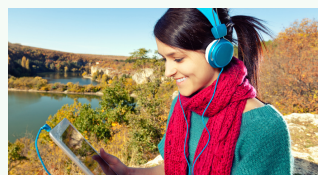
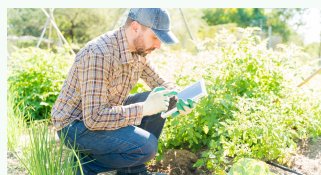




**CRE·A RURAL**

# ESTRATEGIA MUNICIPAL PARA LA ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO

GUÍA PARA LA AUTOEVALUACIÓN



# ÍNDICE

- Introducción: de la necesidad de esta guía.

1. Emprender en territorios rurales.

2. ¿Qué factores condicionan la atracción y retención de emprendimiento en entornos rurales?

- Vivienda y condiciones de vida.
- Suministros básicos.
- Conectividad en el medio rural.
- Educación.
- Sanidad.
- Movilidad: la accesibilidad en un medio rural.
- Ayuda al emprendimiento.
- Actividad Económica.
- Entorno natural.
- Entorno social.
- Ocio, cultura y participación ciudadana.

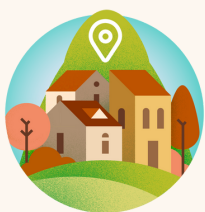
3. Un sistema de autoevaluación para tu zona:

- ¿Qué puede aportar ELE a tu municipio?
- Así funciona ELE.
- Preguntas frecuentes.

- Glosario de términos  
- Bibliografía  
- Universidades







# INTRODUCCIÓN: DE LA NECESIDAD DE ESTA GUÍA



La despoblación del medio rural es uno de los principales desafíos demográficos a los que se enfrentan las regiones españolas en los últimos años. Este desafío se intensifica con determinados indicadores demográficos en claro retroceso, como el envejecimiento de la población, la salida de población joven, la caída de la natalidad y la baja densidad demográfica.

Los territorios rurales buscan revertir esta tendencia, tratando de detectar qué factores pueden retener y atraer pobladores y frenar el acuciante problema de la despoblación. Un colectivo de especial importancia para este cambio de tendencia es el colectivo emprendedor, con capacidad de promover actividades económicas, generar empleo y asentar a la población de una forma más permanente.

Alcanzar este objetivo pasa por conocer a fondo nuestras potencialidades y carencias para poner en marcha acciones para luchar contra esa despoblación. La falta de empleo y la dificultad para el acceso a servicios básicos son otros de los retos a los que debemos enfrentarnos. La problemática y perspectivas de las diferentes regiones es muy variada, en incluso dentro de las regiones, se observan realidades territoriales muy diferentes entre sí. Esto hace necesario estudiar y plantear estrategias diferenciadas y específicas que se adapten a las necesidades de cada territorio incluso desde la escala local o supralocal.

Y aquí nace la necesidad de identificar y evaluar cuales son los factores que favorecen y permitan asentar población en un municipio. Con este objetivo se crea ELE (Ecosistemas Locales de Emprendedores), una herramienta de autodiagnóstico creada para concienciar y movilizar desde abajo, a la población y a los agentes sociales públicos y privados de nuestros territorios.



Esta guía pretende acompañar y complementar la aplicación ELE aportando información base sobre los indicadores clave, así como de criterios y propuestas alternativas de mejora de esos factores con el objetivo de afianzar esa concienciación y acción por parte de los que actuamos y vivimos en el medio rural.

Esta guía es una de las acciones desarrolladas por los Grupos de Acción Local que participan en cooperación leader dentro del proyecto denominado CRE-A RURAL: Red Valenciana Rural de emprendimiento:

- Gal Asociación para la Sostenibilidad e Innovación Rural – ASIR,
- Gal Rural Muntanya d'Àlacant Muntanya D'Àlacant
- Gal Rurable
- Gal Castellón Sur 14-20

En ella han colaborado expertos universitarios de las siguientes universidades:

- Universidad de Alicante - Departamento de Geografía Humana
- Universidad de Valencia - Grupo de Investigación de Desarrollo Rural UDERVAL
- Universitat Jaume I de Castellón - Grupo DESiRES
- Universidad Miguel Hernández - Grupo de Investigación CIAGRO





CAPÍTULO 1

# EMPRENDER EN TERRITORIOS RURALES



CRE-A RURAL



# EMPRENDER EN TERRITORIOS RURALES



El emprendimiento influye positivamente en el desarrollo de las zonas rurales convirtiéndose en una opción idónea para la innovación. La creación de nuevas empresas supone un empuje respecto al empleo y en el bienestar de estas zonas. Además surgen nuevas oportunidades, entre ellas una mayor demanda de servicios y de calidad. Pero, ¿quién se beneficia realmente de todo ello? ¡Todos los actores implicados!

- Políticos: al convertirse en una estrategia clave para evitar la despoblación y mejorar la economía y el desarrollo de la zona.
- Agricultores: con un incremento de sus ingresos desde un aumento de la demanda de proximidad. Aunque el emprendimiento rural se ha centrado tradicionalmente en la agricultura y a las actividades relacionadas con ella, como la transformación de alimentos, puede abarcar otro sinfín de actividades desde el sector servicio y de turismo.
- Mujeres: llegará un día en que no hagamos distinción, pero a día de hoy, es necesario hacerla. Para muchas mujeres, poder desarrollar su faceta profesional en un entorno más cercano, pero con los servicios básicos que necesita, le ayuda a conciliar esa vida familiar y laboral y conseguir autonomía e independencia.
- Jóvenes: tener oportunidades entre las que elegir para desarrollarse profesionalmente sin tener que renunciar a vivir en el lugar donde ha nacido y crecido es el sueño de muchos jóvenes que, dada la escasez de oportunidades, se ven obligados a marchar a las grandes urbes.





## **TIPOS DE EMPRENDIMIENTO EN EL MEDIO RURAL**

Según Korsgaard & Tanvig (2015), existen dos conceptos de emprendimiento rural.

- Emprendimiento en el campo
  - Actividades empresariales que han limitado su integración en el medio rural.
  - Promulgan una lógica de espacio móvil y con fines de lucro.
- Emprendimiento rural
  - Actividades empresariales que aprovechan los recursos locales para reconectar el lugar con el espacio.

Es cierto que ambos contribuyen al desarrollo local, aunque el EMPRENDIMIENTO RURAL es el que realmente dispone de potencial para un uso optimizado de los recursos en el área rural y que pueden resolver algunas de las necesidades de la población.

## **MOTIVACIONES PARA EMPRENDER EN ENTORNOS RURALES**

1. Deseo de autonomía
2. Afrontar un nuevo reto o desafío
3. Obtención de mayores ingresos
4. Aparición de una buena oportunidad
5. Apostar por un nuevo 'estilo de vida' en el que los valores, intereses y pasiones personales se encuentran alineadas.

Ante dichas motivaciones, crear condiciones favorables para que las personas emprendedoras consideren atractivo establecerse en estos territorios para desarrollar su proyecto personal/profesional es fundamental.



CAPÍTULO 2

# ¿QUÉ FACTORES CONDICIONAN LA ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN ENTORNOS RURALES?



CRE·A RURAL





## ¿QUÉ FACTORES CONDICIONAN LA ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN ENTORNOS RURALES?



Queda patente la importancia del emprendimiento en el entorno rural y su contribución a la reversión del proceso de despoblamiento. Es por tanto necesario crear condiciones favorables para que las personas emprendedoras consideren atractivo establecerse en estos territorios y emprender una actividad económica. Son diversos los factores que pueden tener un papel clave en la atracción y/o retención de población emprendedora a las zonas rurales. En el siguiente apartado, se describen algunos de ellos.

La importancia y actualidad del tema quedan reflejados en el creciente interés mostrado por la Comisión Europea que ha realizado un Eurobarómetro con el análisis de los factores considerados esenciales para el desarrollo de los territorios rurales (European Commission, 2020).

A continuación, se describen algunos de los considerados más relevantes justificándose su inclusión en la herramienta de autoevaluación.

### **VIVIENDA Y CONDICIONES DE VIDA**

En el Estudio sobre la vivienda como factor específico de retención y atracción de talento y población en los municipios rurales, desarrollado por el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante; se afirma que, según los datos de una encuesta realizada a los jóvenes del medio rural por parte del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; acceder a una vivienda es una cuestión muy necesaria para poder quedarse en el medio rural, además de otros aspectos como encontrar trabajo y la mejora de los servicios (sanidad, educación, comercio, etc.).



La dificultad en el acceso a la vivienda ya sea a través de la compra o del alquiler, es una realidad a la que se enfrentan la mayoría de las personas que quieren permanecer o asentarse en alguno de los 222 municipios valencianos con menos de 1.000 habitantes.

Paradójicamente, las dificultades en el acceso a la vivienda se dan a pesar de que, como pone de manifiesto el Informe sobre el medio rural del Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana (2020), existen muchas viviendas desocupadas en las comarcas valencianas de interior. La realidad en los entornos rurales muestra que el problema no reside exclusivamente en la cantidad de inmuebles, su estado o el precio de estos, sino en el escaso dinamismo de un mercado de la vivienda que dificulta la atracción y retención de población en el medio rural valenciano.

Por tanto, el estudio sobre la vivienda como factor específico debe considerar otros aspectos como:

- Identificar los perfiles de los propietarios y su voluntad de participar en el mercado de vivienda
- La existencia de inmuebles con unas condiciones concretas y capaces de atender a una demanda con aspiraciones residenciales diversificadas
- Saber las diferentes características tipológicas del edificio (superficie, número de habitaciones, terrazas, locales, disponibilidad de tierras, etc.), que deben dar respuesta a las motivaciones de las personas que desean asentarse o permanecer en un pueblo o comarca rural.
- Entender las motivaciones para alquilar o comprar una vivienda en un contexto rural.
- Valorar el papel de la administración en materia normativa y el apoyo que proporcionan a los pobladores en su proceso de permanencia o asentamiento
- Evaluar las condiciones y el coste de vida que implica residir en un municipio rural.





Desde el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante, para evaluar estos aspectos, se proponen los siguientes parámetros y elementos de valoración:

Parámetro 1 Dinamismo del mercado de la vivienda	Parámetro 2 Características de las viviendas	Parámetro 3 Acceso a la vivienda	Parámetro 4 Condiciones y coste de vida
1.1. Acceso al mercado de la vivienda 1.2. Uso actual y potencial de las viviendas	2.1. Tipología de viviendas 2.2. Estado y habitabilidad	3.1. Gestión municipal e incentivos 3.2. Asistencia a nuevos pobladores	4.1. Calidad de vida 4.2. Coste de vida

## 1. Parámetro 1. Dinamismo del mercado de la vivienda

### 1.1 Acceso al mercado de la vivienda

El acceso al mercado de la vivienda viene determinado por la cantidad y precio de los inmuebles, por el perfil de los propietarios y las motivaciones diversas de los potenciales pobladores, así como de los canales de acceso a la oferta de vivienda (plataformas digitales, inmobiliarias, boca a boca, etc.), que pueden dinamizar o limitar el mercado inmobiliario.

El objetivo de este indicador es dibujar de manera aproximada la realidad del mercado municipal de la vivienda, tratando de delimitar si:

- La oferta de vivienda es suficiente, existe accesibilidad al mercado por parte de la demanda y, además, las transacciones inmobiliarias y los alquileres son frecuentes.
- Existe oferta y demanda, con una dinámica de mercado que puede considerarse como normal.
- La oferta y la demanda es inexistente, con un mercado inmobiliario estancado.



## 1.2. Uso actual y potencial de las viviendas

El perfil de la demanda de compradores e inquilinos es heterogéneo. La población que desea permanecer o asentarse en un municipio rural tiene diferentes necesidades (condiciones sociodemográficas) y motivaciones (trabajo o posibilidad de teletrabajar, permanencia durante temporadas por motivos laborales o de vacaciones, etc.), que harán que el municipio sea más o menos atractivo en función del tipo de vivienda que se ofrece.

Con este indicador, se trata de sintetizar las diversas opciones de vivienda que los distintos perfiles de la demanda pueden encontrar en el municipio, determinando la escasez, presencia o abundancia de vivienda principal, secundaria, de temporada o vacacional.

## 2. Parámetro 2. Características de las viviendas

### 2.1 Tipología de viviendas

Considerando la diversidad de los potenciales compradores e inquilinos, con este indicador se pretende obtener una visión general del municipio para establecer si:

- Existe diversidad tipológica y una oferta variada de viviendas.
- La diversidad es limitada, aunque las viviendas presentan características diversas.
- El parque de viviendas tiene un carácter homogéneo.

Lógicamente, una oferta diversificada de viviendas será considerado como un factor de atracción frente a un parque de viviendas homogéneo y limitado en cuanto a perfiles de la demanda.





## 2.2 Estado y habitabilidad

El estado de las viviendas y las condiciones de habitabilidad puede ser una limitación importante, considerando que un inmueble en mal estado puede encarecer y limitar el acceso al mismo. En este indicador debe definirse cuál es, a grandes rasgos, la situación en la que se encuentran las viviendas ofertadas, considerando si en mayor medida se trata de obra nueva, de viviendas en buen estado o de viviendas a reformar.

## 3. Parámetro 3. Acceso a la vivienda

### 3.1 Gestión municipal e incentivos

La gestión municipal (aunque condicionada por la normativa, planes y programas de ámbito autonómico o estatal), vinculada a las ordenanzas municipales en materia de urbanismo y vivienda, influye directamente en la posibilidad de reformar, rehabilitar o adaptar las viviendas, o incluso en la posibilidad de construir o impulsar nuevos desarrollos inmobiliarios (que además de la función residencial pueden propiciar el impulso de cualquier tipo de emprendimiento o equipamiento municipal necesario para la población).

En este sentido, este indicador pretende medir la influencia de la gestión municipal en materia de urbanismo y vivienda, comprobando si esta se adapta a las necesidades de edificación y construcción de obra nueva, y si además proporciona ayudas a la reforma y rehabilitación de viviendas (más allá de las que otorgan desde otros organismos supramunicipales).

### 3.2. Asistencia a nuevos pobladores

En el proceso de búsqueda de una vivienda o una vez asentados en el municipio, los nuevos pobladores pueden verse estimulados si existe una intermediación o acompañamiento que facilite todo este proceso.



Por esta razón, con este indicador se aspira a conocer la existencia de incentivos en el proceso de compra o alquiler, la existencia de programas o acciones específicas durante el proceso de asentamiento en el municipio, o la existencia de ayudas y bonificaciones una vez instalados en el municipio.

#### 4. Parámetro 4. Condiciones y coste de vida

##### 4.1. Calidad de vida

A partir de la consideración de las dimensiones que condicionan las condiciones de vida en un municipio (acceso y condiciones de trabajo, salud, educación, ocio, seguridad, etc.), con el presente indicador se pretende cuantificar, aunque desde un punto de vista subjetivo, cuál es la calidad de vida de los habitantes del municipio.

##### 4.2 Coste de vida

Para mantener o mejorar las condiciones de vida, los residentes pueden verse obligados a invertir en mayor o menor medida una parte de su presupuesto familiar. En determinados contextos rurales, el gasto que implica mantener una vivienda en condiciones óptimas y asegurar su habitabilidad a lo largo del año; los costes que suponen los desplazamientos hasta el lugar de trabajo, de formación o para disfrutar de los equipamientos esenciales; o los precios a pagar por acceder a servicios básicos (como el agua, la energía, la conexión a internet, etc.) puede superar con creces el gasto que todo esto supone en un entorno urbano.

Por esta razón, puede ser esclarecedor determinar, de una manera subjetiva, cuál es el coste de la vida para una persona o una familia una vez asentada en el municipio.



## TABLA DE PONDERACIÓN DE PARÁMETROS DEL FACTOR VIVIENDA

Parámetro	Valoración máxima
<b>1. Dinamismo del mercado de la vivienda</b>	
1.1. Acceso al mercado de la vivienda	10
1.2. Uso actual y potencial de las viviendas	20
Valoración máxima del parámetro	30
<b>2. Características de las viviendas</b>	
2.1. Tipología de viviendas	15
2.2. Estado y habitabilidad	15
Valoración máxima del parámetro	30
<b>3. Acceso a la vivienda</b>	
3.1. Gestión municipal e incentivos	8
3.2. Asistencia a nuevos pobladores	12
Valoración máxima del parámetro	20
<b>4. Condiciones y coste de vida</b>	
4.1. Calidad de vida	10
4.2. Coste de vida	10
Valoración máxima del parámetro	20
Valoración máxima total	100

### SUMINISTROS BÁSICOS

En este factor se engloba el suministro eléctrico y las posibilidades de fuentes de energía alternativas, dado el creciente impacto que este aspecto tiene en la sostenibilidad de los hogares y actividades empresariales. Como se ha puesto de manifiesto, la calidad del servicio eléctrico no es igual en todos los territorios y el disponer de fuentes de energía asequibles y confiables puede ser determinante en la elección de un territorio para iniciar una actividad emprendedora. Los SGI (Servicios de Interés General) incluyen estos suministros básicos ya que se consideran de importancia esencial para el bienestar, la calidad de vida y la participación de los ciudadanos.

La búsqueda de nuevas formas de energía puede suponer una oportunidad de negocio para las áreas rurales despobladas. Sin embargo, se ha de tener en cuenta el efecto que las instalaciones de energía solar fotovoltaica o las eólicas pueden tener en el paisaje y en el medioambiente, ya que un impacto negativo puede condicionar el desarrollo de otras actividades en el territorio.



En este factor se incluyen por tanto los indicadores:

- Disponer de fuentes de energía asequibles y confiables puede ser determinante en la elección de un territorio para emprender.
- El uso de energías limpias se plantea como una alternativa que permite acceder a la energía de una forma más económica y sostenible: energía solar, autoconsumo, energías limpias en actividades agrícolas e industriales, etc.

### CUADRO DE INDICADORES SUMINISTROS BÁSICOS

SUMINISTRO ELÉCTRICO	NO FIABLE	0	Cortes muy frecuentes de luz
	MEJORABLE	40	Cortes esporádicos de luz o limitación de potencia a contratar
	FIABLE	80	Suministro de luz adecuado y constante
FUENTES DE ENERGÍA RENOVABLE	INACCESIBLE	0	EN el pueblo no hay fuentes de energía alternativa/ renovables
	PARCIALMENTE ACCESIBLE	10	En el pueblo hay algunos habitantes que utilizan fuentes de energías renovables
	ALTAMENTE ACCESIBLE	20	En el pueblo hay distintas fuentes de energías renovables disponibles y movimiento social con ese fin

### CONECTIVIDAD EN EL MEDIO RURAL

En base al estudio del Grupo de Investigación DESiRES de la Universitat Jaume I, se desarrolla el factor de conectividad. Los indicadores que se utilizan están clasificados según los tres niveles identificados de la brecha digital: el acceso, el uso y el aprovechamiento.

- **ACCESO:** Accesibilidad física que tiene cada individuo para conectarse a las infraestructuras tecnológicas, es decir, a la dotación técnica (los aparatos electrónicos) y la conectividad a Internet. La accesibilidad tiene que ver, por lo tanto, con el desarrollo de infraestructuras de comunicación, con el despliegue



de puntos de acceso públicos o privados y también con aquello que cada individuo destino a ese cometido ya sea por voluntad como por capacidad económica.

- **INDICADORES CUANTITATIVOS:** Indicadores de Infraestructura y Conectividad

En este caso, se dispone de datos de cobertura de banda ancha y de telefonía móvil desagregados a nivel de entidad singular de población y bastante actualizados (2020), que facilita el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

- **INDICADORES CUALITATIVOS:** Percepción de la infraestructura + Percepción de la conectividad

Preguntar sobre dicha percepción sirve para conocer el nivel de satisfacción y la calidad percibida, con lo que matizar las características materiales de conectividad.

En muchas ocasiones, la cobertura nominal que aparece en los registros no acaba de tener en cuenta la distribución geográfica de los municipios. Las fincas y pedanías pueden quedar fuera del indicador concreto.

- **USO:** Denominada «brecha del conocimiento», ya que el conocimiento y el uso de las TIC pueden variar según la posición del sujeto en la estructura social, su situación laboral y su formación. Por lo tanto, no es suficiente tener acceso a estas tecnologías, sino contar con las habilidades para poder utilizarlas. Para hablar de esta educación se utiliza el término alfabetización digital.

No es lo mismo utilizar las TIC sólo desde un punto de vista individual y de relaciones sociales (por ejemplo en las redes sociales), que utilizarlo diariamente en el trabajo de forma más profesional.





A nivel local, esta dimensión se puede medir valorando la oferta formativa en TIC, presente y pasada, a más de un nivel de instrucción de la población general o de los sectores productivos del municipio.

- **INDICADORES CUANTITATIVOS:** Alfabetización digital + Conocimiento de las TIC y uso de Internet.

- **INDICADORES CUALITATIVOS:** Percepción sobre el conocimiento sobre las TIC.

- **APROVECHAMIENTO:** es la apropiación social de las nuevas tecnologías, es decir, las relaciones que puede mantener un sujeto a través de estas: relaciones comunitarias, relaciones mercantiles, relaciones institucionales o administrativas.

- **INDICADORES CUANTITATIVOS:** Cotidianidad.

- **INDICADORES CUALITATIVOS:** Necesidad.

A escala local, medir el aprovechamiento de la conectividad o cómo esta contribuye a la capitalización social es muy complejo. Pero resulta evidente que este factor es central a la hora de generar un ecosistema “empresarial”.

En este sentido, sirve para tratar el contexto local para capitalizar la medida de la densidad de negocios que ofrecen el pago con tarjeta, que ofrecen productos en línea o que atienden pedidos por teléfono o internet.

Indicadores de conectividad propuestos para la evaluación:

1. Índice de cobertura digital. Se genera como dato para el autodiagnóstico y se ha construido a partir de los datos obtenidos de cobertura de banda ancha a 30 mbps y a 100 mbps y de cobertura de telefonía móvil tanto de 3G como de 4G en cada municipio.



## 2. Percepción de la conectividad.

- Constancia, formal o informal, de quejas sobre cobertura de internet en el municipio.
- Constancia, formal o informal, de quejas sobre cobertura de telefonía móvil en el municipio.

## 3. Alfabetización digital.

- Constancia sobre cursos de uso de internet que se estén haciendo o se hayan hecho en los dos últimos años, tanto públicos como privados en el municipio.

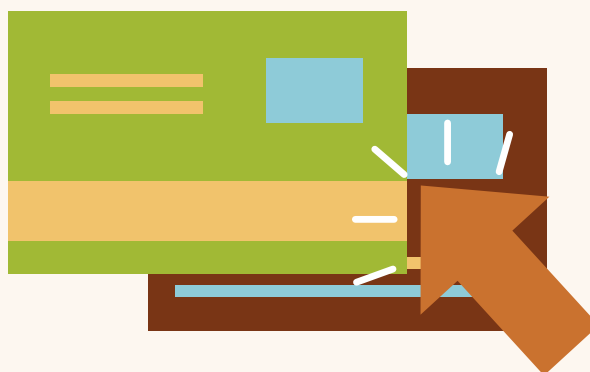
## 4. Conocimiento de las TIC y uso de internet

Atendiendo al tipo de autoevaluación planteada, se propone contrastar la percepción de los datos obtenidos de la encuesta del INE (2020) referidas a las empresas con menos de 10 trabajadores, que son la mayoría en el ámbito rural.

- Si más del 80% de las empresas locales tienen ordenador
- Si más del 80% disponen de conexión a internet
- Si más del 30% de las empresas que tienen conexión, tienen página web
- Si más del 80% de las empresas utilizan internet para relacionarse con las AA.PP
- Si más del 40% de las empresas utilizan redes sociales
- Si la población está preparada para la era digital

## 5. Cotidianidad

Si el nivel de negocios locales que disponen de tienda online o tienen sus productos en plataformas de venta online supera el 10%.



## 6. Necesidad

- Percepción sobre las acciones necesarias para explotar más las posibilidades que ofrecen las TIC en los negocios de la localidad, una o varias de las acciones

Incremento de la capacidad de internet

Con una mayor concienciación sobre las posibilidades que ofrece

Con una mayor formación al respecto

Con una mayor inversión por su parte

### CUADRO DE INDICADORES FACTOR CONECTIVIDAD

Constancia, formal o informal de quejas sobre cobertura de internet en su municipio	0	No
	-2.5	Si, pero poco frecuentes
	-5	Si son habituales
Constancia, formal o informal de quejas sobre cobertura de telefonía móvil en su municipio	0	No
	-2.5	Si, pero poco frecuentes
	-5	Si son habituales
Cursos de uso de internet en los últimos 2 años en tu municipio	0	No, hace tiempo que no se hacen porque no hay
	5	Si que se han hecho, pero de manera esporádica o
	10	Si se hacen de manera continuada
Más de 80% de las empresas del municipio tienen ordenador	5	SI
	-2.5	NO
	0	NS/NC
Más del 80% de las empresas del municipio disponen de conexión a internet	5	SI
	-2.5	NO
	0	NS/NC
Más del 30% de las empresas que tienen conexión, tienen página web	5	SI
	-2.5	NO
	0	NS/NC
Más del 80% de las empresas utilizan internet para relacionarse con las AAPP	5	SI
	-2.5	NO
	0	NS/NC
Más del 40% de las empresas utilizan redes sociales	5	SI
	-2.5	NO
	0	NS/NC
En su opinión, la población local está preparada para la era digital	5	SI
	-5	NO
	0	NS/NC
Cuantos negocios locales disponen de tienda online o tienen productos en plataformas de venta online	0	No se tiene constancia o son testimoniales
	5	Menor o igual al 10%
	10	Más del 10%
Desde su punto de vista, como se podrían explotar más las posibilidades que ofrecen las TIC en los negocios de la localidad. Marcar todas las que considere	-1.5	Incrementando la capacidad de internet
	-1.5	Con una mayor concienciación sobre las
	-1.5	Con una mayor formación al respecto
	-1.5	Con una mayor inversión por su parte
	-1.5	NS/NC

## SERVICIOS BÁSICOS: EDUCACIÓN

Es de vital importancia el mantenimiento y desarrollo de estos servicios para la recuperación demográfica en el medio rural, ya que contribuyen a la atracción y el mantenimiento de la población.

Si se analiza el mapa escolar en las zonas rurales, se comprueba que este se ha visto alterado en las últimas décadas. Las investigaciones realizadas por Escribano (2012) y Morales (2019) afirman que, aquellas zonas donde los centros educativos rurales tienen una mayor capacidad para ofertar actividades extraescolares y/o complementarias a la educación reglada (comedor, transporte escolar, etc.), se han beneficiado de alumnos matriculados en detrimento de aquellos otros centros sin las mismas capacidades, alegando motivos como el acceso a más y mejores recursos y actividades extraescolares, así como la socialización de los hijos al acceder a centros con mayor número de niños y niñas y a la mayor facilidad para conciliar la vida laboral y familiar por parte de los progenitores.

En la actualidad, estamos inmersos en el cambio en la enseñanza y aprendizaje que ha supuesto la pandemia causada por el COVID-19: la necesidad de implementar actividades educativas a distancia y online ha tenido un mayor impacto en las zonas rurales, vaciadas, desconectadas de las grandes redes de comunicación (Monge et al.,2020).



## CUADRO DE INDICADORES SERVICIOS EDUCATIVOS

Guardería	INACCESIBLE	0	No hay servicio de guardería en el municipio o la más cercana está a más de 30 minutos
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	10,5	Hay servicio de guardería a menos de 30 minutos pero es muy cara
	ALTAMENTE INACCESIBLE	21	Hay servicio de guardería en el municipio y es asequible
Educación infantil y primaria	INACCESIBLE	0	No hay colegio público en el municipio y el más cercano está a más de 30 minutos
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	10,5	No hay colegio en el municipio, pero el más cercano está a menos de 30 minutos
	ALTAMENTE INACCESIBLE	21	Hay colegio público en el municipio
Comedor escolar	INACCESIBLE	0	No hay comedor escolar en los centros de educación obligatoria
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	10,5	Hay comedor escolar en los centros de educación obligatoria, pero son caros.
	ALTAMENTE INACCESIBLE	21	Hay comedor escolar en los centros de educación obligatoria y son asequibles
Educación secundaria	INACCESIBLE	0	No hay centro de secundaria público en el municipio y el más cercano está a más de 30 minutos
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	10,5	No hay centro de secundaria en el municipio y el más cercano está a menos de 30 minutos
	ALTAMENTE INACCESIBLE	21	Hay centro educativo de secundaria público en el municipio
Actividad extraescolar	INACCESIBLE	0	No hay actividades extraescolares
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	10,5	Hay actividades extraescolares pero son esporádicas o caras
	ALTAMENTE INACCESIBLE	21	Hay actividades extraescolares periódicamente y asequibles

## SERVICIOS BÁSICOS: SANIDAD

La asistencia sanitaria en el medio rural es otro de los factores a tener en cuenta en el proceso de despoblación. El servicio sanitario básico como son los médicos de familia rurales, pueden aportar un mayor valor e impulso a estas zonas rurales. La presencia de farmacias debería ser una prioridad para las Administraciones, ya que se consideran necesarias para el arraigo de una población estable.





El impulso del sistema sanitario en zonas rurales pasa por la revisión y adaptación del modelo asistencial, el estudio de incentivos a los profesionales o la apuesta por el impulso de tecnología y la digitalización.

## CUADRO DE INDICADORES SERVICIOS SANITARIOS

Atención primaria	INACCESIBLE	0	No hay atención primaria en el municipio y el centro más cercano está a más de 30 minutos
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	14	Hay atención primaria en el municipio, pero con menos de tres días a la semana de servicio o hay un centro a menos de 30 minutos
	ALTAMENTE INACCESIBLE	28	Hay atención primaria en el municipio con cinco días de servicio
Farmacia	INACCESIBLE	0	No hay farmacia en el municipio y la más cercana está a más de 30 minutos
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	14	Hay farmacia en el municipio, pero con menos de tres días a la semana de servicio o hay una farmacia a menos de 30 minutos
	ALTAMENTE INACCESIBLE	26	Hay farmacia en el municipio con, al menos, cinco días de servicio
Atención a la dependencia	INACCESIBLE	0	No hay centro o servicio regular de atención a la dependencia
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	12	Hay centro o servicio de atención a la dependencia pero no es regular o está saturado
	ALTAMENTE INACCESIBLE	24	Hay centro o servicio regular de atención a la dependencia adecuado
Atención especializada	INACCESIBLE	0	No hay centro de salud público en el municipio y el centro más cercano está a más de 30 minutos
	PARCIALMENTE INACCESIBLE	11	Hay centro de salud en el municipio, pero con menos de tres días a la semana de servicio o hay una farmacia a menos de 30 minutos
	ALTAMENTE INACCESIBLE	22	Hay centro de salud en el municipio con cinco días de servicio

## MOVILIDAD: LA ACCESIBILIDAD EN UN MEDIO RURAL.

La movilidad y el transporte, son un soporte de la actividad social y económica rural reconocidos en las políticas públicas desde hace varias décadas. La realidad es que los recursos siguen siendo limitados: se necesitan conexiones y una buena oferta, a pesar de la conocida 'hipermovilidad' de la población rural. La movilidad en el medio rural es esencialmente privada, sobre todo debido a la falta de alternativas rentables económicamente.



Puntos a tener en cuenta en el estudio de la movilidad como factor de atracción y retención de talento:

- Transporte público Vs automóvil particular: los horarios fijos del transporte público como pueda ser el autobús o las trayectorias preestablecidas juegan a favor del uso del coche privado. Además, el poder realizar la carga que se necesite y la ausencia de atascos y la facilidad que encontramos en las zonas rurales para aparcar son otros factores que se valoran mucho.
- La movilidad privada: factor de exclusión social y 'demanda cautiva'. Las personas que no tienen opción a vehículo privado, sea la causa que sea, necesitan de un transporte público para moverse. La reducción de esta oferta e incluso la ausencia de la misma supone un factor a tener en cuenta por parte de quien no puede aprovechar las ventajas del coche de forma autónoma y de aquellas que, aunque quieren, no tienen acceso.
- Modalidades de transporte público colectivo en medio rural: escolar y/o regular. Se hace necesario que las administraciones educativas garanticen el servicio gratuito de transporte a los alumnos. Pero, más allá de esta necesidad, el resto de la población puede beneficiarse de este transporte si se integra con las rutas de tráfico regular: reservar una cantidad de plazas a los escolares dentro de los autobuses de línea, por ejemplo, sería una opción.
- Transporte a demanda: establecer itinerarios de transporte público compartidos para niños a la escuela y adultos al comercio minorista, servicio de coches compartidos para cubrir los viajes diarios, etc. De esta manera, los usuarios disponen de transporte cuando se precisa allí donde no existen líneas convencionales, es una opción para mejorar y reducir los costes por parte de los operadores y la administración tiene más fácil el analizar y controlar la calidad del transporte.



- Movilidad alternativa en automóvil: taxi rural, vehículos de turismo con conductor, ‘carsharing’ y ‘carpooling’. Se trata de medios de transporte de naturaleza colectiva:
  - Taxi: presencia y trayectoria más amplia y constante en el tiempo que, en ocasiones, puede convertir se en ‘autobús’.
  - Vehículos de turismo con conductor (VTC): vehículos con chófer que trasladan a uno o varios pasajeros desde un lugar de origen a otro de destino. Similar a los servicios que ofrecen en las ciudades empresas como Cabify o UBER.
  - Carsharing: préstamo de vehículos con tarifas que varían según días de alquiler, familias numerosas, etc.
  - Carpooling: uso compartido de vehículos particulares, una de las más arraigadas en los espacios rurales por su sencillez, comodidad y coste para los usuarios.
- Movilidad personal: de bicicletas a patines eléctricos y similares. Su bajo coste respecto a otros modos de desplazamiento y la energía empleada son factores favorables.
- La digitalización del acceso a la movilidad de personas y de mercancías. Las TIC han permitido el acceso a muchas de las opciones anteriores y han permitido diversificar las posibilidades de transporte. Sin embargo, las carencias de tecnología en algunas zonas y la dificultad de algunos perfiles de población para su uso, suponen un obstáculo.
- Medidas transversales: subvenciones y/o bonificaciones tarifarias. Las opciones que se han planteado pasan por la necesidad de contar con un apoyo económico por parte de las administraciones públicas a través de subvenciones o ayudas. Así se puede asegurar la continuidad en el tiempo de las mismas.

Cualquier acción para mejorar el transporte colectivo en zonas rurales pasa por lograr la convivencia entre este y los vehículos privados:



apostar con la combinación de ambas propuestas pasa por establecer puntos en los que disponer de servicios a la población (gasolineras, cooperativas, etc.) y medios de transporte alternativos al vehículo privado con los que realizar parte del trayecto para acceder a otros servicios.

- Este planteamiento apuesta por un cambio de carácter cultural que incida en enfoques de movilidad que antepongan la salud personal, el ahorro para la economía familiar o simplemente la coherencia contra el derroche y desaprovechamiento de recursos
- Dentro del factor movilidad se incorporan los siguientes indicadores para su evaluación

### **OPCIONES DE TRANSPORTE QUE EXISTEN PARA ACCEDER A LOS SERVICIOS Y EQUIPAMIENTOS DE FUERA DEL MUNICIPIO.**

Conocer cómo se suelen desplazar los habitantes de un municipio a los municipios cercanos (en donde hallen atenciones más especializadas que las disponibles a nivel local), así como la diversidad de medios de transporte empleados. Cuantos más medios se indiquen, entendemos que tienen más opciones de movilidad y, por tanto, menos problemas experimentará la población local para satisfacer sus necesidades laborales, formativas, sociales, comerciales, etc. Además, puntuamos con un 0% la opción de “automóvil particular” porque, a priori, esta es la opción más extendida.

### **NIVEL DE COMPATIBILIDAD DEL TRANSPORTE PÚBLICO REGULAR (AUTOCAR DE LÍNEA) CON LOS USOS/ HORARIOS DE ACCESO A LOS SERVICIOS Y/O EQUIPAMIENTOS DE FUERA DEL MUNICIPIO.**

Determinar si usando el transporte público regular existente en el municipio se pueden atender con calma, sin prisas, las necesidades



y/o demandas que tiene la población municipal para acceder a los servicios, bienes y equipamientos localizados fuera del municipio y que pueden ser requeridos con cierta frecuencia (IES, Centro de Salud – urgencias–, SERVEF, juzgados, registro de la propiedad, etc.). Valoramos también de este modo la accesibilidad a los servicios básicos para la población y, por tanto, el mayor o menor bienestar que se obtiene de residir en medio rural.

### **CONEXIONES DEL TRANSPORTE PÚBLICO DEL MUNICIPIO.**

Con esa cuestión queremos saber si las opciones que tiene la población local de desplazarse por el territorio circundante (o incluso con la ciudad de referencia más cercana). Valoramos así la vertebración que ofrece el transporte existente.

### **MOVILIDAD DE MERCANCÍAS, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, EN EL MUNICIPIO.**

Con esta cuestión pretendemos fijar la realidad entorno a la movilidad de mercancías, una vertiente a menudo ignorada pero de gran relevancia, sobre todo a partir de la pandemia COVID19 y el confinamiento derivado, pues disponer de todo tipo de bienes y productos puede contribuir a acceder a los mismos aunque estos no estén en la proximidad inmediata a nivel local. Interesa además conocer si la provisión presenta una misma situación para toda la comunidad local, o esta es diferente según se trate de consumidores a título individual o empresarios (incluyendo aquí PYMES, autónomos o grandes empresas de la zona). La disponibilidad de este tipo de servicios es más que nunca una garantía de sostenibilidad rural, y puede ser determinante para el surgimiento e instalación (entre la población local) de nuevos emprendedores.

### **SERVICIO EN DÍAS LABORABLES QUE OFRECE EL TRANSPORTE PÚBLICO REGULAR QUE ATIENDE AL MUNICIPIO .**

Esta pregunta nos permite examinar cuánto de útil resulta la oferta actual de transporte público durante días laborables (en caso de existir, pues de lo contrario lo consideramos un hándicap fundamental para lograr retener y atraer población).





Cuantas más opciones se den (y mayores posibilidades ofrezcan de desplazamiento las mismas), entendemos que el atractivo es mayor porque permite mayor libertad de movimiento y, por tanto, mayores opciones de acceso y uso de bienes y servicios de todo tipo.

## TABLA DE INDICADORES DE MOVILIDAD

Señala que opciones de transporte existen para acceder a los servicios y equipamientos de fuera del municipio.	0	A pie
	3	Transporte público regular (autocar de línea)
	6	Transporte público a demanda
	3	Transporte público específico para ciertos colectivos: autocar escolar, ambulancias, etc
	3	Transporte compartido (familiar, vecinos, compañeros de trabajo)
	3	Transporte cooperativo (ONGs, asociaciones de colectivos específicos, etc)
	3	Transporte privado; taxi, UBER, etc
	0	Automóvil particular
	4.5	Vehículos particulares de movilidad personal (bicicleta, patinetes, etc)
	4.5	Vehículos de alquiler (automóviles, ciclomotores, bicicletas, patinetes, etc)
En caso de acceder en transporte público regular (autocar de línea) a los servicios...	25	Es compatible con el uso/ horarios de los servicios que motivan el desplazamiento
	12.5	Es en parte compatible con el uso/ horarios de los servicios que motivan el desplazamiento
	-2.5	No es compatible con el uso/ horarios de los servicios que motivan el desplazamiento
El transporte público del municipio (autobús de línea y/o tren) conecta...	3	Entre sí a los distintos núcleos de población del municipio
	3	El principal núcleo de población del municipio con otros municipios próximos de inferior o similar tamaño demográfico
	6	El principal núcleo de población del municipio con la cabecera comarcal
	3	El principal núcleo de población del municipio con la cabecera provincial
En relación a la movilidad de mercancías, productos y/o servicios para el envío y recepción, en el municipio existen problemas...	-4.5	A empresas de manera recurrente
	-3	A empresas de manera esporádica
	-4.5	A la población en general de manera recurrente
	-3	A la población en general de manera esporádica
	15	No
El transporte público regular que atiende a tu municipio, en días laborales ofrece servicio	3.75	Todos los días
	1.5	Algunos días
	3.75	Nocturno (servicio de 21:00 h en adelante)
	3.75	Varias veces al día
	1.5	Solo una vez al día
	3.75	Permitiendo salir y regresar en el mismo día
	-3.75	No hay servicio día alguno



## AYUDA AL EMPRENDIMIENTO

El pequeño tamaño de los mercados locales y el acceso restringido a recursos críticos como la financiación, la información y el asesoramiento plantean obstáculos adicionales para los empresarios rurales (Soleymani et al., 2021).

La viabilidad de las iniciativas rurales y su contribución al mantenimiento y dinamización de los territorios rurales requiere el apoyo de las instituciones, ya sea en forma de recursos humanos que presten asesoramiento y orientación en la iniciación de proyectos empresariales, o en forma de recursos económicos.

Los ecosistemas emprendedores, compuestos por elementos sociales, políticos, económicos y culturales, apoyan el desarrollo y crecimiento de empresas emergentes innovadoras y alientan a los emprendedores. Los agentes de desarrollo local constituyen un pilar básico para prestar este asesoramiento y apoyar en el desarrollo económico de los municipios.

La Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) propuso entre las medidas para luchar contra la despoblación en España:

- El establecimiento de bonificaciones/deducciones especiales en impuestos de actividades profesionales y empresariales
- Concesión de subvenciones a la contratación y de bonificaciones de cuotas a la Seguridad Social
- Bonificaciones/deducciones en el IRPF para los residentes en el medio rural.

A partir de estos conceptos, se establecen los siguientes indicadores relacionados con las ayudas al emprendimiento en entornos rurales para su valoración:



AGILIDAD EN LOS TRÁMITES	NO HAY	0	No hay capacidad de atender las dudas de las personas sobre los trámites para poner en marcha ideas de mejora o inversiones
	POCO ACCESIBLE	10	Los trámites se desvían a otros organismos cuyas oficinas no están en el pueblo
	ACCESIBLE	21	Hay ayuda disponible y agilidad en los trámites para poner en marcha ideas de mejora o inversiones
AYUDAS ECONÓMICAS PARA LA INVERSIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO	NO HAY	0	No hay apoyo a la financiación de inversiones en el pueblo
	POCO ACCESIBLE	10.5	Hay apoyo de financiación a la inversión, pero muy limitado o sólo en condiciones muy restrictivas
	ACCESIBLE	21	Hay apoyo de financiación a la inversión de alcance amplio
AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	NO HAY	0	El municipio no dispone de ADL
	POCO ACCESIBLE	10.5	El municipio dispone de ADL, pero por lo general, tiene la agenda ocupada o sólo está disponible parcialmente
	ACCESIBLE	21	El municipio dispone de ADL competente y disponible para promover y gestionar las nuevas iniciativas
BONIFICACIONES E INCENTIVOS FISCALES	NO HAY	0	No hay bonificaciones ni incentivos de este tipo al emprendedor/a del pueblo
	POCO ACCESIBLE	9.5	Hay bonificaciones de este tipo al emprendedor/a del pueblo, pero muy limitada o sólo en condiciones muy restrictivas
	ACCESIBLE	19	Hay bonificaciones de este tipo al emprendedor/a, de alcance amplio
BONIFICACIONES PROFESIONALES PÚBLICAS	NO HAY	0	No hay bonificaciones al empleado público del pueblo
	POCO ACCESIBLE	9	Hay bonificación al empleado público del pueblo, pero muy limitada o sólo en condiciones muy restrictivas
	ACCESIBLE	18	Hay bonificación al empleado público del pueblo, de alcance amplio

## ACTIVIDAD ECONÓMICA

En un reciente estudio llevado a cabo en la Comunidad Valenciana por Merino y Prats (2020) concluyen que la población aumenta en aquellos municipios donde la situación económica parece ser mejor (mayor peso de la industria y la agricultura, mayores ingresos).

Las zonas rurales pueden ser lugares de oportunidades económicas (Poeta Fernandes, 2019):

- promoción del patrimonio natural y cultural para aumentar el turismo y añadir valor a los productos locales.
- desarrollo de actividades creativas e innovadoras en zonas de gran tranquilidad.
- promoción de la agricultura, el pastoreo y las agroindustrias.
- estímulo de los servicios de consultoría apoyados por las TIC.
- promoción de la economía social.
- valorización de los recursos endógenos.
- Nuevos usos para la salud y el bienestar, el ocio y el turismo.
- promoción de la gastronomía local y las industrias culturales
- desarrollo de la economía social y la recuperación de los productos con identidad local.



Para el desarrollo de estas actividades económicas, es importante contar con infraestructuras y espacios adecuados, ya sea en forma de suelo agrícola o industrial, locales comerciales o cualquier otro espacio que permita al emprendedor localizar su negocio. Asimismo, la especialización de un territorio en una determinada actividad económica proporciona una red de contactos y experiencias que pueden servir de incentivo al futuro emprendedor, por lo que todo esto debería ser también considerado en la herramienta de autoevaluación.

### CUADRO DE INDICADORES

No hay actividad agraria, industrial ni de servicios en la zona	0	No hay espacios (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales) para emprender actividad agraria, industrial o de servicios, o bien la oferta es muy cara
	20	Hay algunos espacios asequibles (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales) para emprender actividad agraria, industrial o de servicios
	40	Hay una amplia y variada oferta de espacios (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales para emprender actividad agraria, industrial o de servicios
Hay algunas actividades agrarias o industriales o de servicios, aunque dispersas	20	No hay espacios (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales) para emprender actividad agraria, industrial o de servicios, o bien la oferta es muy cara
	40	Hay algunos espacios asequibles (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales) para emprender actividad agraria, industrial o de servicios
	80	Hay una amplia y variada oferta de espacios (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales para emprender actividad agraria, industrial o de servicios
El territorio cuenta con una alta actividad agraria, industrial y/o de servicios	20	No hay espacios (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales) para emprender actividad agraria, industrial o de servicios, o bien la oferta es muy cara
	60	Hay algunos espacios asequibles (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales) para emprender actividad agraria, industrial o de servicios
	100	Hay una amplia y variada oferta de espacios (parcelas/terrenos rústicos, instalaciones o locales para emprender actividad agraria, industrial o de servicios

### ENTORNO NATURAL

Es importante considerar otro tipo de factores que, aunque no están directamente vinculados a la actividad económica, sí pueden ser decisivos a la hora de que un emprendedor/a, decida instalarse en el medio rural, implicando en muchos casos también a su familia.





Hablamos del entorno natural, que constituye una de las motivaciones fundamentales a la hora de decidir la migración y el asentamiento en una zona rural. Estos recursos no económicos, entre los que cabe citar los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales y paisajísticos, son considerados como decisivos en el proceso de desarrollo económico local (Calvo et al., 2020).

Bijker et al. (2012) distingue entre las características físicas y sociales del entorno residencial. Los rasgos físicos son, por ejemplo, el espacio, el aire fresco y un paisaje atractivo, mientras que los rasgos sociales incluyen gente amable, una vida tranquila y menos delincuencia.

Con respecto a la importancia del entorno natural y paisajístico, la migración a entornos rurales está tradicionalmente asociada a un deseo de vivir cerca de la naturaleza (Halfacree, 1995; Van Dam et al., 2002).

Respecto a este factor, se incorporan 3 indicadores diferenciando el entorno natural, el paisaje agrícola y el patrimonio histórico como elementos de identidad local y modifica su valor en función de su nivel de conservación/mantenimiento, accesibilidad y distancia al municipio como recurso de interés.

## CUADRO DE INDICADORES

ESPACIOS/ÁREAS NATURALES	NO HAY	0	No hay acceso directo a bosque, playa o monte y se requiere más de 20 minutos de desplazamiento para llegar a él
	HAY POCO ACCESIBLE	15	Hay acceso a bosque, playa o monte a menos de 20 minutos de desplazamiento, pero está muy degradado
	HAY Y ACCESIBLE	30	Hay bosque, playa o monte en el municipio, bien mantenidos y cómodos en su acceso y uso
PAISAJE AGRÍCOLA	NO HAY	0	No hay acceso directo a paisaje agrícola y se requiere más de 20 minutos de desplazamiento para llegar a él
	HAY POCO ACCESIBLE	20	Hay acceso a paisaje agrícola a menos de 20 minutos de desplazamiento o hay acceso directo pero es un paisaje decaído
	HAY Y ACCESIBLE	40	Hay acceso directo a paisaje agrícola en producción, cuidado y mantenido
PATRIMONIO HISTÓRICO	NO HAY	0	El pueblo carece de recursos históricos de interés
	HAY POCO ACCESIBLE	15	El pueblo tiene recursos históricos de interés pero son poco accesibles o están muy deteriorados
	HAY Y ACCESIBLE	30	El pueblo tiene recursos históricos de interés accesibles, bien mantenidos y bien informados





## ENTORNO SOCIAL

Con respecto al entorno social, la investigación también sostiene la importancia de los lazos familiares o sociales en el asentamiento de nuevos pobladores. Por ejemplo, Gkartzios & Scott, (2010) encontraron en tres casos de estudio realizados en Irlanda que la vida rural se asocia más con los aspectos comunitarios o sociales, como un entorno agradable y un ritmo de vida más tranquilo.

Esto sugiere que los nuevos pobladores valoran mucho las redes familiares y de parentesco y el sentido de lugar y comunidad propio de las zonas rurales. En nuestro país, también diversos estudios señalan las motivaciones sociales y familiares como razones fundamentales para mudarse a un entorno rural. Así lo ponen de manifiesto los estudios mencionados de Pérez y Sánchez-Oro (2012) en Extremadura o Del Valle (2019) en Andalucía.

### CUADRO DE INDICADORES

SEGURIDAD CIUDADANA	NO HAY	0	Son habituales los delitos en el pueblo o siendo pocos son muy graves
	ALGO	10,5	No son habituales los delitos en el pueblo
	MUCHO	21	No hay delitos en el pueblo
POBLACIÓN ABIERTA	NO HAY	0	Por lo general, la gente del pueblo considera las nuevas ideas como un problema
	ALGO	10,5	Siempre hay algunas personas interesadas en las nuevas ideas e innovación
	MUCHO	21	Por lo general, la gente del pueblo está interesada en las nuevas ideas e innovación
HOSPITALIDAD	NO HAY	0	Por lo general, la gente del pueblo trata al visitante como un estorbo
	ALGO	10	Siempre hay gente que ayuda a los visitantes y les demuestran su orgullo de ser del pueblo
	MUCHO	20	Por lo general, la gente del pueblo trata al visitante como un amigo
MULTICULTURALIDAD	NO HAY	0	Nunca arraigaron familias sin vinculación previa al pueblo
	ALGO	9,5	Empiezan a arraigar familias de otros orígenes diferentes al pueblo
	MUCHO	19	Hay bastantes familias de otros orígenes diferentes al pueblo
PLAN DE ACOGIDA	NO HAY	0	No hay programa específico de acogimiento de nuevos pobladores
	ALGO	9,5	No hay programa específico de acogida, pero existe una red informal de acogida a los nuevos pobladores
	MUCHO	19	Hay un programa específico de acogida a los nuevos pobladores



## OCIO, CULTURA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Además del entorno, los migrantes a zonas rurales valoran también otras cuestiones, como es la oferta de ocio y entretenimiento, cuestión que es especialmente importante para las familias con hijos a partir de una determinada edad.

En esta línea Cobano-delgado & Llorent-bedmar, (2020) encuentran que es un aspecto que afecta principalmente a las mujeres que quieren formar una familia en el entorno rural.

No sólo por las implicaciones que ello tiene para la deseable conciliación de la vida laboral y familiar, sino también porque las actividades, instalaciones e iniciativas educativas y de ocio disponibles son un requisito necesario para sus hijos.

Entre las distintas alternativas de ocio, el fomento de la práctica deportiva, mejorando las infraestructuras deportivas es una de las medidas propuestas para garantizar el futuro de la juventud en el ámbito rural en la Ley de Desarrollo Sostenible en el Medio Rural. En cuanto a la universalización de la cultura, las bibliotecas públicas, los centros culturales o instalaciones similares se vuelven imprescindibles a la hora de equiparar a las sociedades urbanas y rurales en posibilidades de acceso a los recursos informativos y culturales de primera necesidad.

Más necesarias incluso en las zonas rurales ya que ahí es donde existen menos medios y posibilidades para los ciudadanos (García y Arroyo, 2005).



BAR-CAFETERÍA	BAJA	0	No hay ningún bar en el pueblo
	MEDIA	7,5	Hay algún bar en el pueblo pero con horario muy restringido, estacional, o bien requiere
	ALTA	15	Hay bar-cafetería en el pueblo abierto en horarios comerciales y de precios razonables
INSTALACIONES DEPORTIVAS	BAJA	0	No hay instalaciones deportivas ni se organizan eventos deportivos
	MEDIA	7,5	Hay instalación deportiva con pocos deportes y/o accesibilidad restringida por precios, horarios, aforo,
	ALTA	15	Hay instalaciones deportivas con varios deportes, servicios básicos, no saturadas y bien mantenidas
ASOCIACIONISMO Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA	BAJA	0	No hay asociaciones ciudadanas ni se dan iniciativas de participación
	MEDIA	7	Hay algunas asociaciones que realizan actividades esporádicas o bien existen algunas iniciativas
	ALTA	14	Hay varias asociaciones, algunas muy activas y con la población implicada
OCIO JUVENIL	BAJA	0	No hay instalaciones ni programas específicos para el ocio juvenil
	MEDIA	7	Hay instalación específica para el ocio juvenil pero se utiliza esporádicamente o está saturada
	ALTA	14	Ha instalación específica para el ocio juvenil y se utiliza muy frecuentemente
BIBLIOTECA PÚBLICA	BAJA	0	No hay biblioteca pública en el pueblo
	MEDIA	7	Hay biblioteca pública, pero con horario muy restringido, estacional o bien con oferta muy
	ALTA	14	Hay biblioteca pública abierta regularmente, con amplia oferta y acceso a internet
CENTRO SOCIAL CON ACTIVIDADES CULTURALES	BAJA	0	No hay un centro cultural ni se celebran actividades culturales
	MEDIA	7	Se celebran algunas actividades culturales, ya sea en el centro cultural o en cualquier otra instalación
	ALTA	14	Hay centro cultural donde se celebran diversidad de actividades
PARQUES PÚBLICOS	NO HAY	0	No hay parque público en el municipio
	HAY POCO	7	Hay parque público en el municipio, pero mal mantenidos y peligrosos
	HAY Y ACCESIBLE	14	Hay parque público en el municipio bien mantenido y cómodo en su acceso y uso



CAPÍTULO 3

# UN SISTEMA DE AUTOEVALUACIÓN PARA TU ZONA



CRE·A RURAL

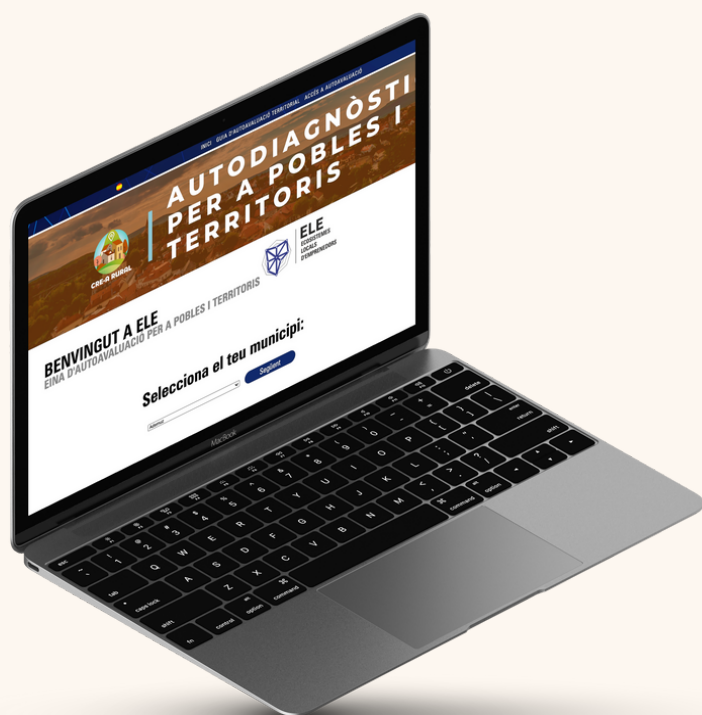


## ¿QUÉ PUEDE APORTAR ELE A TU MUNICIPIO?

La herramienta Ecosistemas Locales de Emprendimiento (ELE) permite realizar un autodiagnóstico de la potencialidad de una localidad para acoger iniciativas empresariales, pero también vitales. Nuestros municipios cuentan con condiciones de vida que constituyen valores potenciales para atraer a nuevas personas que quieran habitarlos, pero resulta necesario profundizar sobre los criterios y los condicionantes que afectan la decisión de emprendedores y profesionales a la hora de decidir instalarse en un lugar. Por lo tanto, parece necesario realizar un diagnóstico potencial de atracción de cada pueblo.

Mediante el diagnóstico experimental y su validación por parte de expertos y técnicos, ELE pretende ser un instrumento de autodiagnóstico que de forma didáctica, práctica y sencilla sirva para que las entidades locales y agentes del territorio puedan identificar y evaluar su posicionamiento en los factores que actúan sobre su potencial de captación y retención de población emprendedora. El autodiagnóstico y su evaluación ayudará a la toma de decisiones a nivel público y privado, la formulación de nuevas iniciativas para mejorar y resolver las carencias detectadas y desarrollar sus potencialidades.

La aplicación ELE ha sido cedida por la Federación FADIT integrada por los Gals rurales y de pesca de la provincia de Alicante para su uso al proyecto de cooperación Leader CRE- A RURAL a los efectos de conseguir ampliar y mejorar su utilidad y sobre el afán de servir al interés general y al desarrollo económico y social de las zonas rurales.



## ASÍ FUNCIONA ELE

- A la herramienta ELE puedes acceder desde cualquiera de las páginas web de los cuatro Grupo de Acción Local que hemos desarrollado esta propuesta:
  - <https://www.galsurdealicante.es/>
  - <https://www.galruralmuntanyadalacant.com/>
  - <https://www.rurable.com/>
  - <https://galcastellonsur1420.org/>



GAL  
Castellón Sur 14 - 20

- También puedes acceder desde este enlace:  
<http://www.fadit.org/ele/es/ele.php>
- Una vez dentro, debes seleccionar el municipio del que deseas obtener la información.





- Un cuestionario de preguntas estructuradas en los 11 factores clave, donde cada factor tiene un máximo de 100 puntos, determina el resultado final en cuanto a adecuación a las necesidades de los emprendedores y emprendedoras.

INICIO | GUÍA DE AUTOEVALUACIÓN TERRITORIAL | ACCESO A AUTOEVALUACIÓN

**ELE**  
ECOSISTEMAS  
LOCALES  
D'EMPREENEDORS

FONDÓ DE LES NEUS. EL/HONDÓN DE LAS NIEVES

## VIVIENDA

REALIDAD OFERTA Y DEMANDA

Vivienda    Suministros básicos    Conectividad    Servicios educativos    Servicios sanitarios    Movilidad    Ayuda al emprendimiento    Actividad económica    Entorno natural    Entorno social    Ocio, cultura, participación

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    11

Cuál de las siguientes afirmaciones se aproxima más a la realidad de su municipio

- La oferta de vivienda es suficiente, existe accesibilidad al mercado por parte de la demanda y, además, las transacciones inmobiliarias y los alquileres son frecuentes
- Existe oferta y demanda, con una dinámica de mercado que puede considerarse como normal
- La oferta y la demanda es inexistente, con un mercado inmobiliario estancado

Comenzar    Siguiente

FEDER con el IER al proyecto Cook Rural

Unión Europea  
Fondo Europeo Agrario  
de Desarrollo Rural

GOBIERNO DE ESPAÑA  
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

GOBIERNO DE ARAGÓN  
Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca

GOBIERNO DE CATALUÑA  
Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca

INICIO | GUÍA DE AUTOEVALUACIÓN TERRITORIAL | ACCESO A AUTOEVALUACIÓN

**ELE**  
ECOSISTEMAS  
LOCALES  
D'EMPREENEDORS

FONDÓ DE LES NEUS. EL/HONDÓN DE LAS NIEVES

## SUMINISTROS BÁSICOS

SUMINISTRO ELÉCTRICO

Vivienda    **Suministros básicos**    Conectividad    Servicios educativos    Servicios sanitarios    Movilidad    Ayuda al emprendimiento    Actividad económica    Entorno natural    Entorno social    Ocio, cultura, participación

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    11

Suministro eléctrico

- Suministro no fiable  
Cortes muy frecuentes de luz
- Suministro mejorable  
Cortes esporádicos de luz o limitación de potencia a contratar
- Suministro fiable  
Suministro de luz adecuado y constante

Anterior    Siguiente

FEDER con el IER al proyecto Cook Rural

Unión Europea  
Fondo Europeo Agrario  
de Desarrollo Rural

GOBIERNO DE ESPAÑA  
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

GOBIERNO DE ARAGÓN  
Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca

GOBIERNO DE CATALUÑA  
Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca

INICIO | GUÍA DE AUTOEVALUACIÓN TERRITORIAL | ACCESO A AUTOEVALUACIÓN

**ELE**  
ECOSISTEMAS  
LOCALES  
D'EMPREENEDORS

FONDÓ DE LES NEUS. EL/HONDÓN DE LAS NIEVES

## CONECTIVIDAD

INTERNET

Vivienda    Suministros básicos    **Conectividad**    Servicios educativos    Servicios sanitarios    Movilidad    Ayuda al emprendimiento    Actividad económica    Entorno natural    Entorno social    Ocio, cultura, participación

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    11

Índice de conectividad: 43.245 / 50

Constancia, formal o informal, de quejas sobre cobertura de internet en su municipio

- No
- Sí, pero poco frecuentes
- Sí, son habituales

Anterior    Siguiente

FEDER con el IER al proyecto Cook Rural

Unión Europea  
Fondo Europeo Agrario  
de Desarrollo Rural

GOBIERNO DE ESPAÑA  
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

GOBIERNO DE ARAGÓN  
Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca

GOBIERNO DE CATALUÑA  
Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca



- Respondiendo todas las preguntas y criterios que van apareciendo se va puntuando cada uno de los factores y acumulando una puntuación final del municipio sobre su potencial de atracción.
- La puntuación final óptima sería de 1.100 puntos.
- Al finalizar el cuestionario se genera un informe pdf descargable que recoge la puntuación total obtenida, la puntuación por factores e indicadores, identificando los puntos obtenidos y los tramos de mejora. El informe nos da una rápida visión de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del municipio y de donde deben centrarse las políticas, inversiones o iniciativas a impulsar en él.



ANEXOS

# PREGUNTAS FRECUENTES



CRE·A RURAL

- ?** ¿Esta herramienta permite autoevaluar cualquier municipio? Sí, aunque ELE está diseñado para los municipios rurales, puedes autoevaluar cualquier municipio de la Comunidad Valenciana. Si quieres consultar alguno y no te aparece en el listado, ¡contacta con nosotros!
- ?** ¿Es una herramienta de pago? No, se trata de una aplicación exenta de pago, accesible a todos aquellos que cuenten con una conexión a internet.
- ?** ¿A quién va dirigida? El autodiagnóstico está diseñado para el uso de responsables políticos y técnicos de los ayuntamientos, así como agentes sociales y empresariales y población en general del municipio.
- ?** ¿El uso de la herramienta vincula o conlleva algún compromiso al usuario? No. Estas evaluaciones son un diagnóstico de las poblaciones. Una aproximación para concienciar a los municipios de la importancia de todos los factores que definen su potencialidad de atracción y retención del emprendimiento.
- ?** ¿Cómo obtengo la evaluación del municipio que busco? Empieza seleccionando tu municipio y a continuación responde al cuestionario completo; obtendrás un informe con gráficos de los resultados obtenidos como municipio en su conjunto y por factores e indicadores. Además, puedes descargar este informe en PDF.
- ?** ¿Qué implica el resultado que obtenga del estudio? Es una forma de medir el potencial como municipio sobre una escala óptima, identificar las potencialidades y necesidades detectadas sobre las que actuar a nivel local o frente a otras administraciones y también convirtiéndolas en oportunidades para emprender. El resultado depende de las respuestas del usuario por lo que puede existir del mismo municipio valoraciones diferentes al entrar en ella en parte la percepción subjetiva del que responde.
- ?** ¿Hasta cuándo puedo utilizar y consultar esta herramienta? Será de forma permanente y cuantas veces quieras.



ANEXOS

# GLOSARIO DE TÉRMINOS



CRE·A RURAL

- **GAL, grupo de acción local:** Asociaciones sin ánimo de lucro, cualquiera que sea su forma jurídica, y que en su organización interna se encuentren representados los interlocutores, públicos y privados, de un territorio determinado y cuyo objetivo es la aplicación de su estrategia de desarrollo rural.
- **FADIT:** Federación Alicantina de Desarrollo e Innovación Territorial , federación que une al GAL Rural Muntanya d'Alacant, GAL ASIR y GALP La Marina
- **TIC:** Las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación son los recursos y herramientas que se utilizan para el proceso, administración y distribución de la información a través de elementos tecnológicos, como: ordenadores, teléfonos, televisores, etc.
- **3G/4G:** Tecnología de red que está utilizando la conexión a Internet de un dispositivo móvil. Las redes 3G son las redes de tercera generación. La principal diferencia entre la red 2G y la red 3G es que ésta ofrece una mayor velocidad de navegación. Las redes 4GM representan la cuarta generación de tecnologías de telefonía móvil. Estas redes representan el siguiente paso al 3G. Con ellas la red de datos mejora en calidad y velocidad, permitiendo velocidades de hasta 75 Mbps de bajada (descarga) y 25 Mbps de subida
- **Alfabetización digital:** capacidad de una persona para realizar diferentes tareas en un ambiente digital: localizar, investigar y analizar información, así como ser capaces de elaborar contenidos y diseñar propuestas, a través de medios digitales.
- **Brecha digital:** es la diferencia en el acceso y conocimientos de uso de las nuevas tecnologías. Se suele determinar en base a diferentes criterios, por ejemplo económicos, geográficos, de género, edad o entre diferentes grupos sociales
- **Carsharing:** préstamo de vehículos con tarifas que varían según días de alquiler, familias numerosas, etc.





- **Carpooling:** uso compartido de vehículos particulares.
- **Innovación social:** ideas nuevas sobre productos, servicios y modelos que solucionan un problema social o cubren una necesidad de forma más eficaz y eficiente que las alternativas actuales, al mismo tiempo que establecen nuevas relaciones sociales y sinergias.
- **Neorruralismo:** fenómeno de migración desde las áreas urbanas a zonas rurales nacido por el deseo de recuperar el contacto con la naturaleza y de alejarse de los masificados núcleos urbanos en busca de estilos de vida más saludables y sostenibles.
- **Servicios de Interés General:** aquellos que las administraciones públicas de los Estados miembros de la UE consideran como tales y que, en consecuencia, están sujetos a obligaciones específicas de servicio público. Pueden prestarlos tanto el Estado como el sector privado. Ejemplos de servicios de interés general: los



ANEXOS

# BIBLIOGRAFÍA



CRE-A RURAL

- Agustín, Lacruz, María Del Carmen; Clavero, Galofré, Manuel . Indicadores sociales de inclusión digital: brecha y participación ciudadana, 2010. Derecho, gobernanza y tecnologías de la información en la sociedad del conocimiento. Pressas Universitarias de Zaragoza, pp. 143-16.
- Alonso González, M. «Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información». ÁMBITOS. Revista Internacional de Comunicación, No 45, 2019, Universitat de Sevilla.
- Alt Consell Consultiu en I+D+i de la Presidència de la Generalitat. «El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en los hogares de la Comunitat Valenciana en 2014». Generalitat Valenciana, 2015.
- Análisis de la sistemática de autoevaluación del potencial de retención y atracción de población emprendedora. Revisión de factores y su ponderación y propuestas de mejora. Martínez-Carrasco Martínez, Laura Brugarolas Mollá-Bauzá, Margarita Martínez Poveda, África Agulló Torres, Asunción.
- Bauman, Z. (2002) Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica de España.
- Bayer (2021). La despoblación no viene sola: La salud social y ambiental de las áreas escasamente pobladas y del conjunto del territorio. Bayer Iberia. [www.bayer.com/es/es/espaa-home](http://www.bayer.com/es/es/espaa-home)
- Bijker, R. A., Haartsen, T., & Strijker, D. (2012). Migration to less-popular rural areas in the Netherlands: Exploring the motivations. *Journal of Rural Studies*, 28(4), 490–498. <https://doi.org/10.1016/J.JRURSTUD.2012.07.003>
- Cobano-delgado, V., & Llorent-bedmar, V. (2020). Women's well-being and rural development in depopulated Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6). <https://doi.org/10.3390/ijerph17061966>
- Calvo Palomares, R., Sigalat-Signes, E., Roig-Merino, B., Buitrago-Vera, J. M. (2020). Voices from the Valencian rural interior: natural resources and development resistance. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 84, 2842, 1–39.
- Castillo, A.; López, J.; Rodrigo, F. y Sanz, E. (2018): Incentivos fiscales para la fijación o atracción de la población a un territorio: una revisión de la investigación aplicada. Cátedra Despoblación y Creatividad. Universidad de Zaragoza
- Clotteau, M. (2014) Orientaciones para las políticas de movilidad sostenibles en zonas rurales y de montaña. Proyecto Move on Green. EUROMONTANA Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el Programa Interreg IV C.
- Comité Econòmic i Social, Comunitat Valenciana (2020). Informe sobre el medio rural. 154 p.
- Consejo Económico y Social, España (2018). Informe 1/2018 El medio rural y su vertebración social y económica. 172 p.
- Del Valle, C. (2019). Los nuevos moradores del mundo rural: neorrurales en tiempos de despoblación en Andalucía. *Perspectives on rural development*, 2019(3), 177-206.
- Escribano, J. (2012) Servicios educativos y sanitarios elementales en el medio rural: percepción social e influencia sobre la calidad de vida.
- Estudio final Factor de Movilidad en los espacios rurales de la Comunidad Valenciana (Universidad de Valencia)
- Estudios Geográficos, 73 (272), 35-61. DOI. 10.3989/estgeogr.201202
- Estudio sobre la vivienda como factor específico de retención y atracción de talento y población en los municipios rurales de la Comunitat Valenciana. Identificación de parámetros y criterios para la evaluación del potencial municipal. Universidad de Alicante. Antonio Martínez Puche Xavier Amat Montesinos Isabel Sancho Carbonell
- European Commission. 2020. Rural development – long-term vision for rural areas. [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12525-Long-term-vision-for-rural-areas/public-consultation\\_es](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12525-Long-term-vision-for-rural-areas/public-consultation_es)
- García Álvarez-Coque, J. M. (ed.) (2021). Despoblación Rural. Problemas y soluciones. Valencia: Editorial Universitat Politècnica de València
- García, C., Arroyo, O. (2005). Bibliotecas públicas en entornos rurales, ¿lujo o necesidad?. *Educación y biblioteca*, 146, 105-113.
- Generalitat Valenciana, Presidencia (2020). Estrategia Avant 20-30. Plan Estratégico Valenciano Antidespoblamiento. 226 p.
- Gkartziros, M., & Scott, M. (2010). Residential mobilities and house building in rural Ireland: Evidence from three case studies. *Sociologia Ruralis*, 50(1), 64–84. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2009.00502.x>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). «Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y del Comercio Electrónico en las empresas 2019-20». INE, 2020.
- Korsgaard, S., & Tanvig, H. W. (2015). Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural – between place and space. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 21(1), 5–26. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2013-0205>
- Lafuente, E., Vaillant, Y., & Rialp, J. (2007). Regional differences in the influence of role models: Comparing the entrepreneurial process of rural Catalonia. *Regional Studies*, 41(6), 779– 796. <https://doi.org/10.1080/00343400601120247>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021). Resultados de la encuesta realizada a los jóvenes del medio rural, abril – mayo 2021. 53 p.
- Monge, C., Gómez, P., Jiménez, T. (2020). Cierre de Escuelas en Contextos Vulnerables desde la Perspectiva de los Orientadores: Impacto en Zonas Rurales. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 2020,9(3e), 371-385. <https://doi.org/10.15366/riejs2020.9.3.020>
- Morales, N. (2019). Cierre de las escuelas en entornos rurales ¿por o para el despoblamiento?. *Revista PH Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* n.o 98 octubre 2019 pp. 20-23.
- Ortega, M. (2021) El transport públic per carretera a les zones rurals. L'oferta de l'autocar enfront de la demanda rural a la provincia de València. Trabajo final de Grado del Grado en Geografía y Medio Ambiente de la Facultad de Geografía e Historia, Departamento de Geografía, Universidad de Valencia. Defendido en julio de 2021. Tutores: Jaime Escribano Pizarro y Néstor Vercher Savall.
- Pérez J.A., Sánchez-Oro M. (2012), Motivaciones y orientaciones de los nuevos pobladores en áreas rurales alejadas, 17, 49-74.
- Poeta Fernandes, G. (2019). Rural depopulation, social resilience and context costs in the border municipalities of central Portugal. Dichotomies of social reorganization vs absence of public policies. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 19(1), 121–149. <https://doi.org/10.7201/earn.2019.01.07>
- Propuesta de factores y parámetros ponderados Cre-A Rural 2021.
- Reig, M. O., Mollá, M. G., Ibor, C. S., Velázquez, M. P., Girard, C., Marcos, P., Rodríguez, M. R., & Prats, A. G. (2018). Adaptación de la agricultura a escenarios de cambio global. Aplicación de métodos participativos en la cuenca del río Júcar (España). *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 18(2), 29–51.
- Soleymani, A., Yaghoobi Farani, A., Karimi, S., Azadi, H., Nadiri, H., & Scheffran, J. (2021). Identifying sustainable rural entrepreneurship indicators in the Iranian context. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125186. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2020.125186>
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., & Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10(6), 404–425. <https://doi.org/10.1108/13552550410564725>
- Universitat Jaume I. «Càtedra de Bretxa Digital i Territori». Grup de Recerca DESiRES. 2020. Verher, N. (2015) Finançament territorial i infraestructures de transport al País Valencià. Publicacions de la Universitat de València) (PUV)
- Van Dam, F., Heins, S., & Elbersen, B. S. (2002). Lay discourses of the rural and stated and revealed preferences for rural living. Some evidence of the existence of a rural idyll in the Netherlands. *Journal of Rural Studies*, 18(4), 461–476. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00035-9](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00035-9)
- Verher, N. (2015) Finançament territorial i infraestructures de transport al País Valencià. Publicacions de la Universitat de València) (PUV)



ESTA GUÍA HA SIDO ELABORADA COMO UNA DE LAS ACCIONES INCLUIDAS EN EL PROYECTO DE COOPERACIÓN LEADER SUBMEDIDA 19.3.1 PDR CV 2014-2020 DENOMINADO “RED VALENCIANA RURAL DE EMPRENDIMIENTO: CRE-A RURAL”.

## GALS PARTICIPANTES



G.A.L.  
Castellón Sur 14 - 20

## UNIVERSIDADES PARTICIPANTES



UNIVERSITAT DE VALÈNCIA