar el servicio deber ser un objetivo porque además en el futuro las comunicaciones irán alcanzado un mayor protagonismo en todos los ámbitos y no se puede plantear un escenario futuro sin una mejora en este campo. Se detecta también un déficit en materia de manejo de estas tecnologías, incluso en empresas de un cierto tamaño. Se plantea que es necesario un esfuerzo de difusión de las posibilidades y de formación para un mejor uso de las mismas.

Una de las razones que se plantea como causa de la despoblación es la falta de ocio para la población juvenil, especialmente de **ocio cultural** y deportivo. SE percibe en general como un problema, pero el peso específico que los diferentes agentes le otorgan es muy diferente: desde los que piensan que es poco trascendente en el proceso de pérdida de población, hasta los que le otorgan un gran protagonismo. Consecuencia de esto es la importancia que se le da por los diferentes entrevistados dentro de la estrategia, aunque si parece haber una tendencia en que se le tenga en cuenta. También en que la industria cultural puede ser un motor de economía, bien directamente (generando empresas y empleo directo), bien indirectamente (como generador de valor añadido al territorio).

Algunas de estas acciones han sido expuestas en las definiciones teóricas desde el Leader I, otras aparecen como argumentos o herramientas nuevas, pero en general, las tres últimas se integran en los que Vachon² denomina “refuerzo de la sensación de pertenencia”, aspecto que este autor considera imprescindible para poder romper el círculo vicioso que genera el desarrollo rural. Parece claro por la información obtenida en las entrevistas que la población de la Rioja Alta tiene presente de manera clara que es imprescindible establecer vínculos entre las personas y su territorio como paso clave a la hora de poder establecer procesos de desarrollo estables en el tiempo.

² VACHON, B. *El desarrollo local. Reintroducir lo humano en la lógica del desarrollo*. Trea, 2001

Esta estrategia de revitalización obligaría a **definir nuevos indicadores** que permitieran poder valorar esta situación y que no pueden limitarse al censo que es un tema muy limitado o al empleo generado. Sería necesario buscar otros referentes, aunque esta es una labor compleja que deberá ir desarrollándose a lo largo del periodo. Los indicadores clásicos solo nos ofrecen una información parcial de la realidad de un medio rural que está en un agudo proceso de cambio. En las entrevistas este aspecto ha sido también reiterado, hay que analizar la población, el empleo, el número de empresas creadas, nuevas incorporaciones al territorio, volumen de inversión privada, ratio inversión/empleo,... pero se ha indicado también que sería necesario buscar otros datos en relación con la calidad de vida, la vitalidad territorial, la presencia en la vida regional y nacional,...

Un aspecto que preocupa a un elevado número de entrevistados es **la concreción a la hora de determinar qué es subvencionable** y que no. En determinados casos surgen dudas de si determinados proyectos forman parte o no de la estrategia, en especial en lo referente a proyectos municipales, proyectos relacionados con el patrimonio cultural y proyectos no productivos. También con algunos proyectos productivos que no son coincidentes con la estrategia general (por ejemplo un pequeño taller de televisiones que no encaja con las líneas temáticas del programa pero sí con la estrategia de apoyo a las micropymes). La opinión es que se trata de un problema complejo, pero que sería necesario matizar más las líneas de trabajo para poder ajustar bien el tema de las ayudas y que el proyecto no se convierta en una oficina de ayudas genéricas. En ocasiones se piensa que el sentido común debería ser el mejor consejero, pero que, como esto no siempre se produce, se hace necesario cerrar el tema de las acciones y medidas subvencionables.

En este sentido se pueden incluir algunas aportaciones como³:

- No tramitar proyectos cuya ayuda sea inferior a los gastos de gestión que genera.
- No tramitar mantenimientos o gastos de reposición de maquinaria.
- No admitir proyectos en los que no se pueda comprobar si es ampliación o reposición de maquinaria.

En cualquier caso, parece que la elaboración de repertorios orientativos de proyectos que pueden ser considerados dentro de la estrategia parece ser una idea generalizada.

También se ha comentado (y así ha salido también en los talleres de participación), la necesidad de **revisar de alguna manera los criterios de evaluación de los proyectos**. En general se valoran estos como una herramienta fundamental a la hora de tratar de mantener criterios objetivables; en realidad se considera más importante que el tema de la evaluación conjunta en convocatorias al ser proyectos muy diferentes que no pueden ser comparados en una evaluación general⁴. Ni siquiera el tema del empleo, en opinión de varios de los entrevistados, puede ser considerado como un criterio de evaluación común, ya que hay determinados proyectos que tienen una serie de condicionantes a la hora de generar puestos de trabajo que no pueden ser comparados con otros. Esto hace que al final haya que replantearse si los criterios aplicados hasta ahora son los más idóneos. Aunque el haber aplicado los criterios con cierta rigidez genera la tranquilidad de haber puntuado los proyectos desde la misma perspectiva y con los mismos criterios, parece haber un amplio consenso en que la tabla se puede objetivar todavía más, teniendo en cuenta la experiencia adquirida y la realidad de la tipología y dimensión de los proyectos que se están presentando.

Un poco en la misma línea de proyectos a desarrollar ha surgido en numerosas ocasiones el tema de la **innovación**, como aspecto de difícil parametrización e, incluso, definición. Hay un consenso en considerar que innovación no significa necesariamente desarrollar proyectos tecnológicos o “ideas raras”. Puede haber innovación en todo: una nueva forma de plantear un problema, una nueva forma de gestión, una mejora metodológica,... El problema es como medir esto de una manera justa entre proyectos, aspecto sobre el que se considera que hay que trabajar para poder concretar.

³ Algunas de ellas están contempladas ya en los reglamentos.

⁴ Existe la opinión en algunos entrevistados de que son estos criterios los que otorgan la transparencia en la concurrencia competitiva. Son los criterios que, en temas muy dispares, tratan de aportar unos criterios comparables entre proyectos.

Un tema que ha suscitado un cierto debate (que como se verá se repitió en los talleres de participación) es el de **puntuación de medidas compensatorias a colectivos desfavorecidos o de compensación territorial**. La idea general es que se deben mantener este tipo de valoraciones en las tablas de puntuación pero que estos criterios deben tener un peso moderado a la hora de puntuar los proyectos, a fin de no perjudicar de manera importante a otros colectivos que, según la experiencia de otros años, constituyen la mayoría de los promotores que presentan proyectos. Existe la opinión que quizá este tipo de valoraciones tienen un peso específico excesivo en la puntuación general. Se plantea la posibilidad de arbitrar un sistema de puntuación que genere una ventaja a estos colectivos pero sin descompensar el cuadro.

Se plantea también la revisión de las medidas que afecten a los **objetivos transversales** propuestos por la Comisión: innovación (ya tratado), cambio climático y medio ambiente. En general las referencias al concepto de objetivos transversales ha sido escasa, pero si se han abordado de manera más frecuente algunos de los aspectos que se incluyen en estos conceptos como puede ser la eficiencia energética o la aplicación de medidas de mejora ambiental. Las opiniones se dirigen en la línea de concretar más los criterios. Se propone también que sean medidas de carácter transversal y que se procure poder desarrollar estas acciones en todos los proyectos.

Dentro de lo que afecta a los criterios de evaluación, ha salido en repetidas ocasiones la voluntad de que **se valore la viabilidad del proyecto**, aunque no ha habido propuestas concretas en cómo se puede hacer. La opinión es que un proyecto que parece tener un buen estudio de viabilidad, con una estrategia clara de negocio (o en su caso de la actividad) debe ser mejor valorado que otro. No se trata de que sea sólo una opción de corte, que se propone lo siga siendo, sino que además se pueda primar a aquellos proyectos que han trabajado bien este aspecto.

Ha habido también un consenso general en las entrevistas de reclamar **la compatibilidad de estas ayudas con otras que no incorporan en su cuadro financiero fondos europeos** y con las que, según la normativa general, podrían ser compatibles. El hecho de que esta sea una decisión potestativa de la Comunidad Autónoma y que la principal justificación sea la dificultad de gestión hacen pensar a un gran número de entrevistados que podrían arbitrase modelos de compatibilidad, más cuando el pago, según se ha propuesto, lo va a realizar la propia Consejería, con lo que el seguimiento y control debería ser más evidente.

Los **proyectos de cooperación** no han sido especialmente tratados en las entrevistas. En los casos que se ha comentado algún aspecto, estos se orientan a poder desarrollar acciones sobre proyectos comunes con los otros grupos, pero siempre y cuando sean auténticos proyectos de cooperación y no suma de proyectos individuales. En este sentido preocupan temas como el paisaje, la promoción del turismo y la gastronomía, los productos locales y la lengua castellana como recurso. También poder vertebrar proyectos en el eje del Ebro.

Por lo que se refiere específicamente a las **líneas prioritarias** de actuación de la estrategia, parece haber un amplio consenso en que el sector estratégico prioritario sobre el que hay que trabajar en los próximos años es el turismo y la realización de aquellas actuaciones tendentes a mejorar su funcionamiento. Es considerado (también salía este dato en las encuestas) como el sector que más empleo va a generar en los próximos años.

Al turismo se le ven muchas ventajas: la dinámica propia del sector y su nivel de inversión y empleo, la inyección de dinero externo que supone el gasto del turista, la posibilidad de reforzar la imagen de los productos locales, especialmente el vino, su carácter trasversal, la buena calidad de los recursos, el interés de la gastronomía local,... En general existe la opinión de que el turismo está funcionando razonablemente bien, pero que podría funcionar mucho mejor y que este tiene que ser el objetivo prioritario del programa.

El desarrollo del **turismo** implica diferentes cuestiones como son:

- Creación de nuevos productos.
- Inversión en nuevos servicios turísticos y mejora de la calidad de los existentes.
- Puesta en valor del patrimonio cultural que se considera como uno de los pilares fundamentales de la capacidad de atractivo de las localidades. En este sentido hay también un amplio consenso en que desde el punto de vista de conservación del patrimonio sólo se intervenga en elementos que realmente tengan capacidad de atractivo turístico. Igualmente se ha insistido en la necesidad de hacer accesible buena parte del patrimonio que en la actualidad no es visitable o lo es con mucha dificultad.

- Cuidado y puesta en valor del paisaje.
- Promoción, aspecto considerado como fundamental, con una especial dedicación a medios de comunicación y redes sociales.
- Mejora de los servicios de información.
- Redistribución de flujos turísticos por el territorio⁵.

No existe entre las mismas un orden de priorización, en general se hace referencia a todas aunque quizá sean los aspectos relacionados con la promoción en los que se ha insistido más. Se hace necesario, en todas las opiniones, mejorar mucho en este campo y que es necesario trabajar mucho en este campo si se quiere alcanzar buenos resultados. Para ellos se plantea que ademas sería necesario un cambio de estrategia en la comunicación orientándola a **emisores más distantes**, mejorar los sistemas de producción y crear **nuevos productos** y mejorar la **comercialización** (aspecto que no se concreta mucho). Se plantea de forma bastante frecuente que este sea una acción que lidere el propio grupo, especialmente a través de las rutas del vino.

En todo caso se ha planteado que sería recomendable contar con algunos asesoramientos externos para poder hacer un seguimiento y revisión de los proyectos de una manera adecuada. En el programa anterior ya se tomó esta opción sobre los proyectos que implicaban obra civil, pero puede haber otros que puedan necesitar de este tipo de asesorías.

Otro de los ejes que se han comentado de manera muy frecuente ha sido el de apoyo a las **producciones locales**. Por un lado orientados a nuevas formas de venta, especialmente venta a través de internet, tanto para el vino como producto estrella, como para otros productos. Hay una sensación general de que “faltan” productos locales en el catálogo. Y que sería interesante ampliar la lista, aunque no se aporta en general ninguna línea clara en este sentido. Se ha comentado el tema del aceite por ejemplo y el de artesanías no alimentarias, pero de una manera un tanto vaga.

Se han planteado líneas como la de favorecer **mercados locales** al estilo de los que hacen los franceses o los italianos en los núcleos turísticos (aunque en ocasiones se plantea que esto podría generar tensiones con el comercio local). Pero existe un convencimiento general de que hay que aprovechar el turismo como clientela a la hora de poder vender nuestros productos. En general se cree que el turista demanda este tipo de servicios y estaría dispuesto a gastar dinero en ellos.

Se considera también que es necesario realizar estudios sobre este tema para poder marcar líneas y favorecer estrategias. Se considera que no hay demasiada información sobre muchos de estos temas.

El **patrimonio y el paisaje** (este quizá en una proporción un poco menor) han sido otros de los temas que se han definido como imprescindibles. La idea de que no se puede dejar perder más patrimonio (que se ha perdido demasiado) es frecuente. Es necesario tomar medidas sobre este punto y en general se cree que ADRA podría jugar un papel muy importante. También en el tema de la identidad que genera un valor diferencial que puede ser de alto interés de cara a la competitividad del territorio.

Pero en general se vincula el tema de la conservación de **patrimonio y el paisaje con el de incremento de atractivo turístico** y, desde este punto, se cree que se debería trabajar de una manera prioritaria. En este sentido se han propuesto varias líneas:

- Trabajar solo en elementos patrimoniales que tengan un claro contenido turístico.
- Considerar el paisaje como un elemento transversal de valor añadido tanto para el turismo como para el vino.
- Que los proyectos incluyan un plan de gestión y uso público.
- Hacer pocas intervenciones pero buenas y representativas.
- Mimar los cascos históricos que en ocasiones se encuentran un poco abandonados.

⁵ En este aspecto y el siguiente conviene recalcar el malestar de buena parte del territorio con la oficina de turismo de Haro. El territorio entiende que esta oficina debe prestar un servicio comarcal y no exclusivamente (o casi) local. Según la mayor parte de las opiniones, el papel de Haro como cabecera de comarca obliga a que la actitud de esta oficina (la única estable del todo el territorio) juegue a favor de todo el territorio. SE entiende igualmente que, en turismo, cada vez es menos real el planteamiento de acciones exclusivamente locales y se debe trabajar desde una perspectiva de destino.

- Evitar impactos en el paisaje y, en la medida de las posibilidades, eliminar los existentes. Este último punto se considera que puede tener unos efectos demostrativos muy importantes.
- No trabajar con criterios estrictamente proteccionistas, sino también aplicados.
- Las intervenciones tienen que tener también un sentido para la población local. Este punto se considera fundamental porque no se puede trabajar en este tema sin integrar la voluntad de la población local; hay una gran unanimidad en este aspecto que se enfoca de diferentes maneras pero siempre con ese objetivo.

Se plantea también de una forma frecuente el hecho de tener que trabajar la idea de “**orgullo por ser del medio rural**”. Aunque no se termina de precisar si parece que un grupo de entrevistados otorga a este punto un especial interés. En este sentido se plantea que los elementos diferenciales pueden ser la “forma de vida rural⁶” y el patrimonio natural y cultural. Este orgullo se considera que puede ser fundamental en la vinculación de la población con su medio rural, incluso en aquellos casos en los que la persona ya no resida; se mantiene algún tipo de vinculación y además estas personas se convierten en embajadores del territorio.

Respecto **al funcionamiento del grupo** en el periodo anterior hay que hacer notar que es bastante satisfactorio. Destacan como elementos valorados:

- La proximidad en la toma de decisiones.
- La cordialidad en los órganos de dirección.
- Una amplia participación e implicación que en ocasiones se refiere como un factor diferencial con otros grupos.
- Un ritmo de trabajo estable.
- Libertad en las decisiones.

Como puntos más débiles del funcionamiento se plantea:

- Intervencionismo de la administración (aunque con carácter un tanto excepcional).
- Apoyar más a colectivos desfavorecidos.
- Tratar de establecer criterios que permitan a un proyecto aprobado, optar por porcentajes de subvención elevados⁷.
- Que a veces se presentan proyectos que quieren ser “coladeros” por la literatura⁸.
- Que con el funcionamiento actual algunas asociaciones no pueden optar a la ayuda por el porcentaje que se concede.
- La Junta y el Comité funcionan bien, pero la asamblea es muy pasiva probablemente por que le da poco juego. Hay una valoración general sobre este punto y una insistencia en que hay que trabajar e implicar más a los socios.

Una demanda general es que es necesaria más financiación a los grupos se de verdad se quiere que se transformen los territorios rurales desde un proceso de implicación. También, todos los entrevistados que han hecho referencia al tema consideran un error el pago de las ayudas por parte de la consejería para el próximo periodo.

⁶ En este sentido aparece un interesante punto de debate entre si verdaderamente es diferente la forma de vida en el medio rural. Incluso en la misma entrevista con el mismo informante en ocasiones se habla de que se debe trabajar en definir una diferencia y en otras que es buena asumir las formas de vida moderna o el desplazamiento a núcleos urbanos. Aunque solo se plantea con estos términos en algún caso, parece subyacer una preocupación por el diálogo rural urbano que se esta empezando a desarrollar.

⁷ Aunque se ha producido algún comentario en la línea de que de la manea actual se puede llegar a más beneficiarios.

⁸ En este sentido se hace referencia a que en general estos proyectos han sido desestimados, pero que quizá no deberían llegar ni al comité de seguimiento.

Se han expuesto varias opiniones respecto a que la estructura del grupo debería ser la mínima posible y que se debería realizar un control estricto de los gastos de funcionamiento. Esto se justifica de dos maneras, por un lado porque cuanto menos se gaste en funcionamiento, más recursos quedarán a la hora de poder desarrollar proyectos; por otro, por mantener una tensión en el equipo del proyecto que permita evitar mecanizaciones o rutinizaciones de los procesos.

También se plantea la necesidad de concreción en los procedimientos. Este concepto ha sido una constante (en el tipo de proyectos, en la estrategia y, ahora en los modelos de gestión y en la gestión y, en especial en la puntuación de los proyectos). La opinión generalizada es la de trabajar dejando capacidad de operación al comité de seguimiento, pero también con un marco de referencia bastante concreto. Se ha comentado en especial la necesidad de matizar de una manera más precisa los proyectos a los que pueden optar los ayuntamientos (tema en el que han surgido numerosos debates en el proyecto anterior) al igual que la medida de patrimonio en la que ha sucedido algo similar.

Se reclama también un manual de procedimiento claro y, dicho de diferentes maneras, una seguridad jurídica mayor tanto para el grupo como para los beneficiarios. De esta manera se considera que es necesario precisar bien los protocolos de trabajo y que sean conocidos, al menos en líneas generales por los órganos de gobierno de la asociación, por lo menos para tener un criterio más o menos completo del funcionamiento administrativo.

Además queremos hacer mención a algunas cuestiones a las que se ha hecho referencia en las entrevistas:

- Que se vuelva a la convocatoria abierta.
- Que se trabaje más en nuevos productos turísticos.
- Que se potencie la Ruta del Vino.
- Que se incluyan proyectos de formación⁹.
- Que se acelere la gestión de pagos y se faciliten las certificaciones parciales y/o los adelantos.
- Que se incluya como subvencionable el IVA para los ayuntamientos.
- Que se arbitren procesos para poder valorar adecuadamente el pago en especie y en determinados proyectos no productivos las nominas de los colectivos que participan.
- Que se trabaje más con las asociaciones del territorio.
- Que se realicen más proyectos de cooperación nacionales.
- Que se favorezca el trabajo en red entre los beneficiarios de las ayudas.
- Que se publiquen en la página los proyectos beneficiarios.

1.5 Principales conclusiones de las jornadas de participación

1.5.1 Conclusiones de la jornada de Briones

Abierto el debate, se establecen posibles líneas de actuación:

1. Proyectos de investigación sobre patrimonio cultural.
2. Intercambios culturales internacionales.

⁹ Este es un aspecto en el que se ha insistido con frecuencia a pesar de comunicar a los entrevistados que el programa no iba a entrar en esta línea y que todo los temas de formación deberían ir a la medida 1 o al Fondo Social Europeo. Se considera que es un aspecto fundamental que puede dar lugar a desarrollo de proyectos muy interesantes. Se pone como ejemplo el caso del curso de catering (lo citan varios entrevistados) y se insiste en la posibilidad de retomar la posibilidad de proyectos de formación.

3. Intervenciones sobre el patrimonio, sobre monumentos investigados previamente, que tengan características únicas y un atractivo turístico, pero poniendo condiciones a la hora de ser subvencionados (un ejemplo de ello es que los tengan abiertos).
4. Sistemas de uso turístico: interpretación y servicio público.
5. Rehabilitación patrimonial, principalmente en aquellos municipios con un urbanismo cuidado y tradicional.
6. Rehabilitación y compensación del paisaje, que últimamente ya es considerado como patrimonio.
7. Continuar con la línea de prioridad de las infraestructuras turísticas, alojamientos y restaurantes.
8. Promoción del territorio a nivel nacional e internacional, además de la creación de oficinas de turismo en determinados puntos del territorio con un compromiso de apertura todo el año y que además promocioe todo el territorio, incluso la creación de guías turísticas. (En la reunion se hace referencia a que desde que la oficina de turismo de Haro es municipal únicamente se promociona dicho territorio, viendo la necesidad de que desde la misma se distribuyese el flujo de visitantes por todo el territorio).
9. Cursos de formación, aunque se establece que los cursos de formación deberían ir por otra línea de subvenciones, el Fondo Social Europeo.
10. Que parte de las clases del master o Carrera de enología se impartiesen en Haro, como capital del rioja, de forma que además de crear riqueza económica en el municipio y comarca, se exportase cultura y tradición del rioja.

1.5.2 Conclusiones de la jornada de Casalarreina

Las líneas de actuación que se plantean como de mayor importancia a la hora de desarrollar el plan de acción son las siguientes:

1. Apoyo a la iniciativa privada sobre la iniciativa municipal, como ya se planteó en la reunion de Briones y en las entrevistas llevadas a cabo.
2. Financiación de proyectos de cooperación entre agentes de otros territorios, de forma que el territorio de Rioja Alta no se aisle en si mismo.
3. Mejorar la información turística del territorio a través de oficinas de turismo, redes sociales, apps,... Se vuelve a comentar la problemática de la oficina de turismo de Haro, siendo los presents los que reivindicar que sea una oficina comarcal y no municipal.
4. Apoyo a la creación de establecimientos turísticos: alojamientos y restaurantes, ya que se considera que el territorio todavía podría sostener más oferta alojativa y de restauración.
5. Inversiones sobre el patrimonio: patrimonio que sea visitable.
6. Desarrollo de proyectos de investigación: mercados, sistemas agrarios (se comenta a los presentes que el Leader no puede subvencionar este tipo de proyectos),..
7. Rehabilitación del paisaje, con la eliminación de impactos visuales y creación de miradores.
8. Promoción nacional e internacional del territorio, siendo los principals destinos Francia e Inglaterra.
9. Inversión en formación turística, de paisaje y patrimonial, de forma que seamos conocedores de nuestro patrimonio y pueda ser explotado correctamente, evitando la pérdida de competitividad.
10. Apoyo al sector agroalimentario: producción local y comercialización.
11. Asesoramiento y modernización (programas de calidad) para mejorar la productividad de los establecimientos o empresas que ya trabajan en el territorio.
12. Lucha contra el turismo ilegal. Y es que según los presentes en la zona están creciendo los alojamientos ilegales (establecen a modo de dato que en Haro las plazas ofertadas legales serán similares al número de plazas ilegales), que están haciendo mucho daño al sector, por lo que solicitan que se intente paliar el

problema desde la Asociación. En el debate surgido se indica que únicamente se pueden dedicar recursos humanos pero que podría ser una buena medida al tratarse de un entidad independiente la que hiciese seguimiento y la denuncia, evitando denuncias de particulares.

Además, se abre el debate sobre las tablas de baremación de cada expediente, de forma que se establece:

- Dar prioridad a los proyectos con viabilidad económica
- Seguir apoyando a los colectivos más desfavorecidos (mujeres, jóvenes y personas con discapacidad).
- Ampliar la lista de colectivos desfavorecidos, con la inclusión de parados de larga duración o parados, entre otros.
- Apoyar el autoempleo o la contratación de autónomos.

En este punto, se abre un debate sobre si el número de habitantes del municipio en el que se va a instalar el proyecto debería tener peso o no. De forma que para unos es fundamental apoyar los proyectos que se vayan a desarrollar en municipios pequeños o muy pequeños, además de tener en cuenta la viabilidad del proyecto, mientras que para otros, debería ser independiente el lugar en el que se vaya a desarrollar el proyecto siempre que el mismo sea viable, de forma que no se discriminaría positivamente a los proyectos desarrollados en municipios pequeños o muy pequeños. Se plantea igualmente la priorización a proyectos desarrollados por colectivos desfavorecidos; se plantea que el listado de colectivos desfavorecidos es un tanto injusto porque existen otros muchos colectivos que también se pueden considerar como desfavorecidos, siendo necesario revisar este criterio.

Otra de las conclusiones a las que se llega en esta reunión, es que debería haber variedad de tablas de baremación, de forma que valore adecuadamente los diferentes tipos de proyectos que se puedan presentar. De esta forma se eliminarían las tablas de productivo y no productivo, y debería irse a modelos de tablas para turismo, patrimonio,... de forma que cada proyecto se pueda comparar con los de características similares y se utilice una tabla lo más equilibrada posible para evaluar de una manera comparable todos los proyectos.

1.5.3 Conclusiones de la jornada de San Asensio

En la reunión de San Asensio, el tema principal fue el turismo, haciéndose referencia principalmente a la Ruta del Vino de Rioja Alta, de forma que los asistentes consideraron que las líneas de actuación del nuevo programa Leader deberían ir encaminadas a:

1. Mayor promoción directa del territorio, de forma que además, se intente promocionar todo el territorio desde Haro. (Vuelve a nombrarse la polémica con la oficina de turismo de Haro, y se vuelve a solicitar una promoción desde la misma de todo el territorio, de forma que se entienda que hay que hacer una promoción de todo el territorio en conjunto, no solo de Haro).
2. Realización de rutas con inclusión de productos en cada ruta, de forma que se conjugue gastronomía, deporte, naturaleza, patrimonio, turismo,... ofertando parte de los recursos que ofrece el territorio y que puedan ser atractivos para los visitantes.
3. Realización de mayor material promocional.
4. Organización de más eventos, repartidos por municipios y establecimientos.
5. Crear una red de estructura tematizada relacionada con el vino: barco del vino, tren del vino, bicicleta del vino,... que recorra todo el territorio.
6. Recuperación de barrios de bodegas, eligiendo los más emblemáticos o los que mayor atractivo puedan tener, pero de forma que se apueste por un producto y que se trabaje en él al 100%, dedicando presupuesto suficiente para llevarlo a cabo en las mejores condiciones.

1.5.4 Conclusiones de la jornada de San Vicente de la Sonsierra

1. Activar más la Ruta del Vino y los socios de la Ruta del Vino para competir con Rioja Alavesa.
2. Bodegas y agricultores como factor de protección del paisaje, lo que serviría como esfuerzo colectivo y el trabajo en equipo por un territorio, fomentando además el asociacionismo.
3. Fomentar la colaboración público-privada.
4. Retirar impactos visuales del paisaje, como balsas de riego de hormigón o similares, que se ven en un primer vistazo y que impactan con el paisaje que ofrece el territorio. Se habla de posibles alternativas, como el pintado o recubierto de las mismas, pero también se plantea que ya se planteó en el pasado y que la normativa de entonces no lo permitía.
5. Mercado de kilómetro 0, favoreciendo la venta de productos locales y artesanales.
6. Poner en valor el patrimonio diverso.
7. Guías de patrimonio, ya que se considera que a pesar de tener grandes recursos y muy atractivos, también debería ser muy importante tener a disposición del visitante personas formadas que fueran capaces de enseñar ese patrimonio haciéndolo más atractivo si cabe.

En la misma reunión se indica a los asistentes que además es necesario valorar las tablas de baremación, proponiendo debate sobre:

- Valoración del empleo, directo o proporcional: se decide que debería ser proporcional.
- Valoración de los colectivos desfavorecidos (jóvenes, mujeres o pueblos pequeños): se establece que debería seguir estando, pero no se habla de si fuese conveniente ampliar este grupo.
- Valorar más o menos el asentamiento de población: se establece que hay que valorar más a los proyectos que favorezcan ese asentamiento de la población en el medio rural.
- Valorar si hay que tener en cuenta el trabajo de autónomos como creación de empleo, y si se valora cómo debería hacerse y justificarse: se habla de que el empleo actualmente no está vinculado con el territorio pero que sí que debería valorarse, y que una forma de justificación podría ser adjuntando la factura y el justificante de pago de autónomos.