
2024

CATÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS



barES

ÍNDICE

01 Fundación Foro NESI

02 Introducción

03 Resumen

04 Iniciativas

05 Aprendizajes

06 Conclusiones

FUNDACIÓN FORO NESI



barES



Fundación Foro NESI, de Nueva Economía e Innovación Social, somos una entidad sin ánimo de lucro que trabaja para impulsar una nueva economía que cuide de las personas y el planeta, basada en criterios de sostenibilidad, justicia y colaboración.

Cambiar la economía
para cambiar el mundo



barES

INTRODUCCIÓN

La **despoblación** es uno de los **principales desafíos** a abordar en España, de tal gravedad que se ha convertido en una cuestión de Estado. Diez años atrás, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) alertaba ya sobre el **riesgo de extinción del 50% de municipios españoles**.

Actualmente, los últimos datos sociodemográficos disponibles del Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre los **8.131 municipios** muestran que casi **dos tercios sobreviven con menos de mil habitantes**, además, la mitad cuenta con menos de quinientos y 1.379 municipios con menos de cien. Asimismo, las proyecciones de población sostienen que, de continuar las tendencias actuales, la pérdida poblacional seguirá aumentando en las zonas hoy afectadas, por lo que la situación se agravará aún más.

En este contexto, se hace necesario problematizar los procesos de despoblación y, en general, la cuestión territorial abogando por un **equilibrio territorial que corrija las desigualdades** existentes. Desde esta perspectiva, surge el concepto de la **"España vaciada"**, para nombrar las consecuencias de un desarrollo socioeconómico basado en la centralidad de lo urbano en **detrimento del medio rural**. Los territorios vaciados no sólo se caracterizan por una población reducida, sino que la despoblación genera y perpetúa otra serie de problemáticas, como por ejemplo la progresiva **desaparición de servicios básicos** (atención sanitaria y educativa, transporte público, tiendas de alimentación, etc.).

Para resolver estos **problemas**, que son **estructurales** y, por tanto, ocuparse de ellos implica necesariamente la integración de múltiples actores, es fundamental la visión aportada desde las organizaciones que trabajamos por una **transformación de la economía** para que las personas y el planeta se sitúen en el centro del modelo, bajo criterios de **sostenibilidad, justicia y colaboración**. El futuro de estos territorios "vaciados" y, sobre todo, de las personas que los habitan, depende de nuestra capacidad de aplicar una mirada multidisciplinar.



barES

Visibilizar, sensibilizar, fortalecer, movilizar

El **proyecto barES** busca **visibilizar** todas aquellas **iniciativas** impulsadas por la Economía Social que, a nivel nacional, están contribuyendo a la **cohesión territorial y social** de los territorios en los que se inscriben. Más allá de la naturaleza de los bares, sean asociaciones o pequeñas empresas, éstos se han convertido en los **únicos espacios de encuentro y convivencia** de municipios españoles con índices de población muy bajos, protegiendo así unas **redes comunitarias** imprescindibles en este tipo de territorios.

- **Visibilizar** aquellas iniciativas de la economía social que contribuyen a la fijación de población y son, en general, fundamentales para mantener la vida y el tejido social en estas zonas.
- **Sensibilizar** sobre la importancia de estos emprendimientos para la cohesión e integración social de sus territorios para combatir la despoblación, movilizándolo a actores locales y nacionales hacia la acción colectiva.
- **Fortalecer** el sentimiento de pertenencia en las comunidades locales, al destacar el valor de las redes comunitarias y la economía social como herramienta para su preservación.
- **Movilizar**, desarrollar una comunidad que conecte, apoye y sea altavoz de estas iniciativas.

En la **plataforma** creada (baresdelaeconomiasocial.es) todas aquellas personas que trabajen o conozcan una iniciativa de estas características pueden registrarse y **formar parte de una comunidad**, de ámbito nacional, a través de la cual pueden **compartir** y **comunicarse** con otros proyectos similares en pequeños territorios.

Los aprendizajes que se presentan a continuación son **aportaciones** de las personas que integran esta comunidad, con las que se han realizado conversaciones telefónicas para darles la oportunidad de **expresar sus necesidades y demandas**. Además, también se ha contactado con actores relevantes, por ejemplo CEPES.

bares



RESUMEN DE INICIATIVAS

Mapa

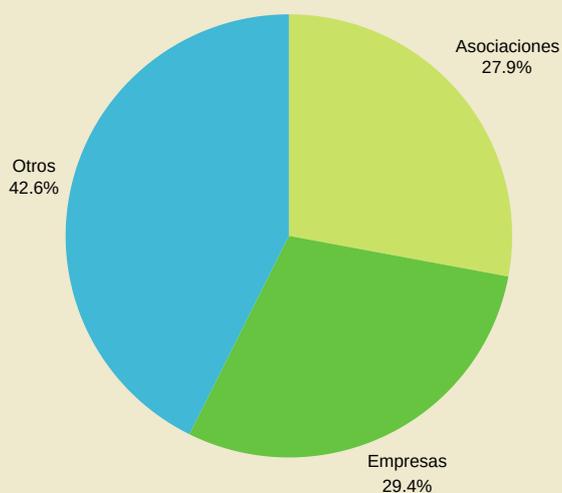
Resumen geográfico de las iniciativas subidas a la plataforma.



136

Iniciativas, en ámbito nacional

Tipología



Los tipos de iniciativas que los usuarios pueden seleccionar en la plataforma son: asociaciones, negocios u otros.

De las 136 iniciativas en total, 38 son asociaciones, 40 negocios y 58 otros.

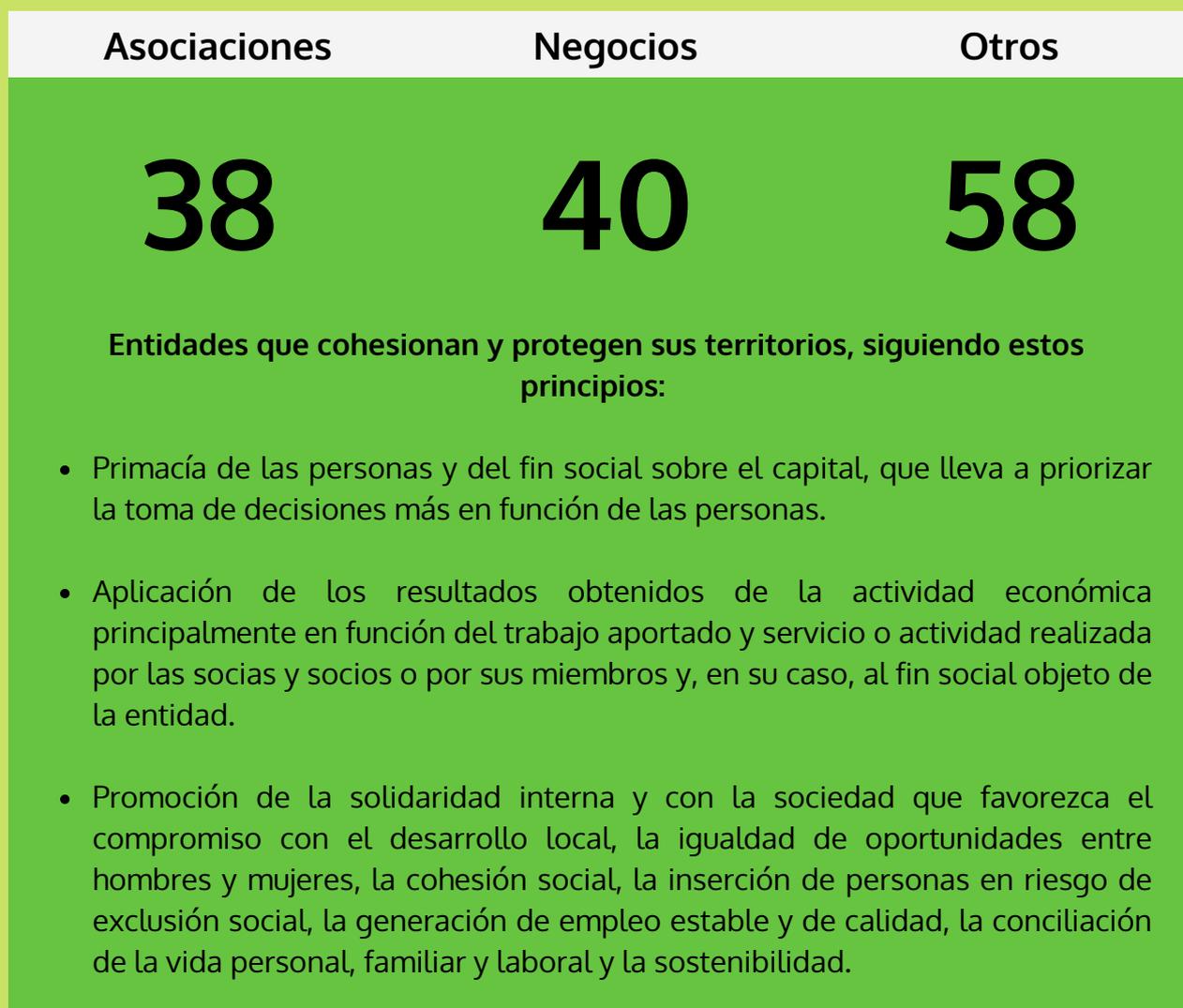


barES

En España, el reto demográfico no sólo trata de la despoblación, sino de un conjunto de desafíos sociodemográficos derivados de un modelo que no es igualitario entre territorios.

La economía social da respuesta a las necesidades sociales de la población de pequeños municipios, englobando al conjunto de actividades económicas y empresariales que son llevadas a cabo por entidades que persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico y/o social.

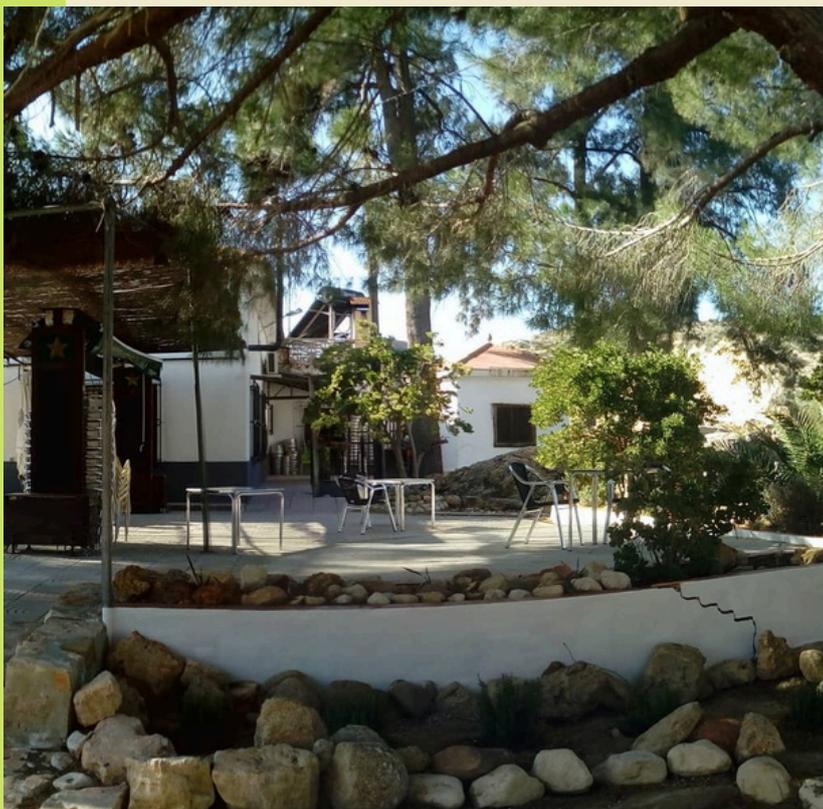
En el proyecto barES hemos descubierto las siguientes iniciativas:



ASOCIACIONES



barES



38 asociaciones
protegen y cohesionan
sus territorios.

El Bar, Asociación cultural A Caniceira, Asociación de Mujeres Albanta, Sierra Sonora, Cervecería ecológica L'audaç, Bar puerta de Muniellos, El Horno, Asociación sociocultural de Luzaga, Asociación de Vecinos La Caldera, A. R. C. Peña San Tirso, Asociación Recreativa, Cultural y de Festejos de Sobrecastiello, Asociación de jóvenes de Guadalupe, El Zumacal, Casa de los Pastores, AC El Calozo, Asociación Cueva Grande, Asociación cultural Bohonal de Ibor, Asociación de Canseco "Pico Huevo", Casa da Escola de Vilapedre, AGAMMASUR SCA, Ateneo Marítimo, Bar de asociación Socio Cultural, ASENFU VDH, O Buraquiño, Asociación cultural mosén bruno Fierro Saravillo, Recuperación de Entroido Tradicional, Bar de la Asociación Cultural Los Cucos, Círculo Cultural Recreativo Saviñao, Fundación Uxío Novoneyra, Asociación de Vecinos Virgen de la Piedad, La Tabierna, Asociación de vecinos de Buenavista de Valdavia, Casino Musical de Benimaclet, Peña Trinkilin, Asociación cultural mosén bruno Fierro Saravillo

EMPRESAS



barES



El Refugio, Bar de Ribota, Bar Rijujama, Saukala, Taberna cultural El Trechuro, Bar Las Escuelas, Taberna de Arlanzón, Supermercado la esperanza, As Fuebas de Patricio, Bar de Madriguera, Cafetería A Cultur Vilacoba, Bar san Miguel, Supermercado la esperanza, El kiosco de Raquel, El Buen Avío de Trevejo, Bar teleclub, El Regancho, Bar-tienda La Venta los probes, La Taberna de Arnadelo, Taberna Beade, Bar Rúa da Lamela, Restaurante Los Arcos, Bar La cantina, Castrillon, Boal, Asturias, Punto de encuentro el horno, Bar Las Escuelas, Casa Chalán.

40 pequeñas empresas
protegen y cohesionan
sus territorios.

OTROS



barES



Bar Simpatia, La casa de los cacharros, Los Centenares, MSR CASA NOSTRA, La Posada de Redes, Casino La Humanitaria, Bar Centro, Cosa de comidas "A la finca", Bar Centro Social, La cantina de moialde, Bar Les Ermitanes, Casa Peke, Ruralencer, Casa corral, La Cantina de Ruzafa, Bar Piramide, Tasca Canaya, Armallones BAR, Mesón Bora Bora, Il truganal, Bar Plaza, Bar Tienda La Bruxa De Muniellos, Asociación recreativa El Casino, Casa Conde, Bar Casa del Tio Migue, Bar Las Escuelas, Bar de Mendaza.

58 entidades
protegen y cohesionan
sus territorios.



barES

APRENDIZAJES

Respecto a todas las iniciativas recogidas, se han identificado aprendizajes que pueden ser potenciales oportunidades para iniciar o impulsar iniciativas en otros pequeños territorios.

01 Personas implicadas

La comunidad de vecinas, tanto del propio pueblo como de los territorios cercanos, colabora y participa si se le involucra en los proyectos.

02 Oferta de actividades

Los beneficios del espacio, tanto a nivel económico como social, se multiplican si se piensa creativamente más allá del bar. Por ejemplo, convirtiéndolo también en "casa cultural".

03 Oferta de servicios

La oferta de servicios es una oportunidad de aportar valor añadido y diferenciarse, identificando las necesidades de la población. Así, el beneficio es tanto económico como social.

04 Financiación

La búsqueda de financiación es imprescindible para garantizar el futuro de la iniciativa, y puede ser tanto pública como privada.

05 Relación hacia afuera

La publicidad a través de redes sociales como una gran oportunidad para llegar a más gente y más pueblos.

06 Participación política

El interés hacia la vida política municipal favorece la puesta en marcha de políticas públicas que atiendan a las necesidades de la población.



barES

PERSONAS IMPLICADAS

Colaboración con las vecinas

La colaboración vecinal es bidireccional: por una parte, se materializa en consumo en el establecimiento y compra de los diferentes productos y servicios ofertados, y, por otra, en apoyo directo implicándose en tareas de trabajo. En general, las vecinas responden positivamente, puesto que entienden la importancia de que existan y se mantengan este tipo de iniciativas.



Participación de la juventud

La participación de las jóvenes es importante, especialmente en municipios cuya población está envejecida, porque favorece la activación de iniciativas innovadoras. Además, las acciones de las jóvenes tienen un "efecto tractor" animando a otras personas a involucrarse.



Ayuda mutua y asociacionismo

La búsqueda de apoyo en otras asociaciones o grupos organizados de vecinas es una forma de compartir saberes, experiencias, consejos, etc. y, así, sostenerse colectivamente.





barES

ACTIVIDADES

Actividades socioculturales

Organizar actividades dedicadas al ocio y la cultura como: conciertos, exposiciones, concursos (por ejemplo, gastronómicos), etc. Así, se cubriría una de las carencias más repetidas en los pequeños municipios, la oferta sociocultural, atrayendo a más clientes y revitalizando el pueblo propio y alrededor. Además, atendiendo a las necesidades específicas de la población habitante, por ejemplo, ofreciendo actividades dirigidas a personas mayores.



Aprovechar la tradición popular

Las tradiciones y fiestas populares motivan momentos de reunión y celebración, que pueden aprovecharse para impulsar el proyecto propio. Además, si se han perdido, recuperarlas e impulsarlas hará que la identidad del pueblo sobreviva.



La identidad como atractivo

La identidad del pueblo es algo a preservar y puede hacerse de diversas formas, una de ellas es aprovecharla como atractivo turístico. Por ejemplo, a través de rutas pensadas alrededor de un elemento identitario, puede ser relacionado con gastronomía, mitología, etc.





barES

SERVICIOS

Servicios de restauración

Proporcionar servicios relacionados con la restauración, pero no centrados exclusivamente en el consumo en el bar. Por ejemplo, la venta de alimentos facilita la vida cotidiana de la población del territorio, que no tendrá que desplazarse para ir al supermercado, sobre todo de las personas mayores y con movilidad reducida. Además, la comida a domicilio también es un servicio que puede ser de gran ayuda.



Especialización en productos ecológicos y de proximidad

La inclusión de productos ecológicos y de proximidad, por una parte, fomenta el producto local con todos los beneficios que esto conlleva y, por otra, posibilita la venta directa y cruzada, promoviendo la conexión con agricultores de la zona y la ayuda comunitaria.



Ayuda desde la Administración pública

Las administraciones locales, los Ayuntamientos, pueden facilitar el desarrollo de la iniciativa asumiendo ciertos gastos como el alquiler del local y los suministros del mismo (luz, agua, conexión a internet, etc.). Además, pueden existir subvenciones, para las que se recomienda la búsqueda de asesoramiento experto.



Donativos solidarios

La comunidad puede ayudar económicamente de múltiples formas, que hay que incentivar: participación en actividades, consumo en el bar, donaciones puntuales o periódicas mediante cuotas, etc.



Rehabilitación de espacios vacíos

A menudo, en los pueblos sí hay disponibilidad de viviendas o locales vacíos, pero necesitan ser rehabilitados. La cesión del espacio puede solicitarse a la propiedad (de un particular o pública) y el proceso de rehabilitación generalmente parte de la iniciativa ciudadana.



RELACIÓN HACIA AFUERA



barES

Conectar con otros pueblos

Permite ampliar el público al que dirigirse, además de potenciar la colaboración como manera de trabajar y relacionarse. El aislamiento, y la consecuente pérdida de interacción social y sensación de soledad, son consecuencias de la configuración dispersa de los pequeños territorios a combatir.



Publicidad a través de redes sociales

Las redes sociales conforman un espacio de posibilidad para publicitarse y darse a conocer, no sólo se accede a población cercana sino que la iniciativa se difunde por todo el territorio nacional, incluso internacional.



PARTICIPACIÓN POLÍTICA



barES

Municipalismo

Participar en la vida política institucional, a nivel municipal, contribuye a la transformación socioeconómica de los territorios, con formas de gobierno abiertas y gestionando directamente los recursos de la comunidad.





barES

En los territorios que conocemos como “vaciados”, existen comunidades de vecinas que resisten e intentan que sus territorios prosperen. Es necesario visibilizar estas iniciativas ciudadanas que trabajan por la revitalización de los pueblos, la fijación de población en los mismos y la cohesión socioterritorial.

Las iniciativas recogidas en barES demuestran que la sostenibilidad, justicia y colaboración son la base hacia un equilibrio territorial que erradique las desigualdades existentes.

CONCLUSIONES

Contacto

Fundación Foro NESI

www.baresdelaeconomiasocial.es
bares@nesi.es