



OBJETIVO ESTRATÉGICO 4:

DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y

CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO

RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.1. – Fomento de las TICs y la Innovación aplicada.

Descripción

Dada la importancia que la aplicación de las TICs presentan en la actualidad para el desarrollo de la actividad empresarial (en cualquier sector), el impulso de las tecnologías de la información y la comunicación se recoge como un objetivo transversal, por lo que es necesario detallar en el Plan de Acción medidas concretas enfocadas a acelerar la penetración de las soluciones digitales y la innovación en el tejido productivo del territorio objetivo, motivo por el cual, además del carácter horizontal, se recoge esta línea de actuación en la que se definen medidas específicas.

Una de las debilidades del territorio, y en particular de las localidades de menor tamaño y con menor dinamismo económico, es el bajo nivel de penetración de las TICs, tanto en los sistemas de gestión como en las estrategias para la captación y fidelización de clientes.

A pesar del perfil tradicional y/o familiar de gran parte de las empresas del territorio objetivo, la renuncia a aplicar recursos y soluciones tecnológicas y/o innovadoras limita la capacidad de adaptación a las nuevas corrientes del mercado, reducen la eficiencia e imposibilitan optimizar la rentabilidad. En base a ello, incrementar la cultura tecnológica del tejido productivo y el grado de implantación de recursos digitales y/o innovadores incrementan, de manera tangible, la competitividad de las empresas y su capacidad para ofrecer respuestas óptimas al cliente, a la vez que facilitan la consolidación de la actividad productiva y, por tanto, ayudan a la estabilidad del empleo generado.

A esta realidad hay que añadir que la nueva Ley de Contratos del Sector Público (Ley 9/2017 de 8 de noviembre) señala la obligatoriedad de las empresas de estar registradas en la Plataforma de Contratación del Estado para poder optar a licitaciones públicas, aunque éstas tengan un ámbito de actuación estrictamente local. Es decir, los procesos de contratación pública obligan a contar con conocimientos de administración electrónica a cualquier empresa que tenga la opción de trabajar para la administración, aunque su actividad sea estrictamente artesanal o analógica.

Con el fin de impulsar la penetración de la innovación aplicada y de generalizar el uso de las TICs atendiendo a parámetros de calidad, eficiencia y rentabilidad, a través de esta línea de actuación se propone:

- Impulsar acciones de sensibilización en la gestión empresarial.
 - Estructurar y desarrollar un programa de alfabetización tecnológica enfocado a empresas de perfil tradicional o artesano
-

- Impulsar un programa de tutorización tecnológica a través del cual se elaboren diagnósticos TICs a las empresas inscritas (grado de implantación de las TICs, identificación de soluciones tecnológicas para la optimización de la actividad, análisis de vías de apoyo o financiación para la implantación de dichas soluciones,...).
- Impulsar un programa de fomento de la innovación en la PYME.

Objetivos

- Generalizar la utilización eficaz de las soluciones TICs y de la innovación en el tejido productivo del territorio objetivo con el fin de crecer en eficiencia, mejorar la imagen de marca e incrementar la proyección exterior, como medios para consolidar la actividad, mejorar las perspectivas de beneficio e incrementar las oportunidades de las PYMES de dinamizar el mercado laboral en el ámbito local.

Observaciones	- El comercio digital puede ser una opción para la PYME local para diversificar su fuente de ingresos. Dado el alto grado de competitividad existente en el mercado online, copado por grandes plataformas internacionales de ventas que dificultan el posicionamiento de una microempresa, en la Línea de Actuación 4.5. se propone la creación de un Centro Comercial Virtual de la Reserva de la Biosfera. - Es necesario dotar de redes de comunicación de calidad a las localidades que presentan deficiencias en estas infraestructuras, con el fin de no acentuar los desequilibrios ya existentes al fijar la sede corporativa en un núcleo rural con baja densidad de población. Esta necesidad se ha reflejado en la Línea de Actuación 3.3.
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades.

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.



	- Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos. - Fondos Social Europeo / EmpleaVerde (gestionado por la Fundación Biodiversidad). - Red.es. - Obra social de bancos y cajas.	
Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	
Indicadores de resultado	Acciones de sensibilización	Nº
	Inversión realizada en acciones de sensibilización	€
	Empresas que se han acogido a programas relacionados con las TICs y/o la Innovación	Nº
	Diagnósticos TICs realizados	Nº
	Empresas que aplican soluciones o procesos basados en las Tics / Innovación	Nº
	Horas de asistencia técnica prestadas	Nº
	Empresas impulsadas por mujeres que se han acogido a programas relacionados con las TICs / Innovación	%
	Empresas impulsadas por jóvenes que se han acogido a programas relacionados con las TICs / Innovación	%
	Aplicación de la Innovación en el territorio objetivo	Análisis cualitativo

Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X

MEDIDA	PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Acciones de sensibilización sobre el uso de las TICs y la aplicación de la Innovación en la gestión empresarial.	12.000 €
2. Programa de alfabetización tecnológica para empresas de perfil tradicional.	12.000 € / programa
3. Elaboración de diagnósticos de TICs en los establecimientos del ámbito de actuación: grado de implantación, identificación de soluciones tecnológicas, análisis de líneas de apoyo o financiación para la implantación de dichas soluciones,...	15.000 € / programa
4. Programa de Fomento de la Innovación en la PYME	15.000 € / programa

Justificación Presupuesto –

Medida 1 – Estimación a tanto alzado. Al igual que cualquier acción de sensibilización el presupuesto puede variar de manera significativa en función de los objetivos y los medios que se pretendan utilizar.

Medida 2 – Presupuesto calculado en base a las siguientes cifras: 20 empresarios tutorizados x 20 horas de tutorización individualizada x 30 €/hora.

Medida 3 – Presupuesto calculado en base a las siguientes cifras: 10 diagnósticos TICs x 1.500 €/diagnóstico – gastos de desplazamiento incluidos.

Medida 3 – Presupuesto calculado en base a las siguientes cifras: 10 diagnósticos de Innovación x 1.500 €/diagnóstico – gastos de desplazamiento incluidos.

Sistema de Desarrollo –

Medida 1 – Contratación externa mediante asistencia técnica.

Medida 2 – Contratación externa mediante asistencia técnica.

Medidas 3 y 4 – Aunque existe la posibilidad de desarrollar estas medidas a través de una asistencia técnica, es recomendable implantarlas mediante acuerdos con entidades como: las Cámaras de Comercio. De esta manera, además de implicarlas en el proyecto de Reserva de la Biosfera, suponen una vía de acceso a la financiación necesaria para el desarrollo de las acciones propuestas y posibilitar que trasciendan un carácter meramente puntual.

2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
X	X										
MEDIDA 2											
X	X	X									
MEDIDA 3											
X	X	X	X	X							
MEDIDA 4											
X		X		X		X		X		X	

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.2. – Plan de formación / tutorización de empresas y emprendedores/as.

Descripción

La formación es un medio esencial para mejorar la competitividad de la empresa y para crear la base sobre la que apoyar proyectos de crecimiento sostenible. En un mercado en constante evolución es necesario mantener una actualización permanente en asuntos tales como los procesos de producción, los sistemas de gestión o las oportunidades que se generan relacionadas con la actividad productiva y con el fin de tener capacidad de adaptación y poder dar respuesta a la demanda. Sin embargo, el perfil de empresa que predomina en el territorio objetivo es la unipersonal (es decir, profesionales autónomos/as) y la micropyme, lo que implica que acudir a un curso de formación requiera interrumpir la actividad durante el periodo de duración de este.

A este factor ha de sumarse la dispersión existente como consecuencia de la estructura municipal del territorio objetivo (varios ayuntamientos cuentan con más de una veintena de núcleos de población). Esta realidad social implica que durante el desarrollo de un curso presencial enfocado a empresas ha de convocar necesariamente a empresarios/as y/o trabajadores/as de varias localidades. Es decir, la viabilidad de una acción formativa presencial dirigida a empresas implica necesariamente que un elevado porcentaje de las personas precisen realizar un desplazamiento intermunicipal para realizar el curso. Este hecho acentúa la dificultad de acceso a la formación a pesar del interés que puedan tener las entidades privadas del ámbito de actuación de afrontar procesos de mejora continua enfocados a revitalizar sus perspectivas de futuro.

Esta suma de factores implica que, para rentabilizar la inversión que se realice en formación dirigida a la pequeña empresa del territorio objetivo, han de buscarse formatos alternativos que posibiliten rentabilizar la inversión pública, cubrir las necesidades de formación del colectivo objetivo y, sobre esta base, mejorar la capacidad de estas empresas de consolidar sus negocios e incrementar sus opciones de dinamizar el mercado laboral. En este contexto dos formatos que pueden alcanzar un elevado impacto que facilite la consecución de objetivos son:

- **Formación online:** posibilita acceder a la formación desde la localidad en la que se desarrolla la actividad empresarial. Este tipo de formación puede contar con una amplia aceptación en el empresariado del sector turístico, pero escaso impacto en el sector primario dado el bajo nivel de penetración de las TICs.
 - **Formación tutorizada:** este formato posibilita formar y asesorar a la pequeña empresa “in situ”, con el valor añadido de adaptar los contenidos a las necesidades reales de la empresa.
-

La formación podría estructurarse a través de un sistema de bonos mediante los cuales se concede a la empresa interesada un número de horas de tutoría que puede adaptar a su horario de actividad.

Al margen de estos formatos, mediante la formación presencial dirigida a empresas en ámbitos geográficos caracterizados por una baja densidad de población y un elevado grado de dispersión, como es el caso del ámbito de actuación, se pueden alcanzar los resultados previstos utilizando formatos cortos, con temáticas que tengan un perfil muy práctico y de alta aplicabilidad en el día a día:

- Cursos cortos (20 – 30 horas), de perfil técnico que tengan por objetivo mejorar un aspecto concreto de la actividad empresarial (por ejemplo, una acción formativa de gestión de comercio online enfocada al sector agroalimentario) o dotar a la empresa de elementos que la singularizan (por ejemplo, un curso de cata de vino y maridaje enfocado a los establecimientos de restauración).
- Micropíldoras formativas (una jornada), que tengan por objeto tratar temas altamente especializados que ofrezcan respuestas a problemáticas concretas surgidas por modificaciones legislativas (por ejemplo, una acción enfocada a mostrar de manera práctica como ha de darse una empresa de alta en la Plataforma de Contratación del Estado, requisito obligatorio para todas las entidades que quieran optar a contratos públicos según la nueva Ley de Contratos del Sector Público); o aportar soluciones que faciliten la adaptación de nuevas metodologías o la utilización de nuevos recursos de un sector concreto de actividad.
- Encuentros de interacción empresarial (una jornada). Espacios enfocados a generar redes de colaboración entre las empresas del territorio, ya sea para encontrar soluciones prácticas a problemas horizontales o para favorecer acuerdos de negocio entre empresas complementarias.

Independientemente del formato que se adopte, la formación para empresas ha de tener un elemento común: han de ser acciones formativas de alto nivel. Es decir, es preciso contar con profesionales con un elevado grado de conocimiento y especialización en la materia asignada, y con capacidad de empatizar con el alumnado del sector objetivo, debido a que es necesario que las personas asistentes perciban que realmente esa formación va a producir una mejora en su actividad profesional.

Objetivos

- Mejorar las perspectivas de rentabilidad y, por tanto, de consolidación y crecimiento sostenible del tejido empresarial mediante una formación especializada y adaptada al perfil de negocio existente en el territorio objetivo.
 - Profundizar en el modelo de desarrollo sostenible del territorio basado en la excelencia y en la calidad de los productos y servicios ofertados.
-

Observaciones	- Aunque se ha indicado que el nivel del profesorado es esencial para rentabilizar la inversión realizada, particularmente el impacto de un programa de tutorización depende de la calidad de las personas responsables del desarrollo de las actuaciones formativas y a un profundo conocimiento del sector, han de sumar una gran capacidad de empatía y una visión sobre la gestión empresarial ajustada a la realidad existente en el medio rural.	
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación ¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos. - Fondos Social Europeo / EmpleaVerde (gestionado por la Fundación Biodiversidad).	
Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.

Indicadores de resultado	Plan de formación del tejido productivo de la Reserva de la Biosfera	Sí / No
	Horas de tutorización / formación impartidas	Nº
	Inversión realizada en acciones de tutorización / mentorización	€
	Solicitudes del programa de tutorización / plazas ofertadas	%
	Plazas ofertadas de formación / plazas cubiertas	%
	Empresas tutorizadas / formadas	Nº
	Mujeres tutorizadas / formadas	%
	Mujeres tutoras / formadoras	%
	Impacto en la facturación de las empresas tutorizadas ²	%
Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X
MEDIDA		PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Diseño del Plan de Formación – Tutorización.		15.000 €
2. Implantar total o parcialmente el Plan de Formación - Tutorización.		No procede

² El objetivo de este indicador es estudiar el grado de efectividad de las tutorizaciones. Para ello se propone analizar el beneficio estimado de las empresas participantes en el programa y establecer comparaciones con el de las anualidades posteriores.

Justificación Presupuesto –

Medida 1 – Presupuesto calculado en base a contrataciones con un objeto semejante.

Medida 2 – El presupuesto ha de ser calculado en función de los resultados del Plan de Formación o, en su caso, priorizar las acciones formativas que en él se recojan y adaptarlas a la disponibilidad de las fuentes de financiación existentes en cada anualidad.

Sistema de Desarrollo –

Medida 1 – Contratación externa a través de asistencia técnica. Este estudio debe realizarse en base a un profundo trabajo de campo a través del cual se consiga implicar al tejido productivo.

Medida 2 – Mediante la Estructura de Gestión, en la que están representadas gran parte de las entidades con capacidad financiera para promover acciones de formación en el territorio, se han de coordinar y priorizar el desarrollo de las propuestas recogidas en el Plan de Formación realizado. Una vez priorizadas y programadas las acciones formativas, se ha de decidir el sistema de gestión más adecuado para optimizar el impacto de la inversión.

2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
X		(Rev) ³		(Rev)		(Rev)		(Rev)		(Rev)	
MEDIDA 2											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

³ El Plan de Formación debe ser revisado de manera periódica con el fin de introducir factores de corrección e incorporar nuevas temáticas o formatos alternativos en función de la evolución del tejido productivo.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.3. – Plan de Internacionalización de productos y servicios locales.

Descripción

El territorio objetivo tiene un conjunto de potencialidades de carácter productivo, patrimonial, paisajístico y geoestratégico que favorecen la internacionalización de los productos y servicios como una oportunidad para potenciar el crecimiento sostenible del territorio atendiendo a criterios de excelencia y de puesta en valor de la calidad del entorno natural. Este perfil se verá fortalecido en el caso de alcanzar la designación de Reserva de la Biosfera, por lo que es preciso contar un plan que impulse esta vertiente de desarrollo.

El territorio objetivo se encuentra próximo a vías de comunicación de extraordinario potencial para introducir sus productos y servicios en mercados internacionales de carácter estratégico como son los aeropuertos y puertos comerciales de Santander y Bilbao. Estas infraestructuras, unidas a la proximidad de las autovías A – 67 (Palencia – Santander) y A – 8 (Torrelavega – Bilbao) facilitan la circulación de personas y mercancías y, por extensión, la internacionalización de productos y la recepción en el territorio de turistas procedentes del extranjero.

Entre las potencialidades del territorio para atraer la atención del mercado internacional, destacan:

- Contar con elementos singulares que pueden ejercer de atractores para el turismo internacional, y que además, ofrecen la posibilidad de segmentar la oferta:
 - Las Cuevas de Monte Castillo, catalogadas por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad. La proyección exterior de este recurso se verá reforzado con la apertura del Centro de Interpretación del Arte Rupestre en Cantabria, que estará ubicado en el recinto que da entrada a las cuevas.
 - El Parque de la Naturaleza de Cabárceno. Espacio naturalizado por la mano del hombre sobre una antigua explotación minera a cielo abierto que alberga a más de un centenar de especies animales de los 5 continentes en régimen de semi libertad. En 2017 recibió la visita de más de 600.000 personas.
 - El Complejo kárstico de Ojo Guareña, catalogado como Monumento Natural.
-

-
- El patrimonio natural y la biodiversidad del territorio son activos fundamentales para la generación de ofertas turísticas enfocadas al mercado internacional, debido a que cuentan con una elevada demanda en núcleos emisores como, por ejemplo, países centroeuropeos:
 - Actividad ornitológica.
 - Actividad cinegética.
 - Actividad micológica.
 - Otras que puedan surgir durante el desarrollo del Plan
 - Una producción autóctona de gran calidad, acreditada por su origen en un espacio de excelente calidad natural avalado, en caso de alcanzar la designación de la UNESCO, por la figura de Reserva de la Biosfera y generado en un entorno con una marcada identidad cultural.

Por tanto, existe la dualidad de productos/servicios con potencialidad y vías de comunicación que facilitan el acceso al mercado. En este ámbito, es necesario articular medidas enfocadas a promover la actividad privada para que diversifique su actividad a través del comercio exterior. Por ello han de trabajarse aspectos tales como:

- El análisis de los mercados con mayor potencial para exportar los recursos que genera el territorio.
- Consolidar las sinergias intersectoriales que posibiliten elaborar un producto turístico atractivo mediante el cual los potenciales clientes puedan disfrutar de actividades relacionadas con los recursos tructores (caza, ornitología, micología,...) y la degustación de la producción agroalimentaria gourmet.
- Programas de diagnósticos enfocados a analizar el potencial de internacionalización del empresariado del territorio objetivo.

Por otro lado, con el fin de mejorar la proyección exterior del territorio y de su producción agroalimentaria, se proponen las siguientes actuaciones:

- Revitalizar el cooperativismo (Línea de Actuación 4.7.), ya que asentarse en el mercado internacional requiere la capacidad de dar respuesta a elevados volúmenes de demanda que precisan la consolidación de estructuras cooperativas con capacidad de sumar producciones sujetas a estándares de calidad comunes.
-

-
- Impulsar una Oficina de Comercialización (Línea de Actuación 2.7.) y dotarla con personal técnico especializado en internacionalización.
 - Estructurar un programa de Embajadores/as de la Reserva de la Biosfera Interregional Valles Pasiegos. El objetivo es buscar el apoyo de los emigrantes del territorio objetivo para proyectar su imagen y la de los servicios turísticos y productos agroalimentarios en los territorios en los que han fijado su nueva residencia.
-

Objetivos

- Establecer medidas que impulsen la exportación de los productos y servicios originados en el territorio objetivo con el fin de revitalizar su actividad empresarial mediante la diversificación de los mercados objetivo, atendiendo al modelo de desarrollo definido basado en la calidad territorial.
-

Observaciones

- Existen fondos específicos de entidades como el ICEX, Cámaras de Comercio o los gobiernos autonómicos, que impulsan programas cuya finalidad trata de incrementar el comercio exterior y el nivel de internacionalización de los productos y servicios, por lo que es posible encontrar financiación para el desarrollo de las medidas que se recogen en esta línea de actuación a través de fuentes especializadas en este campo.
 - Los/as embajadores/as no tienen que ser únicamente personas con proyección social o prestigio reconocido, también pueden aportar proyección e imagen aquellos que han salido al exterior por razones laborales o académicas y que en sus círculos sociales pueden dar a conocer los productos y servicios locales; igualmente no es necesario que los/as embajadores/as sean originarios del territorio, pueden ser personas reconocidas que tienen una relación afectiva con el mismo.
-

Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación ¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - ICEX. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos.	
Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	
Indicadores de resultado	Análisis de mercados objetivos para los productos y servicios del ámbito de actuación	Sí / No
	Empresas interesadas en internacionalizar sus productos / servicios	Nº
	Diagnósticos de internacionalización desarrollados	Nº
	Empresas que acceden a mercados internacionales	Nº
	Programa de embajadores/as	Sí / No
	Países alcanzados mediante el programa de embajadores/as	Nº
	Variación anual de las empresas que acceden a mercados internacionales	%
	Visitantes / turistas internacionales	Nº
	Variación anual de visitantes / turistas internacionales	%

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.

Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X

MEDIDA	PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Análisis de mercados potenciales para productos y servicios ofertados en el territorio objetivo.	25.000 €
2. Elaboración de diagnósticos de internacionalización de las PYMES del ámbito de actuación: potencial exportador, volumen de producción, capacidad logística, acceso a mercados objetivo...	15.000 € / programa
3. Diseño y desarrollo de un programa de embajadores de la Reserva de la Biosfera.	12.000 € / programa

Justificación Presupuesto –

Medida 1 – Estimación a tanto alzado. El presupuesto puede variar de manera significativa en función de los objetivos, del número de mercados que se deseen analizar y de la profundidad que se quiera obtener de cada uno de los análisis.

Medida 2 – Presupuesto calculado en base a las siguientes cifras: 10 diagnósticos de internacionalización x 1.500 €/diagnóstico, gastos de desplazamiento incluidos.

Medida 3 – Presupuesto calculado a partir de contrataciones con un objeto semejante.

Sistema de Desarrollo –

Medida 1 – Contratación externa a través de asistencia técnica.

Medida 2 – Contratación externa a través de asistencia técnica.

Medida 3 – Desarrollo directo a través de la Estructura de Gestión que ha de apoyarse en una asistencia técnica para la identificación, gestión y coordinación de las personas que ejerzan de embajadoras. Estas han de hacerlo de manera voluntaria, por lo que el coste de implantación del programa se reduce a los gastos de coordinación y gestión.



2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
X	X										
MEDIDA 2											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MEDIDA 3											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.4. – Plan para la mejora de la imagen y la comunicación corporativa.

Descripción

Aunque esta actuación se puede interpretar ya incluida en las medidas recogidas en las líneas de actuación 4.1. Fomento de las TICs y 4.3. Plan de formación / tutorización de empresas, se ha optado por señalar una línea específica dada la importancia actual de la imagen y la comunicación empresarial para conseguir que sus productos o servicios sean competitivos en el mercado.

En la actualidad no basta con tener una web o tener presencia en las redes sociales, esta ha de alcanzar unos estándares de calidad mínima, de lo contrario estos recursos pueden ser incluso contraproducentes desde el punto de vista comercial. Con el fin de impulsar la mejora de la imagen corporativa y del posicionamiento digital de las empresas del territorio objetivo se proponen realizar las siguientes medidas:

- Diseñar e implementar un programa enfocado a crear (o en su caso actualizar) y desarrollar la imagen corporativa (y sus aplicaciones) a PYMES y profesionales del territorio.
- Diseñar y desarrollar un programa de evaluación de la gestión de la comunicación corporativa enfocado a empresas del territorio objetivo y apoyo para la elaboración del Plan de Marketing y Comunicación, para que estas mejoren el uso de las TICs desde el punto de vista de la comunicación y de la proyección de la imagen de marca.
- Diseñar y desarrollar un programa de tutorización / asesoramiento de gestores/as de empresas orientado a aplicar en la gestión empresarial claves de la comunicación corporativa que puedan mejorar los resultados y fortalecer las perspectivas de negocio (medida que ha de incorporarse al Plan de Formación propuesto en la Línea de Actuación 4.3.).

Por otro lado, la mejora de la imagen de las empresas no se reduce exclusivamente al posicionamiento en espacios digitales. En concreto, la producción agroalimentaria gourmet crece en competitividad, especialmente si su objetivo es acceder a mercados internacionales, al adquirir certificados de calidad que incrementen la confianza de los potenciales clientes en un entorno altamente competitivo.

Por ello, en esta línea de actuación se propone también diseñar y desarrollar un programa enfocado a sensibilizar a las empresas del ámbito de actuación con opciones de acceso al mercado internacional, sobre el valor añadido que aportan las certificaciones de calidad, y para asesorar y apoyar al empresariado durante los procesos que han de implantarse para optar a la certificación que mejor se adapte a sus objetivos corporativos.

Objetivos

- Mejorar la competitividad de las empresas del territorio objetivo mediante la aplicación de medidas orientadas a mejorar su imagen de marca y estrategias de comunicación y marketing corporativo, elementos esenciales para impulsar la proyección de los productos y/o servicios que ofertan y, por tanto, para facilitar el acceso al cliente final.

Observaciones	- En un entorno global tan competitivo como el actual, tanto para los productos agroalimentarios como para la oferta turística, es fundamental implantar una adecuada estrategia de comunicación corporativa que posibilite la proyección de una imagen de calidad en los mercados objetivos. - Es preciso incidir en la importancia de generar confianza mediante acciones enfocadas a impulsar el prestigio de una marca: opiniones favorables de usuarios en redes sociales, implicación con la sostenibilidad del entorno, aplicación de criterios de igualdad, cooperar,... Es decir, en la sociedad de las TICs comunicar conlleva mucho más que desarrollar elementos publicitarios.
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos. - Fondos Social Europeo / EmpleaVerde (gestionado por la Fundación Biodiversidad).

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.



Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	
Indicadores de resultado	Imágenes corporativas creadas / actualizadas	Nº
	Diagnósticos de comunicación realizados	Nº
	Emprendedores/as asesorados en materia de comunicación	Nº
	Inversión media en acciones de comunicación de las empresas asesoradas	€
	Variación de los indicadores de impacto en redes de las empresas asesoradas (por red social activa)	%
	Empresas asesoradas con plan de marketing	Nº
	Mujeres tutorizadas / formadas	%
	Jóvenes tutorizados/as / formados/as	%
	Empresas asesoradas certificadas con marca de calidad	Nº
Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X

MEDIDA	PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Programa para diseñar y desarrollar la imagen corporativa de empresas.	22.500 € / programa
2. Elaboración de diagnósticos de TICs de los establecimientos del ámbito de actuación: grado de implantación, identificación de soluciones tecnológicas, análisis de vías de apoyo o financiación para la implantación de dichas soluciones...	22.500 € / programa
3. Plan de sensibilización / dinamización del empresariado para incrementar el número de empresas con certificados de calidad.	10.000 €

Justificación Presupuesto –

Medida 1 – Estimación realizada a partir de presupuestos solicitados a empresas de diseño gráfico para el diseño de logotipo y manual de identidad corporativa. Para cada programa se han estimado 15 empresas participantes (1.500 € x 15 empresas beneficiarias).

Medida 2 – Estimación realizada en base a los siguientes datos: 15 diagnósticos TICs x 1.000 €/diagnóstico TICs + 500€/apoyo Plan de Marketing x 15 empresas, gastos de desplazamiento incluidos.

Medida 3 – Estimación a tanto alzado, si bien, como cualquier acción de sensibilización el presupuesto puede variar sustancialmente en función de los objetivos y los medios planificados.

Sistema de Desarrollo –

Medidas 1 y 2 – Aunque existe la posibilidad de desarrollar estas medidas a través de una asistencia técnica, es recomendable implantarlas mediante acuerdos con entidades como, por ejemplo, las Cámaras de Comercio que, además de implicarlas en el proyecto de Reserva de la Biosfera, abren una vía de acceso a la financiación necesaria para la implantación de las medidas propuestas y posibilitar que trasciendan un carácter meramente puntual.

Medida 3 – Estructura de Gestión apoyada en una contratación externa especializada en procesos de comunicación.



2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
X		X		X		X		X		X	
MEDIDA 2											
X		X		X		X		X		X	
MEDIDA 3											
X	X										

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.5. – Diseño, creación y dinamización de un Centro Comercial Virtual de la Reserva de la Biosfera Internacional Valles Pasiegos.

Descripción

Las pequeñas empresas y los/as profesionales encuentra serios obstáculos para acceder al cliente final en espacios digitales, especialmente en el caso de actividades que se localizan en pueblos con baja densidad de población como consecuencia de la atomización de la oferta y de las dificultades de posicionamiento, debido a que no disponen de profesionales cualificados y los márgenes actuales impiden la contratación de empresas especializadas.

Por tanto, la cooperación también es esencial para el acceso al mercado digital. El incremento de la masa crítica favorece la capacidad de la oferta de ganar cuota de mercado y, al añadir diversidad de productos, mejora la experiencia de compra al potencial cliente, el/la cual al agrupar la compra puede además reducir los costes de envío respecto a interacciones con empresas individuales. Por ello se propone la creación de un Centro Comercial Virtual de la Reserva de la Biosfera Interregional Valles Pasiegos formado por comercios minoristas, empresas agroalimentarias, artesanos/as y entidades del sector servicios con capacidad de posicionar sus oferta online. El Centro Comercial Virtual ofrecería las siguientes ventajas:

- Incrementa la visión global de los productos y servicios que oferta el territorio objetivo.
- Facilita el acto de compra ya que al asumir el cliente un gasto de envío único se facilita el acceso a un amplio y diverso catálogo de productos.
- Al tratarse de un Centro Comercial ha de contar con alternativas de ocio virtuales que ofrecen una puerta de entrada al público infantil / juvenil y, por extensión, a sus familiares adultos.
- Facilita el posicionamiento web y las acciones de difusión mediante redes sociales.
- Sitúa al territorio objetivo en la vanguardia de la dinamización del comercio rural.
- Mejoraría, a través de la actividad comercial, la imagen del territorio objetivo.

La creación del Centro Comercial Virtual implica una planificación y un conjunto de trabajos previos de construcción del proyecto, al igual que han de desarrollarse para la apertura de una casa rural o un comercio de proximidad, con el factor diferencial de que, en este caso, la mayor parte de estas acciones son de carácter intangible, aunque como se detalla, es recomendable contar con un centro de distribución.

Una gestión eficaz del Centro Comercial Virtual requiere la elaboración de un plan enfocado a la puesta en valor de los recursos, con una estrategia destinada a la mejora del marketing de los productos y servicios incluidos, y el diseño de ofertas atractivas que capten la atención del cliente final, siempre partiendo de las potencialidades endógenas del territorio.

El Centro Comercial Virtual parte de la premisa de la existencia de excelentes productos y servicios gestionados por pequeños/as productores/as que, mediante el desarrollo de vías idóneas de difusión, comercialización y logística pueden llegar a ser altamente valorados más allá del ámbito local y mejorar, de este modo, su productividad económica.

A partir de estos pilares, los pasos básicos para la implantación del Centro Comercial Virtual son los siguientes:

- Diseñar y desarrollar una imagen de marca.
- Catalogar los productos singulares y servicios que se consideran adecuados para ser comercializados a través de un portal online.
- Elaborar los contenidos, diseñar y desarrollar un portal online.
- Negociar y pactar con los pequeños empresarios las condiciones de participación en el Centro Comercial.
- Elaborar un protocolo de comercialización en el que se analice cual ha de ser la metodología idónea para la gestión de la venta de los productos.
- Desarrollar la gestión comercial del Centro Virtual.
- Elaborar el merchandising del Centro.
- Adecuar de un espacio de logística y almacenaje.
- Publicidad y marketing.
- Gerencia.
- Diseñar un plan de sostenibilidad del Centro Comercial.

Objetivos

- Abrir nuevos canales de comercialización y ofrecer la posibilidad de diversificar las fuentes de ingresos a comercios de proximidad, productores/as locales y empresas de servicios.
 - Incrementar el potencial de visualización en redes de las empresas y servicios locales.
 - Consolidar las relaciones de cooperación intersectoriales.
-

Observaciones	- Con el fin de optimizar el potencial de las actuaciones desarrolladas por la Reserva de la Biosfera, la imagen de marca debiera basarse en el concepto estético de ésta. - El Centro Comercial Virtual no puede ser concebido por las empresas como un mero escaparate o espacio gratuito. La calidad en el servicio y en la respuesta que se precisan por parte de las empresas establecidas en el Centro requiere un alto nivel de implicación. Para alcanzarlo es necesario que las empresas “alquilen” las tiendas que ocupan en el espacio virtual mediante una cuota anual que ha de servir para sostener el sistema de gestión e impulsar campañas de marketing y posicionamiento en redes.	
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación ¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos. - Red.es. - Obra social de bancos y bajas.	
Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.

Indicadores de resultado	Creación del Centro Comercial Virtual	Sí/No
	Empresas incluidas en el Centro	Nº
	Visitas a la plataforma	Nº
	Usuarios/as estables	Nº
	Acciones de compra iniciadas	Nº
	Acciones de compra completadas	%
	Volumen de ventas de la plataforma	€
	Perfil de los visitantes	Análisis cualitativo
	Variación anual de empresas	%
	Variación anual de la cifra de negocios	%
Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X
MEDIDA		PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Diseño y edición del Centro Comercial Virtual.		No procede
2. Programa de dinamización de empresas para su implantación en el Centro Comercial Virtual.		No procede
3. Campaña de marketing y comunicación del Centro Comercial Virtual.		No procede

Justificación Presupuesto – No se expone una estimación de costes de las medidas incorporadas en esta Línea de Actuación por la elevada variabilidad de costes en función del proyecto que se pretenda desarrollar. Factores como las funcionalidades que se incorporen en la plataforma, los idiomas en los que esté disponible la información, el número de empresas que se pretenda incorporar, la profundidad de la campaña de marketing,... presentan cada uno de ellos un elevado grado de variabilidad.

Sistema de Desarrollo – La Estructura de Gestión ha de decidir el perfil de Centro Comercial Virtual que se alinea con el territorio objetivo y se adapta a la realidad de su tejido productivo. En función de ello se han de decidir qué fases del proyecto se apoyan en asistencias técnicas y cuáles pueden ser desarrolladas de manera directa por el equipo técnico.

2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1 (Diseño y edición)											
X	X										
MEDIDA 1 (mantenimiento y actualización)											
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MEDIDA 2											
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MEDIDA 3											
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.6. – Plan de impulso de la eficiencia empresarial.

Descripción

El desarrollo económico del territorio objetivo precisa de una actividad empresarial más dinámica, con mayor capacidad para impulsar la economía a escala local y de revitalizar el mercado laboral, debido a que en la actualidad las oportunidades que se producen desde el sector privado son muy limitadas. Revitalizar la actividad, además de extender una cultura de cooperación, mejorar los canales de comercialización o conseguir financiación, requiere aplicar criterios de eficiencia que posibiliten optimizar los resultados corporativos mediante la contención de costes.

Las empresas destinan gran parte de sus esfuerzos a incrementar el nivel de la facturación, sin analizar en qué fases de los procesos habituales pueden aplicarse sistemas alternativos que generen ahorro. La aplicación de sistemas de gestión eficiente, además de consolidar la actividad productiva, mejora su sostenibilidad y reducen el impacto que ejercen en el entorno ya que, por ejemplo, posibilitan la reducción del consumo energético o la racionalización del consumo de agua.

La aplicación de sistemas de gestión eficientes es fundamental en cualquier sector y aumentan, de manera notable, el beneficio empresarial sin necesidad de incrementar la cuota de mercado, incluso en determinados contextos la disminuye, ya que a veces la reducción de actividad conlleva una contención de costes ventajosa. Es decir, aunque se recorten las ventas el ahorro generado provoca un mayor beneficio, además de posibilitar una mayor disponibilidad de tiempo libre; pero es especialmente importante en aquellas tipologías de negocios en las que, bien por contar con un número potencial de clientes limitado (como ejemplo, el pequeño comercio de proximidad) bien por no poseer control alguno sobre el precio de venta (como ejemplo, una pequeña empresa del sector primario), los márgenes de beneficios son muy estrechos como consecuencia de la existencia de un techo de ingresos muy limitado, lo que implica que el aumento de beneficios y, en consecuencia, la mejora de calidad de vida pasa de manera necesaria por un ahorro en los gastos de funcionamiento.

Al margen de los efectos directos en las cuentas corporativas, la aplicación de sistemas de gestión eficiente, facilitan el acceso a certificaciones de calidad que, como se indicó en la Línea de Actuación 4.4., posibilitan que las empresas se distingan con un elemento que causa diferenciación respecto a la competencia, e incrementan de manera significativa su competitividad en los mercados, particularmente si el objeto del producto o servicio es la internacionalización debido a que, en este caso, contar con un sistema de gestión certificado es un elemento necesario, puesto que algunos países crean sus propias certificaciones como filtros de calidad (y en ocasiones obstáculo) para la

producción exterior.

Mediante esta Línea de Actuación se propone el desarrollo de un programa enfocado a evaluar el nivel de eficiencia de las empresas en los sistemas de gestión y/o producción y, a partir de estos, diseñar un plan de optimización.

Objetivos

- Incrementar la rentabilidad y sostenibilidad del tejido productivo, potenciar su capacidad de dinamización de la economía y el empleo a en el ámbito local y reducir el impacto que producen en el medio natural mediante la aplicación de sistemas de gestión eficiente.

Observaciones	• Una vez aplicado el programa de eficiencia empresarial, existe la posibilidad de elaborar un manual de buenas prácticas de gestión de empresas rurales para su implantación en territorios con características geográficas y productivas semejantes.	
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos.	
Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	X
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.

Indicadores de resultado	Diagnósticos de eficiencia elaborados	Nº
	Planes de optimización elaborados	Nº
	Planes implantados total o parcialmente	%
	Variación en el consumo de agua en las empresas con planes implantados	%
	Variación en el consumo energético en las empresas con planes implantados	%
	Variación en los costes de gestión, administración o producción de las empresas con planes implantados	%
	Certificaciones de calidad alcanzados a partir de la aplicación de planes de optimización	Nº
Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X
MEDIDA		PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Elaboración de diagnóstico de eficiencia y planes de optimización de empresas del ámbito de actuación.		26.250 € / programa
Justificación Presupuesto – Presupuesto calculado en base a las siguientes cifras: 15 diagnósticos de eficiencia x 1.000 €/diagnóstico + 15 planes de optimización x 750 €/plan, gastos de desplazamiento incluidos.		
Sistema de Desarrollo – Aunque también existe la posibilidad de ser desarrollada a través de una asistencia técnica, es recomendable implantar esta medida mediante acuerdos con entidades como, las Cámaras de Comercio y además de implicarlas en el proyecto de Reserva de la Biosfera, son una vía de acceso a la financiación necesaria para la implantación de las medidas propuestas y posibilitar que trasciendan un carácter meramente puntual.		



2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1 (Diseño y planificación del programa de eficiencia)											
X											
MEDIDA 1 (Desarrollo del programa)											
X		X		X		X		X		X	

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.7. – Fomento de la cultura emprendedora.

Descripción

El impacto de la crisis ha tenido como consecuencia la destrucción de empleo por cuenta ajena y el incremento del peso de las iniciativas de profesionales establecidos/as por cuenta propia. Esta realidad implica afrontar un futuro en el que, como consecuencia de la escasa capacidad de generar empleo del tejido productivo, es preciso desarrollar en la sociedad la capacidad y la actitud para generar las oportunidades. Durante el periodo 2007 – 2013 las administraciones públicas, en todos sus niveles (local, autonómico, estatal y europeo), han potenciado iniciativas y articulado políticas para impulsar la creación de empresas y la actividad privada como alternativa al proceso de reajuste que ha sufrido el mercado laboral. Sin embargo, al margen de continuar con el apoyo a la creación de empresas, es preciso consolidar un cambio cultural colectivo, que sitúe al emprendimiento como una alternativa de futuro, y no como la única opción a la que se aferra una persona que no encuentra espacios laborales.

Consolidar el espíritu emprendedor y conseguir su arraigo en la conciencia colectiva de la población pasa por motivar y apoyar a las potenciales personas emprendedoras, con el fin de ayudarles a romper los esquemas mentales que impiden tangibilizar un proyecto personal.

También es necesario afrontar la implantación de la cultura emprendedora en el ámbito educativo. Ampliar la visión de los escolares en torno a las dinámicas económicas y los roles que pueden ejercer para impulsar el desarrollo sostenible del territorio es un campo de acción esencial, aunque sus resultados solo serán perceptibles a largo plazo.

El objetivo de fomentar la cultura emprendedora en el ámbito social no ha de perseguir que toda persona en edad activa cree una empresa, pero sí que observe la posibilidad de su creación o de ejercer una actividad profesional propia como una alternativa real, que genere la capacidad de asumir riesgos, aunque estos deban estar controlados. Y que el fracaso deje de considerarse como un punto sin retorno y pase a ser aceptado como un hito en el proceso de aprendizaje.

Para ello, a través de esta Línea de Actuación se proponen las siguientes medidas:

- Impulsar un programa para introducir la cultura emprendedora en los centros escolares del ámbito de actuación apoyado en simuladores virtuales.
 - Planificar, organizar y consolidar un concurso de ideas emprendedoras en centros escolares de la Reserva de la Biosfera.
 - Impulsar una campaña de dinamización de la cultura emprendedora en el ámbito local.
-

Objetivos

- Dinamizar el mercado laboral del territorio objetivo mediante el impulso y consolidación de una cultura emprendedora reduciendo el temor a asumir un riesgo controlado y posibilitando la generación de empleo por cuenta propia en base a las potencialidades locales.

Observaciones	- Para alcanzar resultados tangibles en la consolidación de la cultura emprendedora es necesario contar con la implicación de los centros escolares del territorio de la Candidatura de la Reserva de la Biosfera. - El concurso escolar que se plantea mediante la implantación de esta Línea de Actuación podría estar incluido en el Proyecto Educativo descrito en la Línea de Actuación 2.1. De este modo se perfilaría como un programa estable y no como una actuación puntual.	
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación ¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - Comunidad Educativa. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos. - Obra social de cajas y bancos	
Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	
Indicadores de resultado	Plan de cultura emprendedora en la escuela	Sí / No

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.

	Concurso de ideas emprendedoras en la comunidad escolar	Sí / No
	Centros participantes (sobre el total del territorio objetivo)	%
	Proyectos presentados por categoría	Nº
	Campaña de dinamización de la cultura emprendedora	Sí / No
	Empresas / profesionales en el territorio por año	Nº
Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X
MEDIDA		PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Diseño y desarrollo de un programa de cultura emprendedora en centros escolares apoyada en simuladores virtuales.		60.000 €
2. Diseño y desarrollo de un concurso de emprendedores/as en el aula.		No procede
3. Programa de sensibilización y dinamización de la cultura emprendedora en el territorio objetivo.		12.000 €

Justificación Presupuesto –

Medida 1 – Estimación realizada en base al análisis de costes de otros proyectos de dinamización de la cultura en el aula. Este cálculo hace referencia al coste inicial en el que se incluye el coste del diseño y edición de los materiales educativos con los que se ha de trabajar en el aula, entre ellos una aplicación virtual de simulación empresarial. Posteriormente, en función de la consolidación del proyecto será necesario asumir costes de actualización y mantenimiento.

Medida 2 – No se ha realizado estimación económica ya que en función de la dimensión que se pretenda otorgar al concurso el intervalo de coste puede ser muy amplio y será preciso calcular gastos

de organización y coordinación del concurso y gastos corrientes derivados de la gala de entrega de premios asumiéndose los gastos de desplazamiento de los centros escolares de la Reserva de la Biosfera al núcleo de celebración.

Medida 3 – Estimación realizada a tanto alzado. El presupuesto puede variar significativamente en función de los objetivos establecidos y los medios utilizados para su desarrollo.

Sistema de Desarrollo –

Medida 1 – Contratación externa especializada en la elaboración de aplicaciones digitales en coordinación con la Estructura de Gestión y la comunidad educativa de la Reserva de la Biosfera.

Medida 2 – Planificación, organización y desarrollo del concurso realizada por la Estructura de Gestión en coordinación con la comunidad educativa. Se ha de observar, en función de la dimensión que se pretenda dar al evento de entrega de premios, la contratación de una asistencia técnica para su organización logística. En caso de asociarse al Día de Convivencia Escolar propuesto en la Línea de Actuación 2.1., se puede conseguir un importante ahorro de costes.

Medida 3 – Contratación de una asistencia técnica.

2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
X	X	X	X	X	X						
MEDIDA 2											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MEDIDA 3											
X	X										

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.8. – Impulso de la Economía Social.

Descripción

En la actualidad, las entidades encuadradas en la definición de economía social, como consecuencia del carácter tendiente al individualismo propio del modo de vida tradicional pasiego, tienen un nivel de implantación en el territorio muy bajo. Sin embargo, la evolución actual de una economía altamente globalizada, sitúa a las pequeñas empresas del medio rural y, en particular a las pertenecientes al sector primario, ante la necesidad de cooperar entre ellas con el fin de mejorar su posicionamiento en mercados que tienden a la eliminación de fronteras.

Las empresas que han actuado en el proceso participativo han indicado que la cooperación es esencial para mejorar las perspectivas de negocio, y para incrementar la capacidad de generar recursos económicos y oportunidades de empleo. Pero también han comentado que es preciso crear una cultura de colaboración que en la actualidad no existe, y generar redes de confianza que faciliten la concreción de acuerdos de colaboración.

Ante este contexto, es necesario impulsar medidas de sensibilización / dinamización orientadas a promover la actividad cooperativa, como medio para multiplicar la capacidad del territorio para revitalizar la economía local y dinamizar el mercado de empleo en base a las potencialidades de sus recursos endógenos. Con el fin de incrementar el peso de las entidades de economía social, ya sea mediante la creación de nuevas sociedades o de la consolidación y crecimiento de las ya existentes en el territorio objetivo, se proponen las siguientes medidas concretas:

- Planificación y desarrollo de un programa de intermediación especializada entre productores/as: un elemento básico para la creación y consolidación de cooperativas es generar relaciones de confianza entre las personas que han de constituir o constituyen la sociedad. Para ello es necesario que una figura externa ayude a trazar los puentes de colaboración necesarios, propiciar los procesos de negociación y finalmente formalizar los acuerdos que posibiliten la concreción de proyectos para impulsar la actividad productora.
 - Diseño e implantación de un programa de talleres de cultura cooperativa: esta actuación se basa en la organización de talleres de trabajo colaborativo dirigido a las personas que forman parte de las sociedades cooperativas con el fin de impulsar relaciones de confianza que favorezcan la creación de proyectos de crecimiento corporativo.
 - Planificación e implantación de un programa de talleres enfocado a visibilizar entre los/as asociados/as la rentabilidad de pertenecer a una sociedad.
-

Objetivos

- Promover la actividad cooperativa en el territorio objetivo a través de la implantación de acciones enfocadas a generar el contexto óptimo para la creación de nuevas sociedades y a incrementar la implicación de los/as asociados/as en las dinámicas relacionadas con las entidades a las que pertenecen.

Observaciones	• El desarrollo de acciones enfocadas a consolidar las relaciones de confianza entre los cooperativistas de una sociedad ayuda a avanzar en la instauración de una cultura colaborativa esencial para crear acuerdos entre entidades enfocadas a reducir la atomización. • La consolidación y crecimiento de las experiencias cooperativas precisa de una gestión profesionalizada, es decir, la eficacia de las acciones que se proponen está directamente relacionadas con el hecho de disponer o no de estructuras compartimentadas en las que los/as responsables de los procesos administrativos o de las acciones comerciales sean especialistas en la materia. • En el contexto actual, la eficacia de esta línea de actuación en espacios caracterizados por la baja densidad de población y su alto grado de dispersión dependerá de la capacidad de implicar en el desarrollo de las acciones concretas a las personas de los sectores objetivo que asumen el liderazgo efectivo (aunque no necesariamente formal).
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - FEADER. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos.

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.



Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	
Indicadores de resultado	Programa de intermediación	Si/No
	Personas formadas / sensibilizadas	Nº
	Cooperativistas formados/as sensibilizados/as	Nº
	Talleres de sensibilización demandados	Nº
	Talleres de sensibilización desarrollados	Nº
	Variación anual de socios/as cooperativistas	%
	Variación anual de cooperativas registradas	%
Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X
MEDIDA		PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Programa de intermediación entre potenciales cooperativistas.		No procede
2. Diseño e impartición de un programa de talleres de cultura cooperativa.		No procede
3. Programa de talleres de sensibilización y dinamización del cooperativismo.		No procede



Justificación Presupuesto – No se ha estimado el presupuesto. En las tres medidas el coste puede variar sustancialmente en función de los objetivos que se establezcan y el formato de desarrollo por el que se opte.

Sistema de Desarrollo –

Medida 1 – Contratación externa especializada en economía social e intermediación empresarial.

Medidas 2 y 3 – Planificación, organización y programación realizada por la Estructura de Gestión. La impartición de los talleres debe contratarse a empresas de formación especializadas en Economía Social o, al menos cooperativismo, o directamente a formadores de prestigio en este campo, con un perfil no académico. Es decir, con conocimientos adquiridos mediante la experiencia propia.

2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
X	X	X	X	X							
MEDIDA 2											
X	X	X	X	X							
MEDIDA 3											
X	X	X	X	X							

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.9. – Plan de empleo Mujer Rural.

Descripción

Según los datos del último padrón publicado por el INE (enero de 2018), la Reserva de la Biosfera propuesta, en el tramo de edad correspondiente a la edad activa, cuenta con 10.764 hombres y 9.775 mujeres, es decir, existe una diferencia de 989 personas. A pesar de esta diferencia numérica a favor de la población masculina, de las 1.703 personas en situación de desempleo registradas en el territorio objetivo, 926 son mujeres, mientras que los parados varones se reducen a 777. Es decir, existe un claro desequilibrio en el mercado laboral que revierte en la fuga de población femenina, elemento con una elevada incidencia sobre la tendencia demográfica, especialmente en las localidades con problemas significativos de pérdida de población.

Al descender el número de habitantes y la densidad de población, las oportunidades de empleo cualificado decrecen y las ocupaciones para las que no se precisa cualificación cuentan con un marcado perfil masculino, motivos por los que las mujeres disponen de un mercado laboral muy reducido y que le obliga a buscar oportunidades de desarrollo profesional en otros entornos geográficos. Es decir, impulsar actuaciones enfocadas a incrementar las oportunidades de trabajo para la mujer rural es un factor esencial para revertir la evolución de la población en las localidades en riesgo demográfico.

En este contexto, se propone el diseño de un Plan de Empleo para la Mujer Rural en el territorio de la Reserva de la Biosfera y la aplicación de medidas concretas como:

- Acciones de dinamización/sensibilización enfocadas a impulsar el empleo femenino en sectores acaparados tradicionalmente por el hombre.
- Implantación de un programa enfocado a promover el emprendimiento y el autoempleo femenino y a analizar nichos de mercado en el ámbito local en los que existen oportunidades de empleo.
- Realizar un estudio de buenas prácticas enfocadas a dinamizar el empleo femenino en entornos rurales caracterizados por la baja población y la dispersión.

Objetivos

- Crear un entorno favorable en el territorio objetivo para que se estreche la brecha existente en el mercado laboral local, como medio esencial para evitar el éxodo femenino y, de esta forma, sentar las bases para revertir la tendencia demográfica.
-

Observaciones	- En el Objetivo Estratégico 6 se expone el campo de la Salud y el Bienestar como un sector de actividad con amplias posibilidades de generar actividad económica en el territorio objetivo y de dinamizar el mercado laboral femenino. - La consolidación del teletrabajo en la administración pública y en la empresa privada es una opción que facilita el acceso a la mujer rural al empleo sin necesidad de provocar un cambio de residencia. Aunque, para que esta opción sea viable, es preciso contar con conexiones de calidad que permitan un trabajo en red fluido.	
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación ¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos. - Fondos Social Europeo / EmpleaVerde (gestionado por la Fundación Biodiversidad).	
Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.

Indicadores de resultado	Nº de acciones dinamización/sensibilización	Nº
	Inversión realizada en acciones de dinamización/sensibilización	€
	Variación de la tasa de empleo femenino	%
	Variación de la población femenina en edad activa	%
	Asociación/agrupación de mujeres empresarias	Sí/No
	Empresas gestionadas por mujeres	Nº
Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X
MEDIDA		PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Programa de Sensibilización para la Empleabilidad de la Mujer en sectores dominados tradicionalmente por el hombre.		12.000 €
2. Diseño y desarrollo de un programa de mujeres mentoras.		15.000 € / programa
3. Guía de buenas prácticas para la mejora de la empleabilidad de las mujeres en el medio rural.		9.000 €

Justificación Presupuesto –

Medida 1 – Estimación a tanto alzado. El presupuesto puede variar de manera significativa en función de los objetivos definidos y los medios utilizados para su desarrollo.

Medida 2 – Estimación realizada a partir del análisis de pliegos con objetos semejantes a los descritos. Se ha estimado que el desarrollo de un programa anual tiene un coste de 15.000 €.

Medida 3 – Estimación realizada a tanto alzado. El coste del estudio puede variar significativamente en función de los objetivos y de la delimitación del ámbito de análisis.



Sistema de Desarrollo –

Medida 1 – Contratación externa a través de asistencia técnica.

Medida 2 – Contratación externa a través de asistencia técnica especializada en la coordinación de procesos de mentorización. Cabe la posibilidad de desarrollarlo directamente a través de la Estructura de Gestión o mediante la firma de acuerdos de colaboración con entidades como, por ejemplo, las Cámaras de Comercio.

Medida 3 – Contratación externa a través de una asistencia técnica.

2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
X	X										
MEDIDA 2											
	X		X		X		X		X		X
MEDIDA 3											
	X	X									

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.10. – Programa de dinamización y consolidación del asociacionismo empresarial.

Descripción

El tejido productivo del territorio objetivo está formado, casi en su totalidad, por empresas de tamaño reducido, en gran parte micropymes, cuyo objetivo esencial es la subsistencia, centradas en el autoempleo y en la consolidación del negocio como medio para la sostenibilidad de la economía familiar. Esta atomización limita la capacidad de dinamizar la actividad económica local, resta competitividad y reduce la posibilidad de crear empleo de calidad por cuenta ajena.

En este contexto es esencial reforzar y revitalizar los procesos de colaboración entre empresas, incrementar la sensibilidad en el tejido productivo en torno a la importancia del asociacionismo y consolidar el funcionamiento de las agrupaciones profesionales que ya actúan en el territorio. Para ello es preciso impulsar medidas enfocadas a:

- Crear un mapa de asociaciones empresariales que operan en el ámbito de actuación con el fin de identificar los espacios geográficos en los que existen “vacíos” o escasa actividad de las entidades existentes y, en base a ello, aplicar las medidas correctoras oportunas.
- Impulsar un programa de apoyo técnico especializado a las asociaciones existentes enfocado en revitalizar o, en su caso, potenciar el funcionamiento de las entidades y facilitar su participación en programas y convocatorias de ayudas a través de las cuales optar a fondos que reviertan en la mejora de sus dinámicas y en las prestaciones que ofrece a las empresas asociadas.
- Crear una escuela de gestores/as de asociaciones empresariales que mejore la cualificación de las personas que ostentan cargos de administración y/o representación de las entidades, con el fin de incrementar su potencial de acción (medida que ha de incorporarse al Plan de Formación propuesto en la Línea de Actuación 4.2.).
- Propiciar espacios de encuentro de entidades empresariales enfocadas al intercambio de experiencias y sinergias que favorezcan las dinámicas asociativas.

Como se ha indicado en la Línea de Actuación 4.8., la estructura social pasiega tradicional tendía al individualismo. Por lo que, en este territorio el fortalecimiento del tejido asociativo en el ámbito empresarial ha de basarse en la creación de relaciones de confianza en el empresariado.

Objetivos

- Impulsar la cultura asociativa en el tejido productivo del territorio objetivo con el fin de incrementar la competitividad de las empresas asociadas a partir de la capacidad de influencia de las agrupaciones en los factores que componen el contexto productivo.

Observaciones	- La consolidación de la marca Calidad Rural es un medio para la generación de relaciones de confianza entre las empresas adheridas y, en base a ello, impulsar una asociación con influencia supramunicipal y con elevada capacidad de incidencia en los procesos productivos del territorio. - Una vez realizado el mapa asociativo del territorio y analizada la situación de cada una de las entidades vigentes, se pueden concretar las medidas para impulsar el asociacionismo en sectores y campos de actividad sin representación colectiva.
Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación ¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos. - Fondos Social Europeo / EmpleaVerde (gestionado por la Fundación Biodiversidad). - Obra social de bancos y cajas. - Tejido productivo del territorio. - Agentes de desarrollo del territorio.

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.



Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	
Indicadores de resultado	Mapa de asociaciones empresariales	Sí/No
	Acciones de revitalización del tejido asociativo existente	Nº
	Inversión en acciones de revitalización del tejido asociativo	€
	Variación anual en el número de empresas asociadas (por asociación)	%
	Asociaciones creadas	Nº
	Asociaciones empresariales gestionadas por mujeres (sobre el total de asociaciones del territorio)	%
	Asociaciones empresariales gestionadas por jóvenes (sobre el total de asociaciones del territorio)	%
	Proyectos presentados a convocatorias específicas para asociaciones empresariales.	Nº
	Asociaciones que presentan proyectos	Nº
	Financiación alcanzada a través de los proyectos presentados	€
Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X

MEDIDA	PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Creación de un Mapa de Asociaciones Empresariales de la Reserva de la Biosfera.	0 €
2. Programa de asesoramiento técnico.	No procede
3. Formación para gestores/as de asociaciones empresariales.	No procede
4. Jornadas de encuentro (networking) del tejido asociativo del ámbito de actuación.	2.500 € / jornada

Justificación Presupuesto –

Medida 1 – Acción con posibilidad de ser desarrollada por la Estructura de Gestión apoyada en los/as técnicos/as que operan en el territorio.

Medida 2 – En función del sistema de gestión, contratación de una asistencia técnica o de un/a técnico/a dependiente de una de las entidades públicas que operan en el territorio, la variación del coste es muy elevada.

Medida 3 – Esta acción, en caso de ser desarrollada, ha de incorporarse al Plan de Formación descrito en la Línea de Actuación 4.2., por lo que ha de ser presupuestada en dicho contexto.

Medida 4 – Se ha estimado un coste básico para el desarrollo de unas jornadas de un día de duración cuyo objetivo es la interacción entre los equipos gestores de las asociaciones. El precio puede variar de forma sustancial en función de la dimensión que se pretenda dar a los eventos.

Sistema de Desarrollo –

Medida 1 – Acción con posibilidad de ser desarrollada por la Estructura de Gestión apoyada en los/as técnicos/as que operan en el territorio.

Medida 2 – En caso de implantarse esta medida, el sistema idóneo será desarrollarla a través de la contratación de un/a técnico/a que asuma como función específica el asesoramiento al tejido asociativo del ámbito de actuación. No sería necesario crear un puesto de trabajo específico, la opción óptima es especializar una unidad del equipo existente.

Medida 3 – Esta acción en caso de ser desarrollada, ha de incorporarse al Plan de Formación descrito en la Línea de Actuación 4.2., por lo que su desarrollo ha de ser planificado en dicho contexto.

Medida 4 – Organización, planificación y calendarización admitida por la Estructura de Gestión, que asume los costes de desplazamiento y manutención de las entidades asistentes y los honorarios de los/as dinamizadores/as de las jornadas.



2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
	X		(Rev) ²		(Rev)		(Rev)		(Rev)		(Rev)
MEDIDA 2											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MEDIDA 3											
No procede											
MEDIDA 3											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

² Es necesario realizar una actualización periódica del mapa.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 – DINAMIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL Y CONSOLIDACIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO RELACIONADO CON LOS SECTORES ESTRATÉGICOS

Línea de Actuación 4.11. – Plan de transmisión y traspaso de negocios.

Descripción

Una de las medidas que plantea disminuir la destrucción de empleo y dinamizar el mercado laboral en el ámbito local, consiste en facilitar a personas en situación de desempleo el acceso a la propiedad de actividades productivas consolidadas que, de no encontrar a un/a propietario/a alternativo/a pueden ser abandonadas, lo que implica pérdida de actividad económica y social.

La jubilación, el cambio de domicilio, la falta de ideas que relancen el negocio,... son algunos de los motivos que pueden llevar a plantear el cese de una actividad profesional o el cierre de pequeños negocios o explotaciones.

Por otro lado, existen perfiles de desempleados/as indecisos ante el paso de formalizar una actividad por diversas causas:

- Dificultad para acceder a la financiación necesaria para iniciar la actividad.
- No contar con una cartera de clientes inicial que garantice un flujo de caja durante la fase inicial de la actividad.
- Trabas burocráticas que retrasan el inicio de la actividad, eliminando el factor motivacional.
- En el caso del sector primario, el periodo prolongado y necesario (varios años) que ha de transcurrir hasta que una explotación comienza a generar réditos.

Impulsar acciones que faciliten la transmisión de negocios posibilitaría la conservación de actividades profesionales, oficios tradicionales o negocios singulares que forman parte de la vida local, y cuya desaparición afecta también al nivel emocional de la conciencia colectiva de un pueblo.

En el caso del sector primario, esta acción facilitaría el acceso a este sector de nuevos/as profesionales, y mejoraría las perspectivas para garantizar el relevo generacional.

Desarrollar medidas de transmisión efectivas requieren ampliar la posibilidad de cualquier tipo de potencial promotor/a, y no reducirla al ámbito familiar, limitación que restaría efectividad.

A través de esta Línea de Actuación se propone facilitar los procesos de transmisión de negocios en el territorio objetivo mediante la creación de una base de datos a escala local de negocios que en el corto plazo corren el riesgo de cesar su actividad y, de este modo, facilitar un proceso de intermediación con potenciales personas emprendedoras cuyo perfil se adapte a los requerimientos de la actividad.

Objetivos

- Facilitar a la juventud del territorio objetivo el acceso al trabajo por cuenta propia mediante el acceso a actividades consolidadas que, por diferentes causas (jubilación, enfermedad, cambio de residencia,...), corren el riesgo de ser abandonadas, destruyendo empleo y dinamisos sociales y económicos.

Observaciones

- Esta es una Línea de Actuación que se alinea con la iniciativa del Consejo Regional de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria de Castilla y León y la Junta de Castilla y León que han impulsado el programa Creación y Sucesión Empresarial que cuenta entre sus objetivos “que ningún negocio desaparezca mientras haya personas emprendedoras dispuestas a mantenerlo vivo”.
- Las actuaciones de transmisión no tienen que estar orientadas, de manera específica, a descendientes de las personas que gestionen en la actualidad las empresas / explotaciones susceptibles de ser traspasadas (aunque puede establecerse un sistema de priorización), ya que han de ser contempladas como un medio para garantizar la sostenibilidad de los comercios y la dinamización del mercado laboral por cuenta propia.
- En caso de no identificar potenciales emprendedores/as con interés por revitalizar una empresa / explotación en riesgo de cierre en la localidad en que se encuentra ubicado, el proceso de transmisión puede enfocarse como un medio para motivar el traslado al municipio de nuevos/as pobladores/as, en base a una oportunidad de acceso al mercado laboral a través de la gestión de una actividad cuya viabilidad ha quedado demostrada por la experiencia.
- Una vez elaborada la base de datos de empresas / explotaciones viables en riesgo de cierre de actividad, sería oportuno la creación de un registro donde las localidades puedan incorporar nuevos negocios y actualizar la situación de los ya registrados.

Entidades con capacidad de implicarse en el desarrollo de la actuación ¹	- Gobierno de Cantabria. - Junta de Castilla y León. - Diputación de Burgos. - Asociación para la Promoción y Desarrollo de los Valles Pasiegos. - Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades. - Cámara de Comercio e Industria de Cantabria. - Cámara de Comercio e Industria de Burgos. - Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.	
Alineación con las funciones de una Reserva de la Biosfera	- Conservación	
	- Desarrollo	X
	- Apoyo logístico	
Indicadores de resultado	Creación de base de datos de negocios en situación potencial de traspaso	Sí/No
	Transmisión de empresas realizadas por año	Nº
	Transmisión de empresas a mujeres por año	%
	Transmisión de empresas a jóvenes por año	%
	Inversión en consolidación de empresas traspasadas	€
	Variación anual del número de negocios cerrados	%
	Puestos de trabajo creados/consolidados	Nº

¹ Implicación financiera, técnica, logística o académica.

Objetivos Horizontales	- Innovación y TICs	X
	- Cambio Climático	X
	- Despoblación	X
	- Igualdad de Oportunidades	X
MEDIDA		PRESUPUESTO ESTIMADO
1. Creación de una base de datos de negocios / explotaciones viables en riesgo de cesar la actividad.		10.000 €
2. Programa de intermediación entre emprendedores/as y gestores/as de empresas / explotaciones en riesgo de cese de actividad.		No procede

Justificación Presupuesto –

Medida 1 – Estimación a tanto alzado. El presupuesto puede variar de manera significativa en función de los objetivos definidos y los medios utilizados para su desarrollo.

Medida 2 – No se ha realizado una estimación, debido a que el coste varía de manera significativa en función del sistema de gestión a desarrollar, el tiempo que permanezca vigente la iniciativa o el grado de acompañamiento que se ofrezca a los/as emprendedores/as.

Sistema de Desarrollo –

Medida 1 – La identificación de negocios puede ser desarrollada por la Estructura de Gestión apoyada en los equipos técnicos del territorio y las corporaciones locales. La aplicación digital precisa de una contratación externa mediante una asistencia técnica.

Medida 2 – Las acciones de intermediación pueden ser desarrolladas por la Estructura de Gestión, a través de una asistencia técnica especializada o mediante la firma de acuerdos de colaboración con entidades como, por ejemplo, las Cámaras de Comercio.



2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
MEDIDA 1											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MEDIDA 2											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X