



adad

Asociación para el Desarrollo Aljarafe - Doñana

Nº 12 • Noviembre - Diciembre 2009



era rural

ENTREVISTA

Blas Berzal Cáceres

Presidente de la Coordinadora para el Desarrollo
Integral del Nordeste de Segovia (CODINSE)

ESPECIAL COMUNICACIÓN

Proyecto de Cooperación Interterritorial
"NUEVA ERA RURAL"



Asociación para el Desarrollo Aljarafe - Doñana



Editorial

Rafael Moreno Segura
Presidente de ADAD



Entrevista

Blas Berzal Cáceres
Presidente de la Coordinadora para el Desarrollo Integral del Nordeste de Segovia (CODINSE)



Renovables en clave de juego

A.C. de Cooperación "Energías Alternativas: un futuro para el mundo rural"



PAG 2009-2015

La ventanilla empresarial y de proyectos de ADAD vuelve a abrir con una asignación económica inicial de 4,6 millones de euros



Cooperación Interterritorial

"Ornitología y Desarrollo Sostenible" echa a volar
62 Grupos de Desarrollo participan en este proyecto coordinado por ADAD que financia el MARM



Especial Comunicación

"Nueva Era Rural", un proyecto de comunicación para el desarrollo rural



Asociaciones

AFAN XXI. "¿Vosotras lo tenéis todo hecho ya?"



Género

ADAD pone voz a las mujeres del medio rural en el I Congreso Nacional de Liderazgo Femenino



Turismo

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía aprueba la Estrategia de Turismo Sostenible de la comarca de Doñana



La Firma

"Comunicación para la sostenibilidad, sensibilización y referencia"
Jaime Quintero Bulbuena. Jefe Dpto. de Información y Comunicación de la Fundación Doñana 21



Emprendedores

Imprenta Cañitas S.L.

FOTO PORTADA

Choza marismeña en Complejo turístico rural "Ardea Purpurea", financiado por ADAD a través de la Iniciativa LEADER PLUS. Villamanrique de la Condesa
Rocío Gómez Romero

EDITA

Asociación para el Desarrollo de la Comarca Aljarafe-Doñana (ADAD)

Oficina técnica:

C/ Marqués de Santillana, 64
41840 Pilas (Sevilla)

Teléfono: 955 75 38 20

Fax: 955 75 30 93

e-mail: adad@adad.es
comunicacion@adad.es

www.adad.es

DIRECCIÓN

Alfredo Florencio Calderón

REDACCIÓN

Rocío Gómez Romero
(Gabinete de Prensa ADAD)

FOTOGRAFÍAS

Gabinete de Prensa ADAD

MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN

Imprenta Cañitas S.L.

Polígono Industrial Pilas Sur
C/ Bollullos de la Mitación, 77-78
41840 Pilas (Sevilla)



Editorial

Con la primera asignación económica para el Plan de Actuación Global 2009-2015 de la comarca, cuyo acto institucional de entrega tuvo lugar el 7 de octubre en la sede de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, contando con la presencia de los consejeros de Agricultura, Clara Aguilera, y de Presidencia, Antonio Ávila, desde ADAD iniciamos, con grandes expectativas y más ilusiones, un nuevo periodo de trabajo por y para el Aljarafe-Doñana.

Tenemos ante nosotros el gran reto de seguir contribuyendo, en unos momentos de crisis global, pesimismo e incertidumbre, a optimizar la economía y mejorar la calidad de vida poblacional, apoyando la modernización del sector primario; abriendo y diversificando aún más la economía comarcal; apostando por la consolidación de sectores emergentes; trabajando por la sostenibilidad medioambiental y ayudando a la equidad, vertebración social y participación.

El PAG Aljarafe-Doñana, fruto de un proceso de participación ejemplar (la elaboración del Plan Estratégico-NERA) y de un trabajo técnico complejo y de una gran riqueza metodológica, estamos seguros que constituye un marco de partida sólido y efectivo para la consecución de estos objetivos.

En primer lugar, porque responde a las orientaciones del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y a las Medidas 411, 412 y 413 del Eje 4 del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía. Por otro lado, porque atiende, en el marco anterior, a las necesidades planteadas por los agentes sociales y económicos que participaron en el proceso de construcción de la Estrategia de futuro para la comarca, y por último, por los múltiples valores añadidos que incorpora, como la transversalidad de género y juventud, la comunicación, la sostenibilidad y el cambio climático.

Por todo ello, en los próximos años aprovecharemos al máximo las posibilidades de intervención sobre el terreno de este Plan y también otras oportunidades de avance para el desarrollo sostenible de nuestra comarca, como los proyectos e iniciativas de cooperación, ya sean a nivel transnacional, nacional, regional, provincial y/o comarcal.

Sobre este particular, podemos avanzar algunas actuaciones emprendidas en este último trimestre del año, como son los proyectos de cooperación interterritorial "Ornitología y Desarrollo Sostenible" y "Nueva Era Rural", que financian el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM) a través de la Red Rural Nacional.

El primero de ellos, coordinado por ADAD y participado por 62 Grupos de toda la geografía nacional, supone un auténtico desafío tanto por el objetivo último del proyecto, la creación del producto turístico "ornitología", como por la complejidad administrativa y de gestión que implica una red de trabajo e intercambio de experiencias de esta magnitud.

En cuanto al segundo, es de sobra conocida la importancia que la comunicación desempeña como escaparate (en sus aspectos positivos y negativos) del mundo rural. Por ello, desde esta iniciativa, que nos permite alzar la voz como representantes de la ruralidad de hoy, en todas sus dimensiones, queremos contribuir al conocimiento de la realidad de nuestros pueblos, que es dinámica, viva e innovadora, y a promocionar los valores de sus gentes.

Pero además de esta cooperación de carácter nacional, la Asociación está participando de forma activa en otras iniciativas de desarrollo con agentes más cercanos, como son la Asociación para el Desarrollo del Territorio de la Comarca de Doñana o la Fundación Doñana 21. La primera de ellas es la promotora de la recientemente aprobada Estrategia de Turismo Sostenible de Doñana, concebida desde el trabajo en común y la confianza en las posibilidades de actuación desde una visión turística integral. La Fundación Doñana 21, por su parte, comenzará a ejecutar en breve el II Plan de Desarrollo Sostenible de Doñana, que nuevamente tendrá como horizonte de acción la sostenibilidad comarcal y en cuya implementación también se verá implicada ADAD.

Blas Berzal Cáceres

Presidente de la Coordinadora para el Desarrollo Integral del Nordeste de Segovia (CODINSE)- Grupo Coordinador del Proyecto "NUEVA ERA RURAL"



Foto: CODINSE

“No podemos dejar que otros hablen por nosotros cuando tenemos tanto que decir, reclamar y argumentar en favor del mundo rural”

“Ha llegado la hora de la ERA RURAL. Ya era hora de decir lo que pensamos en primera persona”

Se puede decir más alto pero no más claro. Blas Berzal, Presidente de CODINSE, Grupo Coordinador del proyecto "NUEVA ERA RURAL" cree que ha llegado el momento de que el medio rural se exprese por sí mismo, en primera persona, "dejando a un lado las interpretaciones equivocadas que de todo lo relativo a la vida rural han hecho los grandes medios de comunicación, cuando se han acordado de que también vivimos, nos movemos y existimos fuera de las ciudades". Por ello, desde CODINSE siguen apostando fuerte por el proyecto de comunicación rural "NUEVA ERA RURAL", apoyado nuevamente por el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino y al que acaba de incorporarse ADAD, como socio cooperante. Según Blas Berzal, el proyecto quiere poner voz propia al mundo rural y que éste comience a "tener presencia en otros medios de alcance nacional". Pero desde la autenticidad de lo rural, como lo que somos, "hombres y mujeres que creen y viven con orgullo en un mundo rural vivo y lleno de posibilidades", "depositario de un gran tesoro cultural, medioambiental, de recursos agroalimentarios y de calidad de vida que queremos seguir preservando y compartiendo con los habitantes de las ciudades y con los que no tienen la suerte de vivir en un pueblo".

1.- ¿Qué es y quiénes constituyen CODINSE?

CODINSE es una Asociación sin ánimo de lucro que nació en 1992 y está integrada por asociaciones culturales, de mujeres, jubilados, empresarios, autónomos, Ayuntamientos, Mancomunidades de municipios, sindicatos y personas físicas de la comarca. Es decir, en esta Coordinadora tienen cabida todas las sensibilidades sociales, colectivos y personas a título particular de nuestra comarca que así lo deseen.

2.- ¿Cuáles son las principales características de esta Comarca segoviana?, ¿puede hacernos una instantánea rápida del territorio?

La comarca se enclava en el nordeste de Segovia, lindante con las provincias de Burgos, Soria, Guadalajara y Madrid. Un pequeño rincón de 1.800 Kms², de una extraordinaria riqueza natural y paisajística, en el que vivimos unos 12.000 hombres y mujeres orgullosos de contribuir a diario, con nuestra presencia y nuestro trabajo, a mantener vivo este trozo del medio rural. La densidad de población (6,6 hab/km²) nos acerca a lo que se ha dado en llamar "desierto poblacional" que, unido a la dispersión (118 núcleos de población agrupados administrativamente en 57 municipios) y al envejecimiento, hacen muy difícil una regeneración de la población por sí misma en años sucesivos. De ahí la imperiosa necesidad de poner en marcha, como ya se viene haciendo, políticas activas para asentar en la comarca nuevos pobladores-emprendedores que formen parte del tejido social y productivo actual y que, a su vez, minimicen en lo posible la pérdida paula-

tina de población que se viene produciendo desde los años sesenta del pasado siglo, aunque actualmente se observa un frenazo en la pérdida de población.

3.- ¿Cómo y por qué surge la idea de organizar el proyecto de cooperación sobre comunicación en el medio rural “COMUNICACIÓN RURAL-NUEVA ERA RURAL”?

En nuestra comarca fuimos pioneros en tener nuestra propia voz, pasando en 1996 de la edición de la revista “El Ejido”, hecha con más ganas, compromiso social y personal y cariño que con medios técnicos, a la edición del periódico “El Nordeste de Segovia”, que hoy tiene una puntual presencia mensual con sus lectores, que son muchos, y con mejoras notorias, tanto en cantidad de páginas como en el contenido y calidad de las mismas.

Partiendo de esta experiencia, positiva y gratificante para nosotros, CODINSE junto a 5 Grupos de Castilla León y Galicia, en un primer momento y luego, 5 Grupos del territorio nacional que han ido sumándose, ha puesto en marcha un proyecto de cooperación que pretende impulsar los medios de comunicación rurales, fomentar la participación de las personas y colectivos en la difusión de su realidad y contribuir al conocimiento de la realidad actual del medio rural y promocionar los valores rurales. Hoy somos 10 Grupos que queremos dar voz a lo que ocurre en nuestros pueblos, dar nuestra opinión y la de nuestros lectores, hacer propuestas de futuro para el medio en el que vivimos, y sobre todo, hablar por nosotros mismos.

Ya era hora de que llegase la hora de la ERA RURAL. Ya era hora de decir lo que pensamos en primera persona. Ya era hora de interpretarnos a nosotros mismos y de dejar a un lado las interpretaciones equivocadas que de todo lo relativo a la vida rural han hecho los grandes medios de comunicación, eso cuando se han acordado de que también vivimos, nos movemos y existimos fuera de las ciudades.

4.-¿Qué balance hacen desde CODINSE de la primera parte del proyecto ya desarrollada?

Satisfacción por los resultados conseguidos. Voluntad de que más Grupos, y por ende, más territorios, se sumen al proyecto. Nuestros lectores ya lo valoran positivamente y eso sí es importante. Estamos en el punto y momento de seguir creciendo, ahora nos toca hablar a los que durante muchos años hemos estado olvidados y silenciados. Ahora tenemos la palabra, aprovechémosla convenientemente.

“Ahora tenemos la palabra, aprovechémosla convenientemente”

5.- Y teniendo en cuenta esta experiencia inicial y el camino recorrido hasta ahora, ¿cuáles son los objetivos principales de esta segunda etapa del proyecto, recientemente aprobado por el MARM?

Que el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM) apoye este proyecto quiere decir, en mi opinión, varias cosas: que el proyecto es valorado positivamente desde la alta institución que representa; que ya sí se nos lee, se nos oye y se nos escucha; que lo rural interesa y que por fin se han dado cuenta de que existimos. Como objetivo a corto plazo tenemos que ser capaces de crecer en número de medios de comunicación comarcales, y a la vez, empezar a tener presencia en otros medios de alcance nacional. Tenemos que llegar a más gente, y sobre todo, a esa gente que aún no nos conoce o que tiene una imagen distorsionada de cuanto acontece en nuestros pueblos. Llegar a esa gente que vive en las grandes ciudades y que a menudo desprecia aquello que ignora. Tenemos que ser capaces, de aquí en adelante, de decir con humildad pero con gran claridad, a todos los que nos quieran oír, que los pueblos y sus gentes somos los depositarios de un gran tesoro cultural, medioambiental, de recursos alimentarios y de calidad de vida que queremos seguir preservando y compartiendo con los habitantes de las ciudades y por extensión de todos aquellos que no tienen la suerte de vivir en un pueblo.

“Tenemos que llegar sobre todo a la gente que tiene una imagen distorsionada de nuestros pueblos”

6.- ¿Cuál cree que es el valor añadido que aporta el trabajo en cooperación a este proyecto, que integra realidades en el ámbito de la comunicación en el medio rural de distintas comarcas en varias regiones de la geografía nacional?

Quedan fuera de toda duda los efectos positivos de trabajar, pensar, discutir y actuar conjuntamente con otros grupos de acción local que reman en la misma dirección. En cuanto a este proyecto de comunicación, la cooperación posibilita y favorece el aunar distintas voces hasta llegar a ser una sola voz, que ponga de manifiesto las carencias y las bondades de vivir con orgullo en un pueblo. Para los propios Grupos participantes en este proyecto también es altamente positivo conocer qué se hace en cada zona, cómo piensan y viven sus gentes y qué de bueno se puede recoger de cada zona y hacerlo nuestro en cada comarca.

7.- ¿En qué medida cree que la comunicación apoya la vertebración de los territorios rurales y sirve de elemento dinamizador y de participación?

Para que la participación sea posible lo primero que se necesita es un medio donde poder participar y cada uno de nuestros medios de comunicación (periódicos, revistas, etc...) lo primero que ofrece a sus lectores es eso, un vehículo de expresión y en el que, sin tener que rendir cuentas ni pleitesías a otros intereses, se puede opinar con absoluta libertad. En nuestro caso, "El Nordeste de Segovia", nos está sirviendo como un instrumento esencial de dinamización, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, además de ser un enlace entre la gente que vivimos en el territorio y aquellos que se han tenido que marchar a trabajar y vivir fuera.

8.- En definitiva, el "El Nordeste de Segovia" es un ejemplo vivo del papel de la comunicación como factor identitario y de participación social. ¿Cómo ha sido la trayectoria de este medio de comunicación comarcal?, ¿cuál es la acogida que durante estos años está teniendo entre los habitantes de la comarca y qué beneficios aporta al territorio?

Efectivamente son ya 13 años de presencia constante y sin interrupciones de nuestro periódico en el Nordeste segoviano y en las casas de muchos emigrantes que marcharon a las ciudades y que, sin embargo, siguen manteniendo una relación fluida y constante con los diferentes pueblos y sus gentes. Previo a este periódico, y gracias al compromiso de las Asociaciones culturales de la comarca y un grupo de maestros comprometidos activamente con el medio en que vivían, se editó una revista, "El Ejido", que fue precursora del actual "El Nordeste de Segovia". A veces no ha sido fácil hacer frente al elevado coste de edición, pero la fidelidad y el tesón de los suscriptores y anunciantes, unido a la importancia del proyecto para CODINSE, ha permitido no sólo mantenerlo vivo sino también crecer y mejorar. Queda dicho que nuestro periódico es un elemento de referencia de nuestra comarca, y que como tal, nuestros lectores lo valoran positivamente.

9.- A nivel personal, ¿Qué opina de la imagen que se transmite del mundo rural a través de los medios de comunicación?

Los medios de comunicación del proyecto COMUNICACIÓN RURAL-NUEVA ERA RURAL, por su cercanía y apego a la población y al territorio dan a conocer la imagen real y adecuada de lo que es la vida en nuestros pueblos. Se aporta, a nivel informativo, lo que se tiene, que no es poco ni desdeñable; y se propicia la participación de la población suscitando el debate y la confrontación de ideas. No puedo decir lo mismo del resto de los medios de comunicación de ámbito y tirada nacional, regional o provincial, cuyo interés fundamental es la rentabilidad económica, y consecuentemente, sus

principales contenidos y noticias están dirigidos a un público lector de ciudad, que es donde se concentra el grueso de la población de nuestro país.

Lo rural aparece esporádicamente y casi siempre para dar malas noticias, algún suceso sangriento, las desavenencias entre vecinos que a veces llegan a ser luctuosas o que el pueblo tal o cual se ha quedado una semana incomunicado por la nieve y el panadero no ha podido llevar el pan. A esto se reduce, básicamente, la presencia del mundo rural en los grandes medios de comunicación. Ahora bien, para eso estamos nosotros aquí, para reivindicarnos como lo que somos y que seguiremos siendo: hombres y mujeres que creen y viven con orgullo en un mundo rural vivo y lleno de posibilidades.

10.- Teniendo en cuenta esto último, ¿Cómo va a contribuir este proyecto a incrementar la visibilidad de la auténtica realidad del mundo rural?

La idea la tenemos clara, la voluntad decidida, los medios a nuestro alcance, nos queda seguir trabajando y creciendo; ser más y hacernos oír con la claridad de la luz y la transparencia del agua limpia, es nuestro camino a seguir. No podemos dejar que otros hablen por nosotros cuando nosotros tenemos tanto que decir, reclamar y argumentar en favor del mundo rural. Por ello, doy la bienvenida y apoyo a todos aquellos Grupos y territorios que quieran sumarse a este apasionante proyecto de comunicación de todo lo nuestro: nuestra cultura, nuestro trabajo, nuestras tradiciones, nuestro paisaje y nuestra gente.



Blas Berzal en la sede de CODINSE en Campo de San Pedro (Segovia).

Foto: CODINSE

LAS ENERGÍAS RENOVABLES EN CLAVE DE JUEGO

ADAD ha organizado en Huévar varias actividades para sensibilizar a los más pequeños sobre la importancia de las renovables y los hábitos sostenibles de uso energético

Los niños y niñas de Huévar disfrutaron el 21 de septiembre y el 7 de octubre de una jornada educativa y otra de entretenimiento y ocio alternativo ligadas a las energías renovables, organizada por ADAD como actividades de sensibilización de la Acción Conjunta de Cooperación “Energías Alternativas: un futuro para el mundo rural”, que coordina el GDR Guadajoz de Córdoba.

De la jornada educativa fue protagonista el alumnado de 5º y 6º de Primaria del Colegio Posadas Carvajal, al que se familiarizó sobre las opciones energéticas menos contaminantes y sobre los hábitos de consumo que permiten un ahorro importante de energía, a través de actividades como un juego de trivial sobre energías alternativas, que acabó despertando el entusiasmo de todo el alumnado, y que junto a otros materiales divulgativos, como guías y cuadernos de actividades, se repartieron al final de la jornada.

Por otra parte, el polideportivo municipal acogió ya en octubre a pequeños y mayores que celebraron con ADAD la “Fiesta de las energías”, una actividad lúdico-recreativa en torno a las energías limpias. La Fiesta contó con una zona expositiva y de talleres y otra de juegos (porterías hinchables, bola rodadora, etc.), que hicieron las delicias de los participantes. En la zona expositiva se presentaron paneles de consumo de bombillas, maquetas de aerogeneradores y otros recursos energéticos renovables. Pero además, se realizaron talleres de maquetas solares, tatuajes con motivos renovables y se repartieron estupendos eco-regalos.

Estas actividades, que también se han celebrado en las ocho comarcas andaluzas (de Almería, Córdoba y Sevilla) implicadas en el proyecto de cooperación que financia la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, ha logrado que los más pequeños se conciencien sobre la importancia de las energías renovables en el medio rural y para favorecer hábitos sostenibles de uso energético, tanto a nivel individual como familiar.



LA VENTANILLA EMPRESARIAL Y DE PROYECTOS DE ADAD A ABRIR CON UNA ASIGNACIÓN ECONÓMICA INICIAL DE 4

Agricultura y Pesca vuelve a apostar por los Grupos de Desarrollo Rural como socios socioeconómicos del medio rural andaluz

El Presidente de ADAD, Rafael Moreno, recibía el pasado 7 de octubre de manos de la Consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, y del Consejero de la Presidencia, Antonio Ávila, la primera asignación de fondos para el periodo 2009-2011 correspondiente al Plan de Actuación Global (PAG) del Programa de Desarrollo Sostenible del Medio Rural de Andalucía.

El presupuesto adjudicado a la comarca Aljarafe-Doñana, que asciende a 4,6 millones de euros, cofinanciado por el Gobierno andaluz y la Unión Europea a través de los fondos FEADER, supone un nuevo impulso para mejorar la diversificación económica y continuar apoyando al tejido empresarial de la zona, como ya viene realizando ADAD desde hace más de una década.

Según Rafael Moreno, “en un momento tan delicado como el actual estos fondos nos ayudan a seguir creando tejido empresarial y a reactivar la economía de la comarca”. Moreno también destacó durante el acto de entrega en la sede de la Consejería de Agricultura y Pesca que “gracias a estos fondos reabrimos la ventanilla de nuestra Asociación, pudiendo de esta manera atender las expectativas del empresariado y de la ciudadanía de la comarca”.

217 MILLONES DE EUROS PARA LOS 52 GDR ANDALUCES

En total la Junta de Andalucía ha asignado más de 217 millones de euros a los 52 Grupos de Desarrollo Rural que funcionan en la comunidad autónoma, entidades colaboradoras de la Consejería de Agricultura y Pesca para la ejecución de las políticas de desarrollo sostenible en las zonas rurales. Concretamente en este nuevo periodo comunitario, según la Consejería, en todo el territorio rural andaluz se prevé la puesta en marcha de actuaciones en los sectores agrícola, ganadero, silvícola y agroindustrial, además de promover la diversificación de la economía rural y otras iniciativas en materia ambiental, aplicando en todas las intervenciones los enfoques de apoyo a la juventud y a la mujer.

Para el reparto de fondos, la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía ha tenido en cuenta el grado de ruralidad de cada territorio, indicadores socioeconómicos y la calidad de la estrategia para el desarrollo sostenible presentada. Para la elaboración de las citadas estrategias, los Grupos de Desarrollo Rural han partido de los diagnósticos NERA (Nueva Estrategia Rural para Andalucía), un análisis exhaustivo sobre las comarcas andaluzas, acompañado de un plan de acción, que en el Aljarafe-Doñana se ha destacado por su carácter participativo y por el consenso alcanzado entre todos los agentes sociales del territorio.

PAG ALJARAFE-DOÑANA 2009-2015: UN NUEVO IMPULSO AL DESARROLLO SOSTENIBLE

Fruto del intenso trabajo realizado durante la elaboración del Plan Estratégico, el nuevo Plan de Actuación Global (PAG) de ADAD, documento que regirá la ejecución del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía en la comarca y todas las actuaciones que de aquí en adelante se implementen y subvencionen por parte del Grupo, tiene entre sus principales objetivos impulsar la Estrategia territorial y consolidar el papel de ADAD (Programa 1); mejorar la competitividad del sector agrario y agroindustrial y continuar apoyando la diversificación de la economía (Programa 2), y por último, mejorar la empleabilidad, la inserción laboral y la vertebración social, además de favorecer la conservación y modernización del territorio, el medio natural y el paisaje (Programa 3).

Como valores añadidos del PAG 2009-2015 del Aljarafe-Doñana podemos destacar su origen, vinculado a un auténtico proceso participativo, la complejidad y riqueza metodológica de la que se ha nutrido dicho proceso, la temporalización del mismo (la participación se inició en el segundo semestre de 2006 y concluyó en diciembre de 2008) y la inclusión de la transversalidad de género, juventud, TIC, comunicación y sostenibilidad y cambio climático.

Consulta PAG en:

 www.adad.es

AD VUELVE
,6 MILLONES
dinamizadores



PAG 2009 - 2015

EN OCTUBRE SE DABA LUZ VERDE A LA RESOLUCIÓN Y ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA DEL PAG



El Consejo Territorial y la Junta Directiva de ADAD, en sesión celebrada el 14 de octubre, daba luz verde a la resolución definitiva del PAG Aljarafe-Doñana y su asignación presupuestaria. En esta reunión los órganos de decisión de la Asociación también analizaban y aprobaban los criterios de baremación que determinarán el porcentaje de ayudas que se concedan a los proyectos de emprendedores y otras entidades (como Ayuntamientos, Asociaciones, etc.). Asimismo, la Junta Directiva aceptaba también la incorporación de dos nuevos socios, la Fundación Andaluza de Asociaciones de Madres y Padres de Alumnos y la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado (FAECTA).

ADAD FORMA A LOS ADL PARA AGILIZAR LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS



Los agentes de desarrollo local de la comarca han participado en una primera acción formativa para aprender a manejar la herramienta informática CREAM (Centro de Recursos para Emprender en el Ámbito Rural). Este novedoso programa informático facilitará a los técnicos y a la propia Asociación la presentación de proyectos (de emprendedores, Ayuntamientos, Asociaciones, etc.) al PAG Aljarafe-Doñana. El curso ha abordado distintas materias, como la redacción de memorias, la viabilidad económico-financiera de los proyectos, el tratamiento de las líneas transversales de actuación del PAG Aljarafe-Doñana (género, juventud, medioambiente y cambio climático, etc.) y otros aspectos cualitativos y cuantitativos que deben contemplar las iniciativas de los futuros beneficiarios.

“ORNITOLOGÍA Y DESARROLLO SOSTENIBLE” ECHA A VOLAR

Financiado por el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM), entre sus objetivos está la creación de una categoría de producto turístico especializado en ornitología de carácter nacional, que se incorpore y enriquezca el ya amplio y diverso abanico de alternativas turísticas que ofrece nuestro país, una de las principales potencias del sector a nivel mundial



El MARM aprobó en septiembre la primera fase del proyecto de cooperación interterritorial “Ornitología y Desarrollo Sostenible”, presentado en julio a la orden de la Red Rural Nacional de Cooperación por la Asociación para el Desarrollo Aljarafe-Doñana (ADAD), Grupo coordinador, que ha logrado aglutinar en torno a esta iniciativa de promoción y valorización del turismo ornitológico a 62 Grupos de Desarrollo Rural de toda el territorio español.

“Ornitología y Desarrollo Sostenible” es un proyecto de cooperación en el que participan GDR y entidades colaboradoras de éstos de 9 comunidades autónomas (Andalucía, Aragón, Asturias, Castilla León, Castilla La Mancha, Cataluña, Extremadura, Madrid y Navarra) y que se plantea el reto de transformar la riqueza ornitológica que comparten estos territorios en la base de un turismo sostenible y respetuoso con el medio natural, generador de empleo y riqueza.

El objetivo de esta acción de cooperación interterritorial, según Florencio Valero, responsable técnico del proyecto en ADAD, es “la creación de una categoría y un producto de turismo ornitológico real y competitivo, que pueda comercializarse y se haga un hueco en el mercado turístico nacional e internacional, como complemento de otros productos turísticos ya existentes, como pueden ser el turismo de sol y playa o el turismo cultural”.

Para lograr este objetivo, en estos primeros meses de ejecución se han estado desarrollando tareas de asistencia para el montaje de la estructura técnica y operativa del proyecto y para programar acciones de ulteriores fases. Asimismo, en esta fase inicial del proyecto se han organizado dos interesantes Encuentros sobre “Patrimonio natural y Desarrollo” y “Gestión turística”, en los que han participado técnicos de los GDR y sus entidades colaboradoras.

Además de la creación e implantación de una categoría turística específica sobre ornitología, el proyecto “Ornitología y Desarrollo Sostenible” contempla

otras actuaciones como la sensibilización de la población, especialmente de los más jóvenes y los agricultores para favorecer la conservación de los recursos naturales, la generación de productos turísticos ornitológicos conjuntos y el aprovechamiento y la transferencia de conocimientos, experiencias y prácticas de los agentes socioeconómicos de todas las comarcas rurales que lo componen.

FERIA DE AVES DE RUTLAND

La BirdFair inglesa es la cita internacional más importante para los profesionales de la ornitología

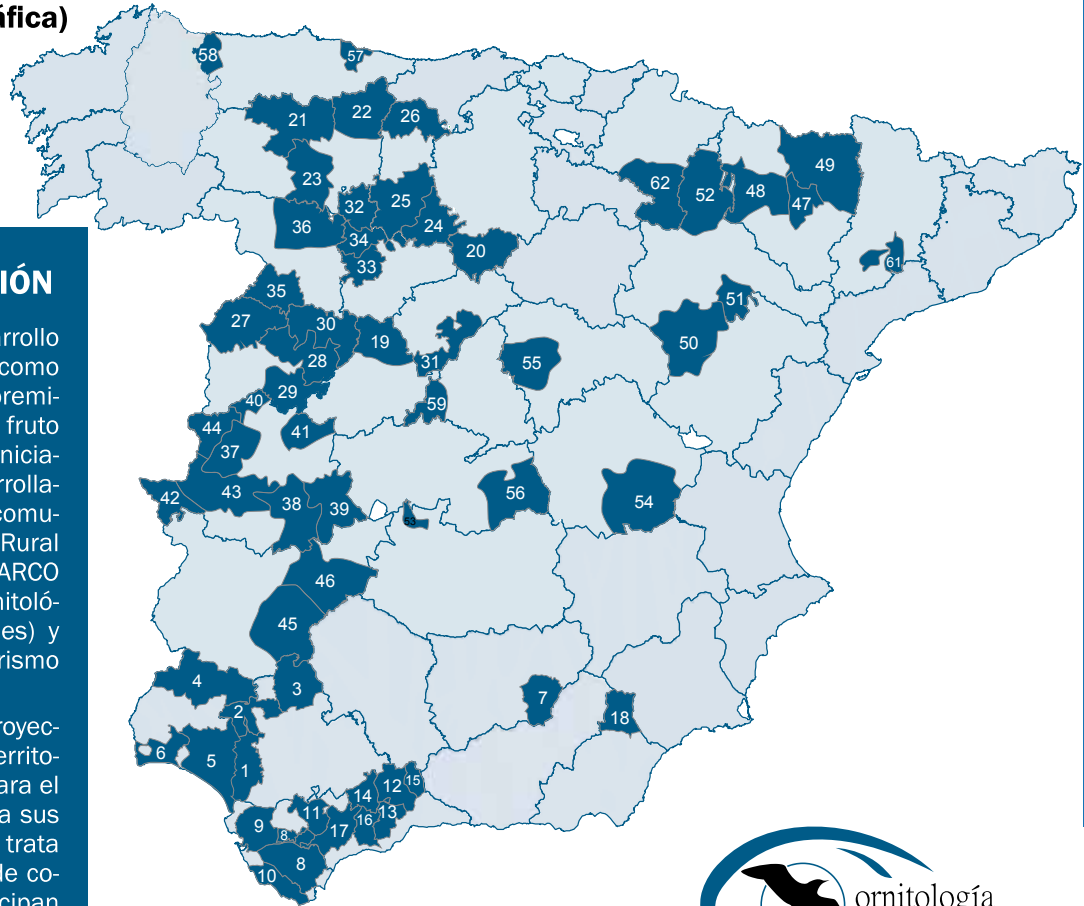
OyDS vivió su puesta de largo internacional a finales de agosto en la Feria de Aves de Rutland (Reino Unido), que en su XXI edición volvió a congrega



gar a miles de seguidores, ornitólogos, profesionales y empresarios del sector provenientes de todas las latitudes del planeta. Del 21 al 23 de agosto la campaña inglesa se convirtió en el centro neurálgico del mundo de las aves, “un marco incomparable para promocionar y difundir los objetivos de la iniciativa de cooperación”, en palabras de Florencio Valero, técnico responsable del proyecto. Según Valero, fueron muchas las personas interesadas por el patrimonio ornitológico y medioambiental de las comarcas agrupadas en torno a esta iniciativa de cooperación, quedando muchas de ellas gratamente sorprendidas por la capacidad de los Grupos españoles para aglutinar esfuerzos en torno a la puesta en valor de la riqueza ornitológica del medio rural.

Grupos participantes en el Proyecto

(distribución geográfica)



MACROCOOPERACIÓN

“Ornitología y Desarrollo Sostenible”, que tiene como una de sus principales premisas el trabajo en red, es fruto de la unificación de tres iniciativas de cooperación desarrolladas en el anterior marco comunitario, TRINO (Turismo Rural de Interior y Ornitológico), ARCO ATLÁNTICO (Turismo Ornitológico en Espacios Naturales) y RETO (Red Europea de Turismo Ornitológico).

El desarrollo de este proyecto de cooperación interterritorial supone todo un reto para el medio rural español y para sus coordinadores, ya que se trata de una de las iniciativas de cooperación en la que participan más entidades de desarrollo de las últimas décadas.

www.birdspain.es



Encuentro sobre “Patrimonio natural y Desarrollo”

Celebrado en Benacazón (Aljarafe-Doñana) del 26 al 29 de octubre, ha supuesto un intercambio de experiencias y conocimientos sobre las posibilidades que la naturaleza ofrece como recurso turístico. Para ello, a través de sesiones más teóricas y analíticas, salidas prácticas (al Espacio Natural de Doñana) y dinámicas de grupo, se ha familiarizado a los asistentes con la interpretación del medio natural y el reconocimiento de los espacios naturales; las labores de información, divulgación y dinamización tan necesarias para mejorar el potencial de acogida de las comarcas; el manejo de los equipos ópticos y otros equipamientos y herramientas, etc.



Encuentro sobre “Gestión turística”

Trujillo (Miajadas-Trujillo) acogía del 3 al 5 de noviembre acogiendo el segundo de los Encuentros organizados en esta primera fase. “Gestión turística” ofrecía a los responsables técnicos de los Grupos la oportunidad de trabajar y compartir contenidos de la teoría y práctica turística orientados al sector ornitológico. La adecuación de los recursos para su uso turístico, las necesidades de la oferta básica, la demanda y la situación actual del sector o el marketing del turismo ornitológico, además de la idea de “Club de producto”, fueron algunas de las materias tratadas. Los participantes visitaron además el Parque Nacional de Monfragüe (Cáceres), primer espacio natural protegido de Extremadura.

LOS MITOS Y TRAMPAS DEL AMOR, LA ASIGNATURA PENDIENTE DE LAS MUJERES DEL SIGLO XXI

La Asociación de Mujeres AFAN XXI, en colaboración con ADAD y BAKUN, reunió en Salteras a mujeres de la comarca para analizar en profundidad los mitos y trampas asociados al amor, muy vinculados con las tradiciones y la cultura patriarcal, la publicidad y el marketing o las creencias y dogmas religiosos. En la inauguración, la Presidenta de AFAN XXI, Marisa Morales, que estuvo acompañada por el Gerente de ADAD, Alfredo Florencio, y el alcalde de Salteras, Antonio Valverde, destacó que “desde el empoderamiento las mujeres tienen que desafiar el amor patriarcal y aprender a manejar la inteligencia emocional” y subrayó la relación directa existente entre el amor patriarcal y la violencia de género.



En la mesa presidencial, el gerente de ADAD, la presidenta de AFAN XXI y el Alcalde de Salteras.

El taller continuó con una conferencia impartida por Miriam Bastidas, del Instituto Internacional BAKUN, que hizo referencia a los “mitos y trampas del amor” como la asignatura pendiente de las mujeres en el siglo XXI, en el momento en que impide u obstaculiza la elección de la mujer de participar en otros escenarios (políticos, asociativos, económicos, etc.). Posteriormente un panel de expertas profundizaron en los mitos y trampas del amor desde sus distintas perspectivas personales, laborales y/o de compromiso social.

ADAD REIVINDICA EL PAPEL DE LA EMPRENDEDORA RURAL

La Asociación anunció en el I Encuentro de AMEDALYD el próximo inicio de una nueva etapa de la Escuela de Liderazgo Femenino con empresarias de la comarca y el apoyo a las empresas de mujeres

La sede de ADAD en Pilas acogía el 15 de octubre, día Mundial de la Mujer Rural, el I Encuentro de Empresarias y Empresarios de la comarca Aljarafe-Doñana, una iniciativa de la Asociación de Emprendedoras del territorio Aljarafe-Doñana (AMEDALYD) organizada para promocionar el tejido empresarial y favorecer el intercambio de experiencias y la creación de redes y alianzas comerciales.



Imagen de la comunicación de la técnica de Género de ADAD, Eva Martínez de León.

En este foro, Eva Martínez de León, técnica de Género de ADAD, señaló que aunque son muchas las necesidades e intereses que comparten empresarios y empresarias, también existen elementos de partida, sensibles al género, que los diferencian. En este sentido, la representante de ADAD disertó sobre algunos factores que determinan una situación de desventaja en el emprendimiento femenino, de ahí que “aunque existan medidas de apoyo a las empresas de mujeres, el impacto que éstas tienen no es todavía eficaz ni suficiente”.

Para continuar apoyando las iniciativas empresariales de mujeres, Martínez de León anunció el inicio en breve de una nueva etapa de la Escuela de Liderazgo Femenino dirigida a las empresarias de la comarca y la discriminación positiva que realizará la Asociación a los proyectos de mujeres que se presenten al PAG 2009-2015.

“DOÑANA ACTUAL” PONE EL ACENTO EN LA ESTRATEGIA DE GÉNERO DE ADAD

Doñana Actual”, publicación mensual de la Fundación Doñana 21, se hacía eco en su edición de octubre de la labor que realiza el área de género de la Asociación para el Desarrollo Aljarafe-Doñana para hacer visible y mejorar las condiciones de la mujer rural y su posicionamiento en las dinámicas de desarrollo. La Fundación publicaba un amplio reportaje en el que reflexionaba sobre algunas de las conclusiones de las distintas investigaciones llevadas a cabo por ADAD en los últimos años (como el “Estudio sobre la Diversidad y Heterogeneidad de las mujeres” o el “Observatorio de Género”), y adelantaba algunas de las directrices que la Asociación continuará marcando para mejorar la situación y posición de la mujer en la comarca, ampliamente recogidas en la Estrategia de Género del Plan de Actuación Global.



Ilustración: Fundación Doñana 21

“¿VOSOTRAS LO TENÉIS TODO HECHO YA?”



“Es una asociación de mujeres diferente, hacen muchas cosas y muy interesantes, una asociación muy abierta a todo el mundo. Me han sorprendido muy gratamente”. Así resume Fátima Acevedo, una joven Graduada Social reciente fichaje de AFAN XXI, su visión y experiencia como vocal y miembro de la asociación de mujeres de Salteras, la primera asociación sin ánimo de lucro creada en esta localidad del Aljarafe-Doñana.

Con una clara trayectoria ligada a la equidad de género, la formación y la cultura, y un compromiso permanente con los temas y problemas sociales de su entorno, AFAN XXI es una entidad pionera en la puesta en marcha de iniciativas poco ortodoxas en el universo del asociacionismo femenino, que

durante años ha estado trabajando para solventar algunas carencias culturales y sociales locales y que ha servido de acicate y estímulo para la creación de escuelas deportivas y culturales municipales, cursos de formación y en general nuevos servicios a la ciudadanía.

“Más que lúdico, nuestro objetivo siempre ha sido la formación de nuestras socias, luchar por la igualdad y ofrecer servicios”, para mejorar la situación y posicionamiento de la mujer y facilitar la conciliación de la vida personal-profesional y la participación en las actividades de la asociación, comenta Marisa Morales, Presidenta de AFAN XXI desde su fundación. Para esto último, en los primeros años, mientras podían hacer uso de las aulas de la guardería municipal, ofrecían este servicio a sus socias, para que participaran activamente y sin preocupaciones añadidas de todas las iniciativas organizadas, poniendo en evidencia sus capacidades para responder a las necesidades de la vida cotidiana de las mujeres.

PRESIDENTA

MARISA MORALES



“ME HA SERVIDO MUCHÍSIMO PARTICIPAR EN LA ESCUELA DE LIDERAZGO DE ADAD. DE ELLA SURGIÓ NUESTRO INTERÉS POR LOS MITOS Y TRAMPAS DEL AMOR, QUE HAY QUE ROMPER PARA QUE NOS DEMOS CUENTA QUE TENEMOS NUESTRA VIDA PROPIA”

VICEPRESIDENTA

CONSUELO NOGUERA



“EL MOVIMIENTO ASOCIATIVO TIENE QUE ACOGER MÁS DIVERSIDAD, Y ESPECIALMENTE A LAS MUJERES JÓVENES, COMO ESTAMOS HACIENDO NOSOTRAS, QUE TENEMOS UNA GRAN REPRESENTATIVIDAD DE MUJERES JÓVENES NUEVAS POBLADORAS”

TESORERA

M^a DOLORES ALARCÓN



“¿CÓMO ENCUENTRO MI SITIO SIN QUE SE ESTROPEE LA ARMONÍA FAMILIAR? ESTO ES UN DILEMA PARA LAS MUJERES DE MI GENERACIÓN. EL CUIDADO DE LA FAMILIA SE ESTÁ COMIENDO LA LIBERTAD DE NUESTRA MADUREZ”

VOCAL

PURI NOGALES



“CUANDO EMPEZAMOS A ASISTIR A LOS CURSOS Y TALLERES QUE ORGANIZÁBAMOS, Y TOMÁBAMOS CAFÉ EN LOS BARES DEL PUEBLO, MUCHAS MUJERES NOS DECÍAN, “PERO ¿USTEDES LO TENÉIS TODO HECHO YA?””

VOCAL

FÁTIMA ACEVEDO



“LA MUJER EN EL PUEBLO SE AUTOLIMITA MÁS, SE DEJA LLEVAR MÁS POR LA PRESIÓN SOCIAL QUE SIGUE EXISTIENDO. SIN EMBARGO, ES CURIOSO CÓMO SE ES MÁS PERMISIVO CON LAS MUJERES NUEVAS POBLADORAS”

Durante los diez años ya recorridos (su creación se remonta a 1999), AFAN XXI ha apoyado y apostado fuerte por sus mujeres, para hacerlas más conscientes de las diferencias de género y reconvertir los obstáculos en estímulos para el **desarrollo personal y profesional** (con talleres de autoestima, sobre género, sensibilizando a la población escolar a través de distintas actividades, etc.); **independientes** (con formación sobre temas jurídicos, redacción de testamento, autonomía económica, etc.); **cultas y formadas** (visitas culturales, talleres de protocolo, de cultura popular andaluza, de técnicas de estudio...); **sanas y deportistas** (cursos de natación, gimnasia, talleres sobre temas sanitarios relacionados con la mujer, etc.); **emprendedoras** (talleres y cursos para facilitar el emprendimiento y la creación de empresas, contabilidad agraria, etc.) **participativas** (Cabalgata de Reyes Magos, Belén Viviente) y **alegres** (danza oriental, encuentros, viajes). Con este panel de actividades, AFAN XXI ha logrado abarcar diferentes dimensiones básicas para el inicio y consolidación del empoderamiento femenino, a nivel individual y colectivo.

Y como resultado de este ingente trabajo, abanderado por un grupo de mujeres brillantes y entusiastas (su Junta Directiva), AFAN XXI ha logrado aglutinar a féminas rurales poderosas, muchas de ellas nuevas pobladoras completamente integradas en la dinámica local con el apoyo de sus compañeras, con capacidad para hacerse a sí mismas, y con competencias y habilidades para reinventarse como mujeres en un entorno a veces hostil, “en un mar que nos rodea que tenemos que cambiar, por el constante dilema que se nos presenta entre conseguir la armonía familiar y no renunciar a tu libertad”, en palabras de M^a Dolores Alarcón, tesorera de la asociación.

ADAD PONE VOZ A LAS MUJERES DEL MEDIO RURAL EN EL I CONGRESO INTERNACIONAL DE LIDERAZGO FEMENINO



Carmen García Ribas
Presidenta del Comité Organizador del
Congreso y Directora del Programa
Liderazgo Femenino de la Universidad
Pompeu Fabra

“El liderazgo femenino tiene que llevarnos a autorizarnos a relatar la realidad desde la voz y el sentimiento de las mujeres”

1- ¿Por qué es tan importante en este momento hablar de liderazgo femenino?

Es importante por la falta de liderazgo femenino (LF). Por un lado hay una falta de liderazgo en términos individuales porque las mujeres no nos autorizamos. Lo que yo explico de la orientación a complacer y gustar es, en definitiva, falta de liderazgo, aunque tengamos muchos valores, muchas capacidades y seamos muy trabajadoras. Pero liderar significa tomar las riendas de tu proyecto, y las mujeres, por un aprendizaje cultural, tratamos de complacer y no nos planteamos de verdad cuál es nuestro proyecto. Y como consecuencia de esto, hay una falta de liderazgo social y una pérdida del talento de las mujeres. En Barcelona se ha cuantificado la pérdida de este talento en 1000 millones de euros al año pero si extrapolamos estos datos a toda España saldría una cifra escandalosa.

2- Usted defiende además que el liderazgo femenino no es sólo un posicionamiento teórico.

No, el LF es acción, tiene que ser una reflexión que lleve a la acción, no a la queja. La queja, que ha sido un territorio de comunicación de las mujeres, es por sí misma desmovilizadora. Por eso, cuando me han preguntado sobre los objetivos del Congreso hablo de hacer la revolución, es decir, generar un movimiento de

conciencia que nos lleve a otro estadio. Y en cambio, sólo una reflexión teórica se quedaría como mucho en la queja. Nosotras no nos quejamos, estamos reflexionando para tomar conciencia y pasar a la acción.

3. ¿Cuáles son, en su opinión, las principales claves del LF?

Más que claves diría que lo más importante del LF es autorizarnos a reescribir todo el conocimiento desde la visión de las mujeres. Ahora, tanto la filosofía como la medicina, la empresa, etc. está visto y explicado con ojos y voz masculinos, es el patrón cultural. En este patrón, las mujeres somos como huéspedes. El objetivo del LF es autorizarnos a relatar la realidad desde la voz y el sentimiento de las mujeres.

4. Ha creado usted el término “Maripili” para referirse a la mujer complaciente, que quiere sentirse querida, ¿cómo se imagina usted a la Maripili del mundo rural?

¡Ay la Maripili del medio rural! Me la imagino fatal, igual que en el medio urbano pero con características diferentes porque si en algún sitio se afianzan más los estereotipos es en el medio rural. De todas formas, también hay que destacar que el mundo rural tradicionalmente ha generado mucho matriarcado, es decir, mujeres que son la cabeza de la familia, y como tal, que tienen componentes de liderazgo muy potentes. Pero al mismo tiempo los estereotipos tradicionales de convivencia, hijos, familia, etc. en el medio rural son menos permisivos, menos abiertos que en medios urbanos.

500 EXPERTAS DEBATIERON DEL 16 AL 19 DE SEPTIEMBRE EN LA UNIVERSIDAD POMPEU FABRA DE BARCELONA SOBRE EL NUEVO PARADIGMA DE LIDERAZGO FEMENINO

La Asociación para el Desarrollo Aljarafe-Doñana ha participado en septiembre en el I Congreso Internacional de Liderazgo Femenino (LIFE'09) celebrado en Europa, organizado por la Universidad Pompeu Fabra en la sede de la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI) de Barcelona. ADAD, único Grupo de Desarrollo Rural presente en este evento internacional, fue además la única entidad que representó y dio voz a la mujer del medio rural europeo, a través de una superficie expositiva propia y una comunicación de su experiencia de trabajo en la comarca Aljarafe-Doñana.

En dicha comunicación, impartida por la técnica de género del Grupo de Desarrollo, Eva Martínez de León, las 500 participantes en este Congreso de Liderazgo Femenino han conocido el trabajo que viene realizando el GDR en los últimos años para potenciar el liderazgo y empoderamiento femenino en el medio rural andaluz, así como las principales líneas maestras del proyecto de cooperación que ADAD quiere implementar en el futuro "Liderazgo y empoderamiento de mujeres, fuentes de desarrollo rural".



4. ¿Cómo cree que debe trabajarse el LF en el medio rural?

No me autorizo a opinar en un ámbito que vosotras conocéis mucho más. Yo creo que una vez que has integrado el comportamiento estratégico, sabes llevarlo a cada ámbito. El objetivo principal de este Congreso es provocar la reflexión, así, si provocamos la reflexión, a vosotras, que estáis en ese ámbito, ya se os ocurrirán fórmulas de LF.

5. Desde ADAD estamos trabajando el LF a través de Escuelas de Liderazgo con técnicas, políticas y representantes de asociaciones (triángulo del poder), y desde una perspectiva intercultural y de diversidad.

Al conoceros veo que sois personas muy brillantes, con una capacidad de abstracción y conceptualización muy poderosa, y seguro que hacéis un trabajo magnífico. Para mí la base del LF es convertir el concepto en he-



RAFAELA
PASTOR
MARTÍNEZ

Como Presidenta de la "Plataforma Andaluza de Apoyo al Lobby Europeo de Mujeres", ¿qué aspectos crees que te han ayudado a posicionarte como lideresa de este importante movimiento asociativo?

Creo que ser madre soltera desde hace casi 30 años y haber trabajado siendo explotada en fábricas desde los 12 y ninguneada en otras organizaciones por querer defender, a voces, los derechos de la mujer y de los más excluidos, me ha hecho ser capaz, de levantar la voz, para defender los derechos de todas las mujeres del mundo.

rramientas, igual que hago yo para mejorar la comunicación, y veo que vosotras también lo hacéis así. La clave está en que las participantes de vuestras Escuelas saquen herramientas que le sirvan en el día a día para mejorar el liderazgo.

6.- ¿Qué le parece que hayamos organizado un proyecto para trabajar el LF en red y a nivel nacional?

Establecer redes es muy interesante, el problema es que la red en sí misma, su mantenimiento, consume mucho trabajo. Para mí el objetivo es, eso que hacemos da herramientas concretas a las mujeres concretas para que mejoren su vida, la respuesta es sí. ¿Nos juntamos todas para quejarnos? Entonces no. Si esto tiene una traslación práctica en herramientas de liderazgo, sí es bueno.

7.- ¿Y sobre el "nuevo paradigma" qué puede indicarme en pocas palabras?

El nuevo paradigma es ir construyendo una realidad en femenino en todos los ámbitos, en el rural, el universitario, el médico. Es ir creando identidad femenina en todos los ámbitos.



MAIRA
CRISTINA
ARAUJO

¿Qué complicaciones estás encontrando a la hora de profundizar en la teoría y la filosofía del liderazgo femenino como estudiante de doctorado en la materia?

Algo que debería ser sencillo y no lo es es encontrar buena literatura.

Cuando empiezas a buscar literatura sobre liderazgo femenino, aparece poca información útil. Me parece más fácil buscar por liderazgo en general y después filtrar la información encontrada, direccionada para el liderazgo femenino.

El tema de mi tesis doctoral, estará basado en las diferencias entre el femenino y el masculino, y si realmente existe la necesidad de que la mujer se masculinice para ser vista como líder. ¡Yo creo que no! Que la femineidad es un punto fuerte para las mujeres. Si es cierto, ya lo sabremos cuando se termine el estudio.

COMPROMETIDOS CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

ADAD asistió a finales de septiembre en Punta Umbría (Huelva) a la I Conferencia Europea para la Promoción de Acciones Locales frente al Cambio Climático, organizada por la Diputación de Huelva. Este evento, que concluyó con la firma del “Pacto de Gobiernos Locales” -que rubricaron primeros ediles de nuestra comarca como el pileño José Leocadio Ortega, el presidente de ADAD y alcalde de Huévar, Rafael Moreno, y Juan Escámez, alcalde de Sanlúcar la Mayor-, congregó a expertos internacionales y representantes municipales y supramunicipales de toda la geografía española que discutieron sobre las posibilidades y prácticas de actuaciones que desde lo local pueden incidir positivamente en la lucha contra los efectos del calentamiento global.



En la foto, de izquierda a derecha, Alicia Suárez (ADL del Ayuntamiento de Pilas) Juan Ignacio Gómez (Concejal de Medioambiente de Pilas), Rocío Gómez y Susana Carrasco (técnicas de ADAD)

La activista por los derechos de la mujer y del medioambiente india Vandana Shiva fue la encargada de la apertura de la Conferencia con una interesante ponencia en la que puso de manifiesto la necesidad de “ir más allá de las palabras, de la retórica, porque la retórica no va a invertir las tendencias devastadoras que amenazan con arrasar nuestra especie del planeta”, aseguró. Para la ecofeminista, la crisis económica y la pobreza son realidades interconectadas de una misma crisis, y por ello, necesitan “soluciones interconectadas en todos esos campos”. Para alcanzar estas soluciones, Shiva abogó por activar el “imperativo político de la acción local, que procede de la democracia, y porque ha fracasado la acción internacional”.

ADAD EN EL CONGRESO DE EUROPARC-ESPAÑA

El XV Congreso de EUROPARC-España reunió en Santander a casi 200 técnicos y responsables de espacios naturales protegidos españoles y otras instituciones públicas, entre las que se encontraba ADAD, para debatir sobre la importancia que estos espacios tienen en la generación de un desarrollo sostenible de los territorios rurales. En este foro, el gerente de ADAD, Alfredo Florencio, intervino para explicar la importancia del turismo sostenible como motor de desarrollo y aliado de la conservación en el medio rural, a través de herramientas como la Carta Europa de Turismo Sostenible (CETS). Florencio afirmó que la participación que se está generando en las zonas rurales en el proceso de obtención, gestión y consolidación de la CETS está sirviendo para establecer sinergias y redes de cooperación entre los GDR y los espacios naturales.



A. Florencio (primero a la izquierda) habló del Turismo Sostenible como aliado de la conservación.



ADAD EN LA CONMEMORACIÓN DE LA LEY DE DE ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

Con motivo del XX aniversario de la Ley de Inventario de Espacios Naturales de Andalucía, la Consejería de Medio Ambiente celebró en junio en Sevilla una jornada provincial para abordar los logros y problemáticas vinculadas a la historia de los espacios naturales de nuestra región. Este encuentro, estructurado en cinco grupos de trabajo, dio cabida a la reflexión en torno al desarrollo sostenible, la conservación de la biodiversidad, la participación social y las infraestructuras y edificaciones en los espacios naturales, así como la función de estos espacios en la sociedad. Alfredo Florencio, gerente de ADAD, participó en el grupo de trabajo sobre “Infraestructuras y edificaciones en los espacios naturales protegidos”, donde reflexionó sobre la promoción empresarial privada en el entorno de los mismos, abogando por simplificar las tramitaciones y permisos necesarios para la creación de empresas sostenibles, ya que el procedimiento de protección natural ralentiza el desarrollo de la actividad económica rural.

LA CONSEJERÍA DE TURISMO APRUEBA LA ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE DE LA COMARCA DE DOÑANA



Para el Presidente de la ADTCD y alcalde de Villamanrique, José Solís, supone un respaldo definitivo a la consolidación de un turismo sostenible y de calidad

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía ha aprobado recientemente la Estrategia de Turismo Sostenible (ETS) de la comarca de Doñana, una iniciativa de la Asociación para el Desarrollo del Territorio de la Comarca de Doñana (ADTCD) para el ámbito de actuación de este espacio natural andaluz, que es Reserva de la Biosfera y Patrimonio de la Humanidad.

La ETS, en cuya elaboración ha colaborado de forma activa ADAD, ha conseguido aglutinar en torno a un programa de turismo “participado y consensuado” los intereses del espacio natural, empresarios, sindicatos, agentes sociales y 14 administraciones públicas locales de 3 provincias andaluzas (Cádiz, Huelva y Sevilla), suponiendo una apuesta definitiva del gobierno andaluz por la consolidación de un turismo sostenible y de calidad en una de las zonas medioambientalmente más valiosas de Europa.

José Solís de la Rosa, alcalde de Villamanrique de la Condesa y presidente de la Asociación para el Desarrollo del Territorio de Doñana, en conversación con ADAD, ha mostrado su satisfacción por la aprobación de la Estrategia turística de la comarca, subrayando la implicación y confianza que los municipios han depositado en el desarrollo turístico de la zona a través de este proyecto, “ya que el turismo es uno de los sectores con más potencial económico en el territorio”.

Según Solís, “hemos sido capaces de crear un proyecto para todo el territorio, un proyecto compacto y coordinado, en el que todos los municipios hemos creído y que será gestionado por una Asociación que va a aglutinar los intereses de todos y que se va a poner a la cabeza del desarrollo turístico comarcal”.

El programa de Turismo Sostenible de Doñana se ejecutará durante 4 años a través de más de medio centenar de actuaciones que tendrán como objetivos prioritarios crear un producto turístico comarcal, fortalecer el sector empresarial turístico y potenciar la creación de empleo, favorecer el mantenimiento y mejora del espacio turístico e impulsar la implantación de sistemas y herramientas para la sostenibilidad medioambiental.

Esta Estrategia de Turismo Sostenible de Doñana será cofinanciada por la Consejería, los Ayuntamientos de la comarca y los organismos y empresarios implicados en la misma, aglutinados en la Asociación de Desarrollo del Territorio de Doñana, formada por los 14 Ayuntamientos en las provincias de Cádiz, Huelva y Sevilla que están integrados en el Espacio Natural, empresarios y agentes sociales y económicos, así como los Grupos de Desarrollo Rural Aljarafe-Doñana (ADAD) y del Condado de Huelva (ADERCON), la Fundación Doñana 21 y el Espacio Natural de Doñana.

El ámbito de intervención territorial de dicha Iniciativa está formado por las localidades de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz); Almonte, Bollullos Par del Condado, Bonares, Hinojos, Lucena del Puerto, Moguer, Palos de la Frontera y Rociana del Condado (Huelva) y Aznalcázar, Isla Mayor, Pilas, La Puebla del Río y Villamanrique de la Condesa (Sevilla).

JORNADAS DE TURISMO DE CALIDAD DE BOLLULLOS DE LA MITACIÓN

ADAD participó en junio en el centro de educación ambiental “La Juliana” de Bollullos de la Mitación en unas jornadas sobre turismo de calidad organizadas por la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de la localidad. En este foro, que congregó a emprendedores y representantes técnicos y políticos comarcales del sector, el técnico de ADAD Florencio Valero hizo un balance del trabajo realizado por el GDR en materia turística en los últimos marcos, así como de los retos que supone continuar en el futuro estimulando y fortaleciendo el turismo comarcal.



“ARDEA PURPUREA” EN LA REVISTA DE LA JUNTA “HUELLA RURAL”



La última edición anual de la revista “Huella Rural”, de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía, dedica un apartado especial a ADAD y algunos de los proyectos financiados por la Asociación, como el complejo turístico “Ardea Purpurea”. “Huella Rural” destacaba al GDR como entidad que está trabajando para “concebir nuevos escenarios rurales donde la agricultura y la ganadería no sean los únicos recursos para garantizar la subsistencia” (Editorial), apoyando iniciativas de diversificación económica como el recientemente inaugurado complejo turístico de Villamanrique de Condesa.

ADAD TRASLADA LA EXPERIENCIA DE LA CETS DE DOÑANA A CABAÑEROS

La Mancomunidad de Cabañeros organizó en septiembre en Horcajo de los Montes (Ciudad Real) unas jornadas formativas sobre la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) en las que Alfredo Florencio, Gerente de la Asociación, intervino para exponer la experiencia de ADAD en la consecución y mantenimiento de esta distinción europea en Doñana, así como los hitos más importantes que llevaron a su obtención.

Además de poner en conocimiento de los agentes comarcales los beneficios que la implantación de la CETS en el Parque Nacional de Cabañeros aportará a este espacio natural y su entorno, durante las jornadas se evidenció que el nuevo modelo orientará el desarrollo turístico de la zona hacia criterios de sostenibilidad, participación y respeto ambiental, distinguiendo a nivel europeo el espacio castellano-manchego como territorio de excelencia en materia de turismo sostenible. La Carta Europea de Turismo Sostenible es una acreditación de ámbito europeo que otorga la Federación EUROPARC a los espacios naturales protegidos que demuestran un compromiso real y continuado con el turismo sostenible.



COMUNICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD, SENSIBILIZACIÓN Y REFERENCIA

Jaime Quintero Balbuena
Jefe Dpto. de Información y Comunicación
Fundación Doñana 21

“La comunicación de los proyectos y actividades que la Fundación Doñana 21 ha llevado a cabo ha sido esencial”

La Fundación Doñana 21 es una Fundación Pública Andaluza que dinamiza planes de Desarrollo Sostenible en la Comarca de Doñana desde 1.997, por tanto, lleva más de una década ejecutando actividades en pos de compatibilizar un desarrollo económico y social con el máximo respeto a un entorno medioambiental declarado Patrimonio de la Humanidad, entre otras distinciones. En este sentido, Doñana fue el primer espacio natural en contar con un Plan de Desarrollo Sostenible (o PDS), entre 1.993 y 2.002, basado principalmente en las infraestructuras, siendo esta fundación la entidad que lideró dicha iniciativa. Hoy en día, nuevas líneas estratégicas vertebran el 2º PDS, basado en mayor medida en las capacidades sociales, y que nace con un elevado grado de participación social e innovación ya desde su propia elaboración.

En toda su trayectoria, la Fundación Doñana 21 se ha consolidado como punto de encuentro y consenso de las iniciativas y esfuerzos en clave sostenible que redundan en un mayor bienestar y calidad de vida de la ciudadanía de los 14 municipios que componen la mencionada comarca. A lo largo de los años, la comunicación de los proyectos y actividades que la Fundación Doñana 21 ha llevado a cabo ha sido esencial, clave para la sensibilización y el conocimiento en el propio ámbito de actuación, y de cara a las instituciones vinculadas a esta entidad, como por ejemplo, las que integran su Patronato, principal órgano de gestión de la institución.

Hoy el ‘desarrollo sostenible’ es un concepto consolidado a nivel global, desde que se acuñara a nivel internacional en la Cumbre de Río de Janeiro de 1.993, y ha conseguido convertirse en una etiqueta reconocida como propia en muchas iniciativas que conforman hoy la vida cotidiana y los quehaceres de la Comarca de Doñana. Si bien, esta circunstancia no siempre fue así, y el desconocimiento e incluso la desconfianza primero hacia el término y las funciones de la propia Doñana 21, a partir de su fundación, llevaron a la confusión y los planteamientos encontrados más o menos interesados.

Por este motivo, inicialmente, los objetivos del Gabinete de Comunicación de la Fundación Doñana 21 (departamento que nace con la propia institución) pasaban por dar a conocer la filosofía sostenible, como modelo de gestión socioeconómico, como estrategia política de consenso, como herramienta para el fomento responsable de un territorio que se encontraba en una eterna lucha de intereses entre conservación y desarrollo, e incluso como un modo de vida para los habitantes de los municipios. Sensibilizar sobre el desarrollo sostenible y las actividades conducentes al mismo impulsadas por Doñana 21 fueron las primeras prioridades en la comunicación de la entidad. Y así vieron la luz instrumentos como la web institucional Donana.es, la revista (que a lo largo de los años ha evolucionado hacia diferentes cabeceras) y actividades emblemáticas como el Premio Nacional de Periodismo al Desarrollo Sostenible (que reconoce la labor de los medios de comunicación en la difusión del concepto de este modelo de desarrollo), o el Congreso/Encuentro de Comunicación (que también ha evolucionado en sus formatos, manteniendo vivo el debate entre periodistas y fuentes de información de Doñana).

Con el paso de los años, todas las actuaciones del Gabinete de Comunicación han perseguido:

- Convertir/consolidar a la Fundación Doñana 21 en referente de sostenibilidad, en el ámbito comarcal, regional y/o nacional.
- Generar debates y discursos propios en torno a la sostenibilidad, a partir de la experiencia adquirida en la trayectoria de la entidad.

- Consolidar el valor referencial de la Fundación entre los medios de comunicación y otras entidades públicas como órgano de consulta y asesoría en materia de sostenibilidad.

- Definir el espacio de actuación y autonomía de la Fundación Doñana 21, su hegemonía en el mapa institucional de la Comarca a partir de una mayor transparencia informativa interna (Patronato y personal de Doñana 21) y externa con los medios de comunicación.

Hoy en día, la Fundación Doñana 21 puede decirse que ha conseguido alcanzar estos objetivos, que no dejan de ser una constante a mantener en el tiempo, por lo que ‘consolidar’ se convierte en la prioridad a partir de ahora.

No obstante, el cambio de Dirección en Doñana 21 desde noviembre de 2.008, con una nueva presidenta en la figura de Cinta Castillo, consejera de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, y un nuevo gerente, junto a la incorporación del total de municipios de la comarca en el Patronato de la entidad, ha supuesto una reorientación en las líneas estratégicas establecidas de la institución, sin olvidar los objetivos fundacionales primigenios.

Así pues, el Gabinete de Comunicación de Doñana 21 ha reorientado e impulsado sus comunicaciones hacia los municipios, destinando para ello todos los esfuerzos, con la intención de que la Fundación se convierta en una entidad más cercana al ciudadano, a sus intereses y necesidades, más accesible. Y para ello, ya se han establecido nuevas pautas y actuaciones, como la apertura de contenidos informativos de la web Donana.es a las informaciones municipales, o la aparición de la revista ‘Doñana Actual’, que recorre mensualmente cada municipio ofreciendo a la comarca un abanico de informaciones y experiencias intercambiables, y la posibilidad de visualizar a los ciudadanos a partir de entrevistas y noticias relacionadas. Igualmente, ya se está trabajando de manera más coordinada con los técnicos de comunicación de los diferentes consistorios, así como con los medios de comunicación locales, objeto de las campañas de comunicación y promoción de la Fundación Doñana 21.

Así pues, esta entidad, pionera en la dinamización de planes de desarrollo sostenible en la Comarca de Doñana continúa sirviendo como punto de encuentro y consenso de sinergias en torno a este modelo de desarrollo, consolidando su posición referencial fuera del territorio, y acercando la institución a la ciudadanía, como principales destinatarios de sus actividades y proyectos.

Los ciudadanos de Doñana son y serán los protagonistas de su propio desarrollo, en clave sostenible, con la dinamización y la experiencia de una Fundación con más de doce años de andadura, asumiendo entre todos que “no hay posibilidad de desarrollo sin conservación, ni conservación sin desarrollo”.

“El Gabinete de Comunicación ha reorientado e impulsado sus comunicaciones hacia los municipios, con la intención de que la Fundación se convierta en una entidad más cercana al ciudadano”



Foto: Fundación Doñana 21

Doñana 21 lleva 9 años reconociendo el periodismo comprometido con el desarrollo sostenible. En la imagen de abajo, los galardones que se entregan a los premiados.



Foto: Fundación Doñana 21

ADAD, EJEMPLO DE DINAMIZACIÓN DE RECURSOS ENDÓGENOS PARA TÉCNICOS DE D. RURAL DE MADRID

Alfredo Florencio intervino el 20 de octubre en el Foro Abierto "Dinamización de recursos endógenos a través de estrategias de desarrollo rural" del Instituto Madrileño de Administración Pública, en el que se presentaron iniciativas de agentes de desarrollo rural de toda España que por su carácter innovador y estratégico pueden servir de referencia en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Madrid 2007-2013.

El representante de ADAD, único Grupo de Desarrollo Rural andaluz invitado al Foro, explicó la experiencia de la Asociación como dinamizadora y protagonista de algunos proyectos emblemáticos en la comarca Aljarafe-Doñana, como "Integración de Nuevos Pobladores", "Recuperación de espacios degradados" y otras iniciativas de apoyo a la modernización sostenible de la agroindustria, de compromiso ambiental o de incidencia de género.

ANDALUCÍA INTERACTIVA: LO IMPORTANTE ES PARTICIPAR



Un equipo de 1º y 2ª de ESO del Instituto Cardenal Spinola de Sanlúcar la Mayor representó en octubre a la comarca en la segunda edición del Concurso "Andalucía Interactiva", celebrado en La Rambla (Córdoba). Los estudiantes disfrutaron, junto con casi 300 jóvenes de Córdoba, Granada, Jaén, Sevilla y Málaga, de un encuentro lúdico-recreativo.

AEROMODELISMO EN PILAS



Foto Ayuntamiento de Pílas

El alcalde de Pílas, José Leocadio Ortega, inauguraba este verano la pista de aeromodelismo y el merendero "Los Olivos", financiados por ADAD a través del Grupo de Cooperación "Nuevos Territorios". Estas instalaciones deportivas, ubicadas en un antiguo vertedero, están compuestas de una pista de 1950 m², aparcamiento, sendas peatonales, merenderos y caseta multiusos en un entorno de arboleda y monte mediterráneo.



Foto: Hdad. Veracruz. Benacazón

FORMACIÓN PARA EL EMPLEO

Susana Carrasco, técnica de ADAD, impartía a primeros de octubre una charla sobre las posibilidades de emprendimiento en la comarca a los alumnos y alumnas del Taller de Empleo "Reforma y Ampliación de la Capilla de la Vera-Cruz" en Benacazón. Esta iniciativa de formación para la inserción laboral, promovida por la propia Hermandad, está posibilitando la restauración de la Capilla y de la Casa de la Vera-Cruz en este municipio del Aljarafe-Doñana.

ADAD RENUEVA SU COMPROMISO DE GESTIÓN DE CALIDAD Y RESPETO AMBIENTAL

La Asociación también ha logrado que la Fundación amplíe el ámbito geográfico para la implantación de su marchio de calidad, la Etiqueta Doñana 21, a toda la comarca Aljarafe-Doñana



ADAD ha revalidado un año más los sistemas de auditoría establecidos por la Agencia Española de Normalización y Certificación (AENOR) para certificar su compromiso con una gestión de calidad y medioambientalmente sostenible. Por ello, la Asociación es reconocida por tercer año consecutivo como GDR que implementa en sus procesos y servicios el Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9.001) y de Gestión Ambiental (ISO 14.001), agrupados ambos en la Etiqueta Doñana 21.

Este distintivo, creado por la Fundación Doñana 21 para subrayar los valores diferenciales de las empresas y productos inicialmente de la comarca de Doñana, desde el pasado mes de julio y tras la aprobación realizada a petición de ADAD por el Patronato de la Fundación, ha extendido su ámbito de actuación a todos los municipios de la comarca Aljarafe-Doñana.

“CALIDAD Y FORMALIDAD”, SELLO DE IMPRESA CAÑITAS S.L.

“Supe que no debía vender el negocio cuando Juan María, el mayor de mis hijos, de tan sólo 6 años cogió en sus manitas el componedor¹”

Esta imagen de 1981, grabada desde entonces en la retina de Josefa Sierra (que enviuda con apenas 30 años y 4 hijos de entre 1 y 6 años), pone fin a la idea que rondó su mente durante un tiempo acerca de la venta de la Imprenta que su marido había fundado más de una década antes. **“Cuando mi marido murió, su último trabajo estaba en la máquina, manchada aún de tinta, recuerda Josefa. Hasta mi familia me dijo que era una locura que me hiciera cargo de la empresa y algunos me animaron a venderla, pero pudo más el amor propio y esa imagen de mi niño mayor de la que te hablaba al principio”**.

1. Instrumento que utilizaba el “cajista” en tipografía, para componer líneas de tipos e ir formando el diseño a imprimir. La tipografía en esta empresa se utilizó hasta principios de la década de los noventa.



Fachada de las nuevas instalaciones en el Pg. Ind. Pílasur

No es difícil imaginar el esfuerzo, ingente, que tuvo que hacer Josefa para reflotar durante estos primeros años la Imprenta que su marido fundó en el año 1968, sin conocer absolutamente nada de la profesión, que en la España rural de los años ochenta estaba enormemente masculinizada. Para sacar adelante este titánico proyecto, contó con la alianza incondicional de su hermana María, la confianza de algunos clientes y proveedores y en una fórmula de trabajo propia, que han heredado sus hijos y que son la señas de identidad de “Cañitas”, la calidad, la formalidad y la confianza. Sobre este particular Josefa es tajante, **“a la calle no sale ningún trabajo con un error. Si no hemos ganado o hemos ganado poco, ese es nuestro problema”**.

Pero además, esta mujer pileña, que concilió la crianza de sus hijos y el negocio a base de renunciaciones personales, una vez que éstos concluyen su escolarización y formación y cumplen la mayoría de edad, también logra ilusionarlos y hacerlos cómplices de lo que hoy puede considerarse como una de las empresas mejor apuntaladas y más dinámicas del panorama económico local. Y no le fue fácil, nos asegura, **“tuve que coger 100 kilos cuando un hombre alzaba 25 y luchar mucho en un momento en el que no se aceptaba que una mujer estuviera al frente de un negocio como éste”**, dice orgullosa de su hazaña.

NUEVA ETAPA: SAVIA NUEVA EN UN VIEJO OFICIO

Esta breve semblanza de los orígenes de Imprenta Cañitas S.L., muestra, tal y como recoge su página web, que ni la trayectoria ni la actualidad de esta empresa es “fruto de la casualidad”, sino todo lo contrario, “del esfuerzo de dos generaciones (padres e hijos)”, que han trabajado y continúan haciéndolo con un objetivo común, “la calidad y satisfacción del cliente”, y por supuesto, la ilusión, porque **“cuando se acabe la ilusión, se acaba el negocio”**, asevera Josefa Sierra.

Así, con ilusión y mucho esfuerzo continúan construyendo el sueño empresarial de José Suárez, primero, y de Josefa Sierra después, sus hijos Juan María, Francisco José, Sergio, y Germán, cuatro jóvenes menores

de 35 años criados literalmente entre máquinas, tintas y papeles, “oliendo a tinta y a guisos a la vez”, que en 1997 decidieron hacerse cargo del legado empresarial familiar y hacerlo su medio y su modo de vida. **“Ese año nos sentamos los cuatro y decidimos seguir adelante con la Imprenta, pero teníamos claro que debíamos pegar el salto, y para ello necesitábamos nuevas instalaciones (hasta hace apenas un par de años el taller se ubicaba en la casa familiar, en el centro urbano de Pílas) e introducir un sistema de impresión más moderno y renovado”**, afirma Juan María Suárez.

Y es en esta nueva etapa de Imprenta Cañitas en la que interviene la Asociación para el Desarrollo Aljarafe-Doñana, que a través de la Iniciativa LEADER PLUS venciona el traslado de la empresa de la casa familiar a dos naveas en el moderno polígono industrial “Pílasur” y la compra de nueva maquinaria. Esta importante ayuda, **“sin la que no hubiéramos podido hacer frente a la adquisición de las instalaciones ni de la maquinaria, aunque sea de segunda mano”**, asegura Sergio, junto a las mejoras que se han conseguido a base de **“mucho trabajo y formación continua, de día y de noche, es lo que ha permitido dar el salto definitivo”**, en palabras del mayor de los Cañitas.

“Sin la ayuda de ADAD no hubiéramos podido dar el salto que queríamos”

Un salto que supone una importante renovación y profesionalización, en definitiva, un avance cualitativo y cuantitativo en la dinámica empresarial de esta Imprenta que, traducido a la realidad, ha significado una apertura de nuevos mercados, una producción más industrial y diversificada y una mayor proyección a escala comarcal y provincial.

“La empresa se ha abierto más mercado, hemos ampliado la clientela, hacemos un trabajo más industrial y a nivel más comarcal, pero no hemos dejado de trabajar como siempre se ha hecho, no fallando nun-

ca al cliente y apostando por la calidad”, asegura Juan María Suárez. “No somos los más baratos de la zona -continúa- pero la clientela está dispuesta a pagar más porque sabe que le entregaremos el trabajo a su fecha y con calidad”. Además, los clientes cada día entienden más y son más exigentes, según Francisco José, el segundo de los hermanos, que concluye que en muchas ocasiones “es la imagen de la empresa, en definitiva, la imagen del empresario, la que está en juego”.

LA ORGANIZACIÓN, OTRA DE LAS CLAVES DEL ÉXITO

Buena parte del éxito de Imprenta Cañitas S.L. radica también en la organización del trabajo y en la buena comunicación existente entre los cuatro hermanos. De hecho, cada uno de ellos es responsable de una parte del proceso productivo y pone su granito de arena en todos y cada uno de los trabajos que se editan e imprimen.



Sergio realiza principalmente labores administrativas, de gestión económica y de atención al cliente. Juan María, titulado, al igual que dos de sus hermanos, en el entonces recién creado Instituto de Formación Profesional de Artes Gráficas Llanes de Sevilla, con el que tienen firmado un convenio de colaboración para formar a alumnos en prácticas, es el creativo de la Imprenta, encargándose del diseño y maquetación de los trabajos.

Por su parte, Francisco José es responsable de los trabajos de impresión, y Germán, el menor de los hermanos Cañitas, de la postimpresión y en muchas ocasiones de la entrega del material. Josefa supervisa, no tiene obligaciones, aunque está siempre al pie del cañón cuando se le necesita. Por último, y desde hace tan sólo unos meses, alegra las instalaciones de la Imprenta la pequeña Rocío, hija de Francisco José, que como su padre y tíos, desde muy temprano está empezando a distinguir los colores, olores y avatares de la profesión.

Esta sectorización o división en áreas de trabajo exige una buena comunicación y coordinación entre cada uno de los hermanos, lo que “nos obliga a revisar todo lo que se hace”, dice Juan María. Pero además, la política de esta empresa es

también respetuosa con el medioambiente y de compromiso con las tradiciones y la cultura local. Con respecto a lo primero, Imprenta Cañitas S.L. realiza un gran esfuerzo económico en la retirada de residuos, plásticos y papel, a través de empresas certificadas por la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

“La política de la empresa es también respetuosa con el medioambiente y de compromiso con la cultura”

En relación a lo segundo, desde su creación, ha sido una constante el compromiso de la empresa con el fomento de la cultura local y comarcal, esponsorizando eventos, editando material divulgativo sobre historia, tradiciones o costumbres populares, conservando un interesante archivo fotográfico, cooperando con otras asociaciones, etc. En definitiva, como los hermanos Cañitas comentan, “apostando por lo nuestro, para engrandecer nuestras costumbres y tradiciones”.

UN MUSEO DEDICADO A LOS FUNDADORES

Para que no caiga en el olvido la fascinante historia de estos padres e hijos emprendedores, pero también con el objetivo de compartir viejos recuerdos y auténticas reliquias del viejo oficio de impresor, los hermanos Cañitas tienen previsto montar un pequeño museo dedicado a los fundadores en unas dependencias que ya están construidas en la entrada de las nuevas instalaciones de la empresa en el polígono “Pilasur”.

En este museo se expondrán auténticas joyas del oficio que los Suárez Sierra conservan desde hace décadas, como los tipos de letras de plomo y madera de las firmas “José Irazo” y “Fundición Tipográfica Neuffville” o una máquina tipográfica manual modelo “Guti 10”, así como facturas de compras de maquinaria, trabajos, fotografías, etc. **La idea es, según comenta Juan María Suárez, divulgar entre los habitantes del municipio y de la comarca, aunque muy especialmente entre los más pequeños “a través de visitas de escolares”, una parte de la historia de la cultura rural del Aljarafe-Doñana que se escribe desde hace casi medio siglo a base de tinta sobre papel.**

De izquierda a derecha, Francisco José, Juan María, Josefa, Sergio y Germán, quienes componen el equipo humano de la empresa.





FINANCIA



MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

PROMUEVEN

