

# GRUPO DE DESARROLLO RURAL SIERRA DE CÁDIZ

## MEMORIA FINAL DEL PROYECTO

**“Territorios activos y conectados. Turismo innovador y sostenible”**

### ÍNDICE

#### **1. Introducción**

1. Contexto del proyecto.
2. Propósito y objetivos generales.

#### **2. Objetivos del Proyecto**

1. Metas específicas a alcanzar en términos de emprendimiento, sostenibilidad, e impacto local.

#### **3. Financiación y Alcance del Proyecto**

1. Detalle de las fuentes de financiación (FEADER/LEADER y Junta de Andalucía).
2. Alcance geográfico y poblacional del proyecto.

#### **4. Trabajos Desarrollados**

1. Selección de zonas y grupos.
2. Materiales elaborados (manuales, carteles, formularios).
3. Metodologías aplicadas y actividades realizadas.

#### **5. Impacto de Género**

1. Participación equilibrada de hombres y mujeres.
2. Promoción del liderazgo femenino.
3. Sensibilización e inclusión de la perspectiva de género en las actividades.

#### **6. Carácter Transversal**

1. Sostenibilidad ambiental, social y económica.
2. Accesibilidad universal en el diseño de proyectos.
3. Incorporación de la innovación tecnológica.

#### **7. Resultados**

1. Impactos cuantitativos y cualitativos.
2. Principales logros y desafíos.
3. Análisis de los proyectos generados y sus perspectivas.

## **8. Cronograma y Desviaciones**

1. Cronograma original y ajustes realizados.
2. Justificación de cambios.
3. Medidas de compensación implementadas.

## **9. Conclusiones y Recomendaciones**

1. Lecciones aprendidas.
2. Propuestas de mejora para futuras iniciativas.
3. Recomendaciones a corto, medio y largo plazo.

## **10. Premios**

## **11. Anexos**

## 1. Introducción

El proyecto “Territorios Activos y Conectados. Turismo Innovador y Sostenible” ha tenido como propósito principal promover el emprendimiento en turismo rural, incentivando la sostenibilidad y fomentando la cooperación entre los Grupos de Desarrollo Rural que han participado en el mismo.

La presente memoria recoge las actividades realizadas, los resultados obtenidos y el impacto generado.

## 2. Objetivos del proyecto

El proyecto, enmarcado en el citado proyecto de cooperación, tiene unos objetivos claros que se definen como:

- Promover el emprendimiento en turismo rural como motor de desarrollo económico.
- Incentivar la sostenibilidad ambiental, social y económica en las ideas propuestas.
- Impulsar la cooperación entre los Grupos de Desarrollo Rural (GDRs).
- Fomentar la innovación en los modelos de negocio aplicados al turismo.

## 3. Financiación y Alcance del proyecto

### 3.1 Financiación

El proyecto que se ha llevado a cabo está financiado con fondos de la medida 19.3 del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020, cofinanciado por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.

### 3.2 Alcance del proyecto

Dentro del marco del proyecto, se llevaron a cabo maratones de emprendimiento en distintas localidades de Andalucía, utilizando el método *Design Thinking* como herramienta principal para su desarrollo. Además, se ha impartido una formación específica sobre el modelo Canvas y se entregaron materiales de soporte a los participantes en forma de manuales.

## 4. Trabajos desarrollados

Dentro del proyecto de cooperación “**Territorios activos y conectados. Turismo innovador y sostenible**”, hemos llevado a cabo desde Bookingfax Technologies diversas acciones para su desarrollo. El cronograma de las mismas se presenta de forma anexa a esta memoria, así como otra documentación referente al proyecto.

En una primera fase del proyecto, se ha diseñado una metodología para la dinamización de eventos (ANEXO 1) de generación de ideas a partir del método *Design Thinking* que es bastante empleado en el ámbito del emprendimiento por ser ameno y ofrecer resultados de forma rápida.

Para utilizar este método en los maratones que se habían programado, se realizaron DOS manuales como material de soporte a utilizar durante la actividad. Uno de ellos sobre la “Generación de ideas en Turismo Rural” y el otro, más específico, sobre “Qué es el *Design Thinking*” en el que se desarrolla el contenido sobre el método y la dinamización de los eventos.

Estos manuales se entregaron en formato papel a cada uno de los asistentes y se han entregado a los GDRs en formato digital. (ANEXOS 2 y 3).

Además, se desarrollaron las bases de un concurso de ideas empresariales que se celebraría en cada uno de los diferentes maratones de emprendimiento a realizar en cada localidad. Se establecieron tres premios, para las tres mejores ideas expuestas, que consistirían en actividades de turismo activo en el medio rural y que serían llevadas a cabo por la empresa adjudicataria de la logística del proyecto.

Las bases de este concurso se adjuntan como anexo a esta memoria (ANEXO 9).

## 4.1 Trabajo Previo y Justificación de Ajustes en la Actividad

### 4.1.1. Selección de zonas y grupos

Antes del inicio de las actividades, se llevó a cabo un exhaustivo análisis y trabajo de localización para identificar los centros más adecuados donde realizar los maratones de emprendimiento. Este análisis incluyó:

- **Identificación de localidades estratégicas** dentro de las zonas GDR participantes, basándose en factores como accesibilidad, población objetivo y recursos disponibles.
- **Consulta con los GDRs:** Los responsables de cada Grupo de Desarrollo Rural colaboraron para seleccionar las instalaciones más adecuadas, asegurando que cada centro contara con las condiciones necesarias para acoger los eventos.
- **Revisión de especialidades locales:**
  - Se analizaron las características económicas y sociales de cada zona, priorizando aquellas con potencial de desarrollo en turismo rural, como la Sierra de Cádiz, rica en patrimonio natural, o Montilla, con su tradición vitivinícola.
  - Este enfoque permitió adaptar los contenidos de los maratones a las necesidades y oportunidades específicas de cada territorio.

#### **4.1.2. Resultados del análisis:**

- Centros seleccionados: 6 ubicaciones, cada una representativa de las dinámicas y oportunidades de su región.
- Especialidades locales destacadas:
  - Turismo cultural y gastronómico.
  - Turismo activo y sostenible.
  - Innovaciones tecnológicas aplicadas al turismo rural.

#### **4.1.3. Reducción de los Maratones a una Jornada**

Inicialmente, los maratones estaban previstos para desarrollarse en dos jornadas consecutivas, integrando tanto sesiones presenciales como actividades complementarias. Sin embargo, debido a limitaciones logísticas y una evaluación estratégica, se decidió reducir la actividad presencial a un único día, complementado con actividades en formato *online*.

#### **4.1.4. Justificación de la reducción:**

##### **Optimización de recursos:**

- La metodología utilizada, basada en el *Design Thinking*, permitió condensar las fases principales de generación y desarrollo de ideas en una única jornada intensiva.
- La entrega de materiales de soporte, como manuales y píldoras formativas en formato digital, facilitó que los participantes completaran parte del trabajo desde sus propios espacios

##### **Cumplimiento de objetivos:**

- Aunque el formato cambió, se mantuvo el enfoque en cumplir los objetivos del proyecto, como la generación de ideas innovadoras y el fortalecimiento del emprendimiento rural.
- La fase online permitió extender la experiencia formativa y asegurar un seguimiento más detallado de los proyectos.

##### **Flexibilidad ante la participación:**

- La reducción a un día presencial permitía una mejor asistencia, especialmente para aquellas personas con limitaciones de tiempo.

#### **4.1.5. Actividades adicionales online:**

- Píldora formativa grabada y distribuida digitalmente, (taller sobre el modelo Canvas).

- Cuestionarios de seguimiento enviados a los participantes 30 días después de la actividad para evaluar avances y necesidades.

Tras consensuar la propuesta con cada Grupo de Desarrollo Rural, **se decidió que los maratones quedarían de la siguiente manera:**

- Ubrique (GDR Sierra de Cádiz). 21 de octubre de 2024
- San Martín del Tesorillo (GDR Los Alcornocales y Litoral de la Janda). 22 de octubre de 2024
- Chipiona (GDR Campiña de Jerez y Costa Noroeste). 23 de octubre de 2024.
- Barbate (GDR Los Alcornocales y Litoral de la Janda). 24 de octubre de 2024
- El Puerto de Santa María (GDR Campiña de Jerez y Costa Noroeste). 30 de octubre de 2024
- Montilla (GDR Campiña sur de Córdoba). 31 de octubre de 2024

#### **4.2. Materiales elaborados**

A partir de este momento, se comenzó la captación de asistentes por diversas vías, como la realización de publicidad en RRSS (ANEXO 4), el envío de cartelería a las localidades anfitrionas y el contacto con diferentes asociaciones y entidades que pudieran dar difusión a la actividad.

Para la inscripción de los asistentes en cada maratón se realizó un formulario de inscripción a través de *Google Forms* al que se accedía desde el enlace publicitado y compartido previamente en los perfiles de redes sociales de Bookingfax y de los propios GDRs (<https://shorturl.at/8XiA0>).

Para dar visibilidad al proyecto, se diseñó un cartel por cada maratón, así como uno genérico y una enara que hace referencia al proyecto y la propia actividad de emprendimiento. (ANEXO 5)

A estos materiales hay que añadir los manuales citados anteriormente que se dieron a cada una de las personas asistentes.

#### **4.3. Metodologías aplicadas y actividades realizadas**

Los diferentes maratones se han desarrollado durante una jornada, quedando complementados con la píldora formativa sobre el uso del modelo CANVAS que se ha grabado y enviado a cada participante (<https://www.youtube.com/watch?v= idy6sef1 8>) (ANEXO 6). Además, se ha diseñado un formulario de seguimiento de las ideas desarrolladas en cada uno de ellos (ANEXO 7). De esta manera, se completan las 48 horas previstas para la actividad en la memoria de solicitud del proyecto.

El cronograma de estos trabajos queda como se ve en la siguiente imagen y se presenta como anexo a esta memoria (ANEXO 8)

## Cronograma del proyecto

TAREAS	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	FOLLOW UP/NOVIEMBRE, DICIEMBRE
Otorgamiento concesión	■	■	■						
Reuniones de coordinación con GDR		■	■						
Diseño del método Design Thinking adaptado al emprendimiento rural		■	■	■					
Elaboración del Manual de Generación de Ideas de emprendimiento en turismo rural			■	■	■	■	■		
Elaboración de las bases del concurso				■	■	■			
Promoción y captación de participantes					■	■	■	■	
Ejecución de los 6 maratones de emprendimiento							■	■	■
Seguimiento de los proyectos								■	■
Memoria final									■

DOŚ RECUADROS EQUIVALE A UNA QUINCENA

### 4.3.1 Estructura de los maratones

- Recepción de los participantes y presentación del maratón y el sistema de trabajo.
- Creación de los diferentes grupos de trabajo.
- Generación de ideas, por parte de los participantes, en cada uno de los grupos y elección de la más adecuada para seguir trabajando sobre ella.
- Desarrollo del trabajo sobre la idea elegida a través del método *Design Thinking*, siguiendo las fases de “empatía/identificación del problema o necesidad”, “identificación de los clientes posibles y elección del cliente tipo”, “elección de los canales de distribución del producto/servicio”, “simulación del prototipo” y “elección del método para testarlo”.
- Como sesión de cierre, exposición de cada una de las ideas sobre las que se ha trabajado y respuestas a las diferentes preguntas y críticas que se realicen por parte de los participantes y el monitor.

En cada fase, y de forma paralela al trabajo de los grupos, se imparte una píldora formativa acerca de cómo identificar clientes, cuáles son los canales de distribución y cuáles serían los más adecuados para cada idea de negocio, cálculo de costes e identificación de la diferenciación de la idea sobre otras en el mercado, de forma que aporte valor a la misma.

A continuación, se exponen los detalles de los maratones llevados a cabo, con cada una de las ideas sobre las que han trabajado los participantes.

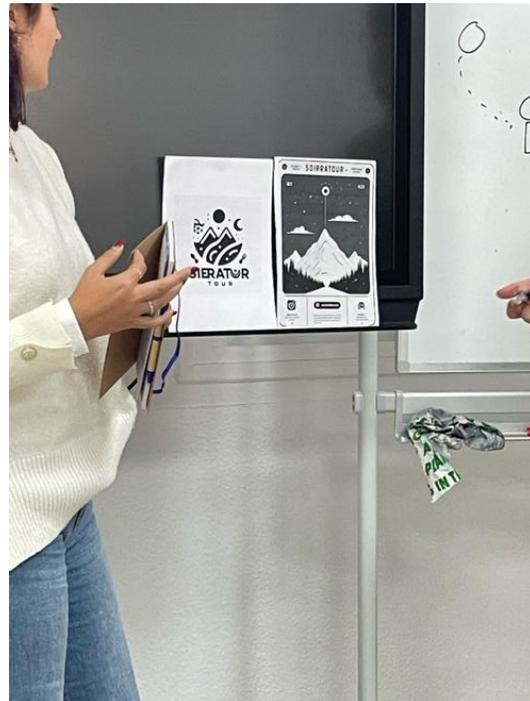
### Maratón de Ubrique

Los once asistentes a este maratón se dividieron en tres grupos y trabajaron en ideas de emprendimiento en turismo rural utilizando el método Design Thinking. Tras una primera lluvia de ideas, cada grupo seleccionó una de ellas para elaborarla hasta obtener un prototipo que probar en el mercado.

**El Grupo 1**, formado por 4 personas, trabajó sobre un proyecto de una Ruta Turística por la localidad y sus alrededores, que denominaron “Sieratur”, en la que se señalarían los puntos más emblemáticos. En cada uno de ellos habría información del mismo y el participante tendría que hacerse una foto y subirla a IG para conseguir unos puntos que podrá canjear al final en un mercadillo con productos locales.

La ruta se promocionaría on y off line (RRSS, *flyers*, etc.) y se desarrollaría durante un máximo de dos horas.

Los componentes del grupo la definieron hasta poder realizar la prueba como prototipo e, incluso, diseñaron un cuestionario para poder evaluar su validez antes de ponerla en el mercado plenamente.

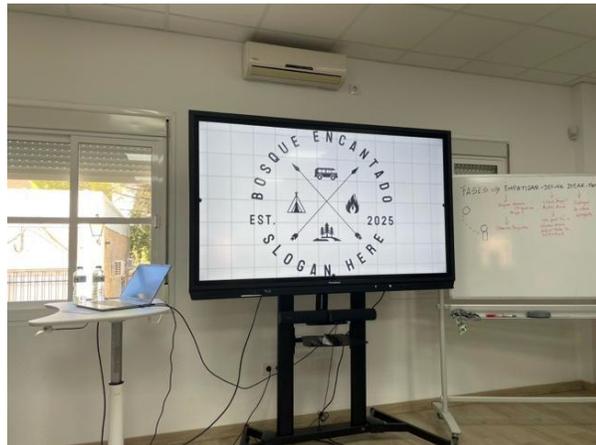


**El Grupo 2**, formado también por 4 personas, pensó en crear un gran camping en la localidad de Benamahoma (“Bosque Encantado”) en el que podrían entrar caravanas y alquilar bungalows o tiendas de campaña. Este camping ofrecería actividades complementarias de turismo activo que se desarrollarían a lo largo de la sierra. Dentro de éstas, habría desde un safari fotográfico de la fauna local, hasta escalada, rappel o rutas en bicicleta.

Por otro lado, el propio camping ofrecería la posibilidad de alquilar equipos y todo lo necesario para la acampada.

Los participantes trabajaron sobre la oferta de diferentes paquetes de alojamiento y actividades para obtener más y variados clientes.

Como prototipo, decidieron elaborar un cuestionario detallado para poder obtener información acerca de la viabilidad del proyecto.



**El Grupo 3**, formado por 3 personas, trabajó sobre la idea de una ruta cultural aderezada con diferentes actividades de artesanía local, con la que poder mostrar la historia de la localidad y los oficios y gastronomía más tradicionales.

La ruta, dirigida a todo tipo de público, se adaptaría según fueran los participantes y la época del año.

Un segmento de público importante para ellos es el público infantil, al que hay que dar a conocer las tradiciones, por lo que pensaron en ofrecerlo en los diferentes centros educativos de la localidad y alrededores. Además, para su máxima difusión, utilizarán los perfiles de RRSS y la radio y prensa local.

Como prototipo, llevarían a cabo una ruta con cuestionario detallado posterior a los participantes.



Al menos dos de los proyectos sobre los que se trabajó son susceptibles de poner en marcha, tras un estudio un poco más profundo. Pero, quedó en evidencia la falta de actividades de este tipo en una zona a la que, cada vez más, acuden más visitantes.



En la sesión de cierre del maratón, cada uno de los grupos expuso su trabajo incluyendo cómo llevarían a cabo el testeo de su iniciativa.

#### **4.3.2. Fase no presencial y seguimiento**

Como complemento a los maratones celebrados presencialmente, se ha preparado una formación no presencial, en forma de píldora formativa *on line* que se ha grabado en las instalaciones de Bookingfax y cuyo enlace se ha enviado a cada uno de los y las participantes en el proyecto. La formación se ha centrado en el uso del modelo “Canvas” como forma sencilla de desarrollar cualquier modelo de negocio y que permite convertir cualquier idea en un proyecto concreto.

La píldora formativa puede verse en el siguiente enlace [https://www.youtube.com/watch?v=idy6sef1\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=idy6sef1_8) y como anexo en esta memoria (ANEXO 6).

Por otro lado, para el seguimiento de las ideas desarrolladas en cada maratón de emprendimiento, se ha elaborado un formulario on line de *Google Forms* que será enviado a cada uno de los participantes a los 30 días de la realización de la actividad.

El cuestionario está disponible en el siguiente enlace: <https://forms.gle/LeauKtihrc2tVU917> (ANEXO 7) y pueden consultarse las respuestas en este otro: <https://forms.gle/wvA8YvhNoVNaNfhA8>

A 13/12/2024, las respuestas a este cuestionario han sido 19, la mayoría de las personas participantes en la actividad del GDR de los Alcornocales y Litoral de la Janda, constanding dos pertenecientes al de la Sierra de Cádiz.

En general, los proyectos no se han puesto en marcha, aunque alguno de los participantes sí muestra interés en hacerlo. La mayoría piensa que sus ideas de negocio podrían salir adelante, sin embargo, no han llevado a cabo más acciones para adelantar los respectivos proyectos.

La principal dificultad en la realización de estas actividades ha sido la consecución de participantes interesados, quizás por existir una amplia oferta de actividades y no quedar suficientemente claro como de interesantes pueden resultar las mismas para el público asistente.

## **5. Impacto de Género**

El proyecto “**Territorios Activos y Conectados. Turismo Innovador y Sostenible**” ha promovido la igualdad de género en todas sus fases, desde el diseño hasta la implementación. Este enfoque responde al compromiso de los fondos FEADER/LEADER con la inclusión y el empoderamiento femenino, particularmente en áreas rurales.

## 5.1 Participación Equitativa

En las actividades realizadas, se logró una participación equilibrada entre hombres y mujeres:

- **Total de asistentes:** 58 personas.
  - **Mujeres:** 30 (51.7%).
  - **Hombres:** 28 (48.3%).

Este equilibrio refleja un esfuerzo deliberado por parte de los organizadores para atraer la participación femenina, especialmente en un sector donde los roles de liderazgo suelen estar dominados por hombres. Para alcanzar este objetivo, se contactó a asociaciones de mujeres rurales y se difundieron materiales promocionales que destacaban la importancia de su participación.

En el caso concreto de los maratones pertenecientes al GDR de la Sierra de Cádiz, la asistencia ha sido:

- Total de asistentes: 11 personas
  - Mujeres: 6 (54,54%)
  - Hombres: 5 (45,46%)

## 5.2 Liderazgo Femenino

Un aspecto destacado del proyecto fue la promoción del liderazgo femenino en los grupos de trabajo.

De los grupos formados durante los maratones:

- **60%** de los equipos contaron con mujeres en roles de liderazgo o toma de decisiones clave.
- Las mujeres desempeñaron un papel activo en la identificación de problemas, el desarrollo de ideas y la presentación de los proyectos.

De los maratones pertenecientes a este GDR:

- La mayoría de las personas asistentes son mujeres, que han liderado de forma clara ambos maratones en todos sus ámbitos.

Este enfoque ha permitido visibilizar el potencial emprendedor de las mujeres en el turismo rural y ha servido como ejemplo para fomentar su participación en futuros proyectos.

### 5.3 Sensibilización y Formación

Durante la realización de los diferentes maratones, se incluyó contenido para sensibilizar a los participantes sobre:

- La importancia de integrar la perspectiva de género en el diseño de modelos de negocio.
- Ejemplos de éxito de emprendimientos liderados por mujeres en el ámbito turístico.
- Estrategias para superar barreras de género en el sector empresarial.

### 5.4 Resultados y análisis

Los datos obtenidos de los cuestionarios de seguimiento reflejan:

- **Interés femenino por continuar** con sus proyectos: 50% de las mujeres participantes manifestaron su intención de avanzar con las ideas trabajadas, correspondiendo éstas a las participantes de mayor edad. Las demás participantes, por encontrarse aún en edad de formación no lo han expresado claramente, aunque no lo descartan en un futuro.
- Identificación de barreras específicas: las participantes señalaron como desafíos principales la falta de acceso a financiación y la necesidad de más formación especializada.

### 5.5 Lecciones aprendidas y recomendaciones

- **Incrementar la colaboración con redes de mujeres rurales:** Establecer alianzas con asociaciones locales para reforzar la captación de participantes femeninas.
- **Diseñar programas específicos para mujeres emprendedoras:** Incluir mentorías y talleres especializados que aborden las necesidades detectadas.
- **Monitorear el impacto a largo plazo:** Realizar evaluaciones periódicas para medir cómo las mujeres participantes implementan sus proyectos y qué apoyo adicional requieren.

El impacto de género del proyecto evidencia que es posible avanzar hacia un turismo rural más inclusivo, fortaleciendo el papel de las mujeres como agentes de cambio en sus comunidades.

## 6. Carácter Transversal

El proyecto “**Territorios Activos y Conectados. Turismo Innovador y Sostenible**” ha incorporado un enfoque transversal que integra la sostenibilidad, la accesibilidad y la innovación como pilares fundamentales. Este enfoque responde a la necesidad de abordar de

manera holística los desafíos del turismo rural y maximizar el impacto positivo de las actividades realizadas.

## 6.1 Sostenibilidad Ambiental

Desde su concepción, el proyecto ha priorizado la minimización del impacto ambiental, promoviendo ideas y prácticas sostenibles en el ámbito turístico. Algunos ejemplos incluyen:

- **Proyectos sostenibles trabajados durante los maratones de este GDR:**
  - *Camping en la sierra* en el que, además desarrollar actividades relacionadas con el medio ambiente, turismo activo en el medio rural.
  - *Rutas turísticas con actividades medioambientales* además de incluir elementos tradicionales locales, para asegurar su transmisión a las generaciones siguientes.
- **Prácticas respetuosas con el medio ambiente:**
  - Uso de materiales digitales para reducir el consumo de papel en las actividades formativas y promocionales.
  - Proyectos enfocados en agroturismo sostenible y experiencias de conexión con la naturaleza.

El enfoque ambiental del proyecto busca no solo preservar los recursos naturales, sino también educar a los participantes sobre la importancia de la sostenibilidad como valor añadido en sus modelos de negocio.

## 6.2 Sostenibilidad Social

El proyecto ha contribuido al fortalecimiento de las comunidades rurales mediante:

- **Empoderamiento de grupos locales:**
  - Impulsando la participación activa de los residentes en la generación de ideas que reflejan las necesidades y potencialidades locales.
- **Conexión intergeneracional:**
  - Iniciativas como las rutas culturales diseñadas para incluir actividades específicas para niños y jóvenes, asegurando la transmisión de tradiciones a las nuevas generaciones.
- **Fomento del trabajo en equipo y redes locales:**
  - Promoviendo la colaboración entre emprendedores locales y las entidades participantes, como los GDR.

### 6.3 Sostenibilidad Económica

El proyecto busca fortalecer la economía rural al fomentar modelos de negocio innovadores y viables. Ejemplos destacados:

- Uso del *Modelo Canvas* para asegurar la sostenibilidad financiera de los proyectos desarrollados.
- Promoción de ideas de negocio diversificadas que integran experiencias turísticas, como:
  - Rutas que combinan naturaleza y tradiciones
  - Camping en plena sierra de Grazalema
- Enfoque en estrategias de comercialización que utilizan tanto canales digitales como tradicionales.

### 6.4 Accesibilidad Universal

La accesibilidad fue un eje clave del proyecto, integrándose en la planificación y desarrollo de las actividades. Este eje puede verse en los siguientes ámbitos:

- **Diseño inclusivo en proyectos trabajados**
- **Adaptación a diferentes públicos**
- **Promoción de entornos accesibles**

### 6.5 Innovación

La innovación estuvo presente en todos los aspectos del proyecto, destacándose en:

- **Metodologías utilizadas:**
  - Uso del *Design Thinking* como herramienta para estructurar y potenciar las ideas de los participantes.
- **Proyectos tecnológicos:**
  - Desarrollo de aplicaciones móviles.
  - Uso de plataformas digitales para la promoción y comercialización de servicios turísticos.
- **Formación innovadora:**
  - Inclusión de píldoras formativas sobre el modelo Canvas y el diseño de modelos de negocio accesibles y escalables.

## 6.6 Enfoque Integral

El carácter transversal del proyecto asegura que todos los componentes —ambientales, sociales, económicos, de accesibilidad e innovación— se integren para maximizar su impacto. Esto refuerza la idea de un turismo rural no solo atractivo, sino también sostenible y accesible para todos.

## 7. Resultados

El proyecto “**Territorios Activos y Conectados. Turismo Innovador y Sostenible**” ha generado resultados tangibles e intangibles que reflejan tanto el impacto inmediato de las actividades realizadas como el potencial de las ideas trabajadas para transformar el sector del turismo rural en las zonas participantes.

### 7.1 Impacto Cuantitativo

#### Asistentes a los maratones de emprendimiento:

- Total de participantes: 58 personas.
  - Mujeres: 30 (51.7%).
  - Hombres: 28 (48.3%).

#### Proyectos generados:

- Se crearon un total de 17 ideas de negocio, destacándose las siguientes categorías:
  - Rutas turísticas: 5 proyectos.
  - Turismo activo: 4 proyectos.
  - Innovación tecnológica aplicada al turismo: 3 proyectos.
  - Experiencias de agroturismo: 5 proyectos.

#### Seguimiento y Evaluación:

- Se enviaron cuestionarios de seguimiento a todos los participantes. Respuestas recibidas: 19.
  - Participantes interesados en continuar con sus proyectos: 12.
  - Principales barreras identificadas: falta de financiación y tiempo disponible.

### 7.2 Impacto Cualitativo

#### Fortalecimiento de capacidades:

- Los asistentes adquirieron herramientas prácticas para desarrollar ideas de negocio viables, gracias a metodologías como *Design Thinking* y el modelo Canvas.

- La formación permitió a los participantes visualizar el emprendimiento como una opción realista y accesible.

#### **Fomento de la innovación:**

- Proyectos como *Rural Paradise* o la *Ruta Virtual con Gafas VR* destacan por incorporar soluciones tecnológicas que pueden posicionar a estas localidades como destinos modernos y adaptados a las nuevas demandas del mercado.

#### **Conexión comunitaria:**

- Las actividades promovieron el networking entre emprendedores, técnicos de los GDR y agentes locales, fortaleciendo las redes colaborativas en cada zona.

### **7.3 Logros Destacados**

#### **1. Creación de propuestas viables:**

- Al menos 10 proyectos tienen potencial para implementarse a corto o medio plazo con una inversión inicial razonable. En el caso del **GDR de la Sierra de Cádiz**, ninguno de los proyectos está en marcha, aunque la Ruta con actividades de la tradición local parece la más viable a medio plazo.
- Se identificaron sectores clave como el turismo activo, cultural y tecnológico que pueden dinamizar la economía local.

#### **2. Inclusión y diversidad:**

- Se logró involucrar a una audiencia diversa, desde jóvenes emprendedores hasta profesionales establecidos.

#### **3. Promoción de prácticas sostenibles:**

- Las ideas trabajadas incluyeron aspectos como sostenibilidad ambiental, cultural y social, reforzando el atractivo de las propuestas.

### **7.4 Desafíos Identificados**

#### **1. Participación desigual:**

- Aunque algunos maratones tuvieron una gran acogida, otros enfrentaron bajas asistencias debido a factores como la falta de interés local o condiciones externas. En el caso del celebrado en Ubrique, la participación fue alta y las personas asistentes mostraron un gran interés.

## 2. Implementación de proyectos:

- Ningún proyecto ha sido implementado aún. Los participantes señalaron como principales barreras la falta de recursos financieros y el tiempo necesario para consolidar sus ideas.

## 3. Dificultades en la captación:

- A pesar de la difusión realizada, algunos GDR enfrentaron problemas para captar asistentes, lo que sugiere la necesidad de estrategias de comunicación más efectivas.

## 7.5 Proyecciones y recomendaciones

### A corto plazo:

- Establecer un sistema de apoyo post-maratón, como tutorías personalizadas o acceso a programas de microfinanciación.
- Reforzar la comunicación con los participantes para evaluar su avance y ofrecerles recursos adicionales.

### A medio y largo plazo:

- Promover alianzas entre los emprendedores y las administraciones locales para facilitar la implementación de los proyectos más prometedores.
- Realizar una segunda edición del proyecto con ajustes en la estrategia de captación y difusión.

El impacto del proyecto demuestra el potencial del emprendimiento rural como motor de cambio en estas comunidades. Los resultados obtenidos sientan las bases para nuevas iniciativas que fortalezcan el tejido socioeconómico y promuevan un turismo innovador y sostenible.

## 8. Cronograma y desviaciones

El desarrollo del proyecto se ha llevado a cabo siguiendo el cronograma que se muestra en la siguiente imagen. En ella se recogen todas las fases del proyecto, desde su puesta en marcha, hasta la realización de los maratones.

# Cronograma del proyecto

TAREAS	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	FOLLO UP/NOVIEMBR E_DICIEMBRE
Otorgamiento concesión	■	■	■						
Reuniones de coordinación con GDR		■	■						
Diseño del método Design Thinking adaptado al emprendimiento rural		■	■	■					
Elaboración del Manual de Generación de Ideas de emprendimiento en turismo rural			■	■	■	■	■	■	■
Elaboración de las bases del concurso				■	■	■			
Promoción y captación de participantes					■	■	■	■	■
Ejecución de los 6 maratones de emprendimiento							■	■	■
Seguimiento de los proyectos								■	■
Memoria final									■

DOS RECUADROS EQUIVALE A UNA QUINCENA

## 8.1 Cronograma Original

El cronograma del proyecto establecía la realización de los maratones de emprendimiento en las siguientes fechas y localidades:

- **21 de octubre de 2024:** Ubrique (GDR Sierra de Cádiz).
- **22 de octubre de 2024:** San Martín del Tesorillo (GDR Los Alcornocales y Litoral de la Janda).
- **23 de octubre de 2024:** Chipiona (GDR Campiña de Jerez y Costa Noroeste).
- **24 de octubre de 2024:** Barbate (GDR Los Alcornocales y Litoral de la Janda).
- **30 de octubre de 2024:** El Puerto de Santa María (GDR Campiña de Jerez y Costa Noroeste).
- **31 de octubre de 2024:** Montilla (GDR Campiña Sur de Córdoba).

## 8.2 Ajustes realizados

Durante la ejecución del proyecto, se presentaron diversas desviaciones que obligaron a realizar ajustes en la planificación inicial, que no afectaron en el caso del maratón celebrado en Ubrique, perteneciente al GDR de la Sierra de Cádiz.

### 8.2.1. Reprogramación de actividades y seguimiento:

- **Descripción del problema:** Algunas ideas trabajadas requerían un seguimiento más intensivo debido a la complejidad de los proyectos.
- **Causa:** Limitaciones en el tiempo disponible durante los maratones presenciales.
- **Medidas adoptadas:**
  - Se complementaron las actividades con píldoras formativas online sobre el modelo Canvas.
  - Se diseñaron cuestionarios de seguimiento enviados 30 días después de cada evento para evaluar el progreso.

### **8.3 Medidas de compensación realizadas**

Para garantizar que el proyecto cumpliera con los objetivos previstos, se implementaron las siguientes medidas compensatorias:

#### **Ampliación del soporte técnico:**

Se ofreció asistencia técnica a los participantes a través de correos electrónicos y reuniones virtuales posteriores.

#### **Materiales adicionales:**

Se entregaron manuales digitales, píldoras formativas y cuestionarios de evaluación como recursos complementarios.

#### **Adaptación a formatos híbridos:**

En localidades con baja participación presencial, como San Martín del Tesorillo, se optó por formatos online para alcanzar a los inscritos.

### **8.4 Lecciones aprendidas por los organizadores**

- **Planificación flexible:** La experiencia destaca la necesidad de planificar con márgenes para ajustar fechas y formatos ante imprevistos.
- **Difusión mejorada:** Incrementar la promoción en localidades con menor acceso a información o baja participación previa.
- **Estrategias climáticas:** Considerar la influencia de factores meteorológicos en la asistencia y prever alternativas virtuales.

## 9. Conclusiones y Recomendaciones

### 9.1 Conclusiones

El proyecto “**Territorios Activos y Conectados. Turismo Innovador y Sostenible**” ha logrado avances significativos en la promoción del emprendimiento en turismo rural, abordando desafíos clave en las zonas implicadas y generando ideas innovadoras que tienen el potencial de dinamizar la economía local.

#### **Principales logros:**

##### **Generación de ideas viables y diversificadas:**

- Se desarrollaron 17 propuestas de negocio que abordan múltiples enfoques turísticos, desde rutas culturales y ecológicas hasta innovaciones tecnológicas como aplicaciones y experiencias inmersivas.
- Al menos 10 proyectos presentan características sólidas para su implementación a corto o medio plazo.

##### **Participación e inclusión:**

- Se logró una asistencia equilibrada entre hombres y mujeres, destacando la promoción del liderazgo femenino en el desarrollo de ideas de negocio.
- Se atrajo a una audiencia diversa, incluyendo jóvenes emprendedores, profesionales establecidos y personas con interés en reconvertir actividades tradicionales.

##### **Impulso a la sostenibilidad y accesibilidad:**

- Muchas de las propuestas integran elementos de sostenibilidad ambiental, social y económica.
- La accesibilidad universal se contempló como un componente clave en varias iniciativas, como las rutas con gafas de realidad virtual.

##### **Fortalecimiento del tejido comunitario:**

- Los maratones fomentaron el networking entre emprendedores, técnicos de los GDR y otros actores locales, creando una base sólida para futuras colaboraciones.

## **Desafíos identificados:**

### **Dificultades en la implementación de proyectos:**

- Aunque se generaron ideas prometedoras, la falta de recursos financieros y tiempo disponible se destacaron como principales barreras para su ejecución.

### **Participación desigual:**

- Algunas localidades enfrentaron baja asistencia debido a la falta de interés percibido o problemas externos, como las inclemencias climáticas.

### **Necesidad de seguimiento intensivo:**

- Los participantes requerían un mayor acompañamiento post-evento para avanzar en sus proyectos.

## **9.2 Recomendaciones**

### **A corto plazo:**

#### **Refuerzo del seguimiento post-evento:**

- Crear una plataforma digital para el intercambio de recursos, avances y consultas entre los emprendedores y los técnicos de los GDR.

#### **Fortalecimiento de la comunicación:**

- Incrementar las estrategias de difusión en redes sociales y medios locales para captar mayor interés en futuras actividades.
- Trabajar en colaboración con asociaciones y colectivos locales que puedan actuar como multiplicadores de la convocatoria.

### **Capacitación específica:**

- Diseñar programas de formación más extensos, con módulos específicos sobre financiación, comercialización y gestión empresarial.
- Ofrecer talleres sobre la elaboración de planes de negocio con acceso a herramientas prácticas y casos reales.
- Apoyo financiero inicial:
  - Promover alianzas con entidades públicas y privadas para facilitar acceso a microcréditos, subvenciones o financiación semilla para los proyectos más prometedores

- Diseñar incentivos para que los GDR inviertan en las propuestas con mayor viabilidad.

**A largo plazo:**

**Establecimiento de una red de emprendimiento rural:**

- Crear un ecosistema sostenible que conecte a los emprendedores con entidades de apoyo, como universidades, instituciones gubernamentales y empresas del sector.
- Promover encuentros periódicos para compartir avances, desafíos y buenas prácticas.
- Evaluación continua del impacto:
  - Implementar un sistema de evaluación que permita medir los resultados a largo plazo de las ideas desarrolladas, identificando los factores de éxito y las áreas de mejora.

## 10. Premios

En el maratón de Ubrique, la idea que resultó ganadora del primer premio fue la Ruta cultural que incluye actividades de artesanía y tradiciones locales, que fue desarrollada por el Grupo 3 (Anexo 10).

## 11. Anexos

Se incluyen como anexos los materiales desarrollados, enlaces a cuestionarios y documentación complementaria.

## Reflexión final sobre el proyecto

El proyecto ha sentado las bases para un cambio significativo en el panorama del turismo rural en Andalucía, demostrando que la innovación, la sostenibilidad y la colaboración son herramientas clave para dinamizar las economías locales. Sin embargo, su éxito dependerá de la capacidad de las partes involucradas para dar continuidad y apoyo a las iniciativas generadas.