

# CAMPAÑA DE RECUPERACIÓN ECONÓMICA TRAS LA PANDEMIA “PUERTAS ABIERTAS”



## CONTENIDOS DE LA MEMORIA- PROYECTO

---

- 1.- Presentación del proyecto
- 2.- Ámbito de actuación
- 3.- Objeto de la actuación
- 4.- Objetivos del proyecto.
- 5.- Acciones del proyecto.
- 6.- Presupuesto del proyecto.
- 7.- Plazo de Ejecución.



## 1.- Presentación del proyecto

---

La campaña “Puertas abiertas” es un proyecto promovido por FADETA para impulsar y recuperar la economía de los núcleos rurales tras la pandemia del Covid-19, cuyas consecuencias han afectado negativamente a emprendedores y autónomos del territorio y, por ende, a muchas familias que residen en nuestros pueblos.

No obstante, la epidemia de coronavirus también ha abierto una puerta para el optimismo, provocando que los habitantes del mundo urbano empiecen a mirar al medio rural con otros ojos, que contemplen la posibilidad de teletrabajar desde un entorno natural y que valoren más que nunca el espacio vital que ofrecen los pequeños pueblos.

Nos encontramos en un momento clave y es fundamental saber aprovechar todas estas oportunidades generadas por el Covid-19. Por ello, es necesario hacer un esfuerzo extra para aprovechar estas sinergias y atraer a nuevos habitantes (que fijen su primera residencia en nuestros pueblos) y a nuevos emprendedores que se asienten en el territorio y que contribuyan a fijar población, a revitalizar el territorio y a luchar contra la despoblación.

Estamos convencidos de que el principal hándicap que impide que mucha gente se traslade a los pueblos es el desconocimiento y la imagen negativa que tradicionalmente se ha proyectado del medio rural. Por lo general, la ciudadanía de núcleos urbanos no conoce qué servicios tendrían a su alcance en un pueblo concreto o qué posibilidades les brinda ese territorio, y eso hace que la decisión de mudarse al pueblo quede relegada a un segundo plano o incluso que se abandone.

‘Puertas abiertas’ pretende solventar ese problema ofreciendo una imagen precisa y real de nuestros pueblos como lugares idóneos para vivir, trabajar e invertir; como lugares con una gran calidad de vida y mucho más seguros frente a pandemias. Para ello, se creará una agencia facilitadora de información y un catálogo de servicios, pero también se realizarán campañas de difusión y promoción que lleven los mensajes al habitante del mundo urbano y le anime a trasladarse al medio rural.

La denominación ‘Puertas abiertas’ engloba un doble sentido, ya que alude a la tranquilidad y humanización que existe en el medio rural y en los pueblos, y por otro lado



a la hospitalidad rural puesto que recibimos con las puertas abiertas a los visitantes, a los nuevos habitantes y a los emprendedores.

## 2.- **Ámbito de actuación**

El proyecto tendría como público objetivo tanto Madrid capital como sus alrededores, ya que la proximidad geográfica respecto a la comarca de FADETA y la sobrepoblación que existe en la capital convierten a los residentes urbanos de esa zona en potenciales residentes rurales.

Por otro lado, los 41 municipios que integran el ámbito de actuación de FADETA se verían beneficiados por este proyecto, puesto que se trata de un proyecto integral y transversal donde todos los municipios estarán incluidos y todos formarán parte de un catálogo donde el visitante podrá ver lo que cada uno ofrece. En este sentido, todos los pueblos serán potenciales destinos de los nuevos habitantes, pero indirectamente también se verán beneficiados por el impulso que pueda adoptar la comarca con la llegada de nuevos emprendedores y familias.

### Relación de municipios

	MUNICIPIO	NÚCLEO
1	Alcocer	Diseminado
2	Alique	Diseminado
3	Almadrones	Diseminado
4	Alocén	Diseminado
5	Argecilla	Diseminado
6	Auñón	Entrepeñas
		Diseminado
7	Barriopedro	
8	Berninches	Diseminado
9	Brihuega	Archilla
		Balconete
		Castilmimbres
		Fuentes de la Alcarria
		Hontanares
		Malacuera
		Olmeda del Extremo
		Pajares
		Romancos
		Santa Clara
Tomellosa		



		Valdesaz
		Villaviciosa de Tajuña
		Yela
		Diseminado
10	Budia	Picazo
		Valdelagua
		Diseminado
11	Castilforte	
12	Centenera	
13	Chillarón del Rey	Diseminado
14	Cifuentes	Carrascosa de Tajo
		Gárgoles de Abajo
		Gárgoles de Arriba
		Gualda
		Huetos
		Moranchel
		Oter
		Ruguilla
		Sotoca de Tajo
		Val de San García
		Diseminado
15	Cogollor	Diseminado
16	Durón	Diseminado
17	Escamilla	Diseminado
18	Gajanejos	
19	Henche	Diseminado
20	Irueste	
21	Ledanca	Monasterio de las Monjas
		Valfermoso de las Monjas
		Diseminado
22	Lupiana	Diseminado
23	Mantiel	Diseminado
24	Masegoso de Tajuña	Diseminado
25	Millana	Diseminado
26	Olivar (El)	Diseminado
27	Pareja	Las Anclas
		Casasana
		Cereceda
		Paraíso
		Peñalagos
		Tabladillo
		Diseminado
28	Peñalver	Diseminado



29	Peralveche	
30	Romanones	
31	Sacedón	Las Brisas
		Córcoles
		Diseminado
32	Salmerón	
33	San Andrés del Rey	
34	Solanillos del Extremo	
35	Tendilla	Diseminado
36	Trillo	Azañón
		Instituto Leprológico
		Morilejo
		La Puerta
		Santa María de Ovila
		Valdenaya
		Viana de Mondéjar
		Diseminado
37	Utande	Diseminado
38	Valderrebollo	
39	Valfermoso de Tajuña	
40	Yélamos de Abajo	
41	Yélamos de Arriba	Diseminado

### 3.- Objeto de la actuación

Las acciones incluidas en este proyecto pretenden mostrar de forma real y actualizada las ventajas de vivir en un pueblo, explicando los servicios y recursos de los que disponen, y facilitando información veraz a los interesados, con el fin de animarlos a mudarse al medio rural, a emprender en los pueblos, y prestarles ayuda para que consoliden su decisión de traslado.

Se trata de crear una especie de agencia facilitadora de información para que la gente pueda encontrar en los pueblos de la comarca de FADETA su lugar de residencia y realizar en ellos su proyecto vital y profesional. El proyecto incluye la realización de diversas acciones de apoyo y la realización de todo el material y herramientas necesarias para lograr este objetivo.

### 4.- Objetivos del proyecto



Los objetivos que se pretenden conseguir con este proyecto son:

- Atraer a nuevos habitantes y emprendedores, combatiendo el desconocimiento existente sobre el medio rural. De esta forma, fijamos población, revitalizamos el territorio y luchamos contra la despoblación.
- Mostrar de forma clara, atractiva y actualizada los servicios, recursos y posibilidades que ofrece vivir en un pueblo. Para ello, elaboraremos un catálogo actualizado de servicios y recursos de cada pueblo y la distancia que existe a los servicios básicos.
- Visibilizar la labor del Grupo de Acción Local FADETA, dar a conocer el apoyo que prestamos a emprendedores, difundir la apuesta que los emprendedores rurales hacen por el medio rural y contribuir a promocionar sus negocios fuera de nuestra comarca.
- Se enfatizará la fuerza de lo rural y servirá de estímulo para el tejido socioeconómico de la comarca.

## **5. Acciones del proyecto**

### **5.1 Servicio de información**

La acción más importante del proyecto es la puesta en marcha de un servicio de información permanente para los interesados. Ofrecerá información actualizada sobre convocatorias de ayudas y subvenciones, ventajas fiscales derivadas de la Ley de Medidas Económicas, Sociales y Tributarias contra la Despoblación de Castilla-La Mancha y dirigidas a familias y empresas, disponibilidad de viviendas o terrenos, suelo industrial y ofertas de trabajo o de formación, además de divulgar iniciativas y servicios de cada uno de los pueblos de la comarca.

Cada persona tendrá a su alcance toda la información de interés, podrá localizar qué instalaciones deportivas tiene la zona, qué recursos sanitarios, si hay residencias para mayores o servicios de guardería, o qué ayudas puede encontrar para poner en marcha su negocio. También encontrará información sobre iniciativas municipales y culturales o recursos turísticos, con el fin de dinamizar la comarca y generar desplazamientos de unos



pueblos a otros con el fin de que la riqueza se distribuya y que el incremento del número de habitantes de un pueblo también repercuta positivamente en los pueblos de alrededor. Del mismo modo, se incorporará un listado de todas las empresas de la comarca, con el objetivo de favorecer una especie de economía circular y de venta directa en la que los habitantes del medio rural se nutran y cuenten como proveedores con empresas de su comarca.

La oficina prestaría atención virtual y telefónica bajo demanda. Para ello, se habilitará un servicio de chat, un teléfono y un correo electrónico.

Como complemento, dispondrá de un soporte digital para acceder a la información desde el móvil. También alimentará la web de FADETA con un buscador que incluirá información de todos los pueblos que forman parte del territorio y de los servicios que ofrecen. Será tan fácil como introducir el nombre de un pueblo de la comarca y que aparezcan todos los servicios que ofrece y cuáles son sus principales atractivos, es decir, la relación de ventajas que animen a la gente a elegir la comarca para fijar su primera o segunda residencia.

## **5.2 Campañas de promoción en Madrid y su cinturón**

Para lograr los objetivos y llegar a la población objetivo, será necesario desarrollar campañas de promoción en Madrid y en su cinturón, por ser la zona de influencia. Se harán tres oleadas publicitarias concretas, que se desarrollarían en el primer semestre de 2021, segundo semestre de 2021 y otoño de 2022. Además, durante la vigencia del proyecto, habrá un mantenimiento de la campaña en redes sociales (Facebook e Instagram).

La campaña se realizará en medios generalistas, en medios locales y regionales de Madrid (medios digitales, prensa, radios). Entre ellos, se contará con medios digitales por ser los más utilizados por el público en general, como ActualidadSur, CrónicaMadrid, CrónicaDigital, Público, el Mirador de Madrid, etc. También se incluirán emisoras de radio como OndaMadrid, Esradio, y otras emisoras locales. Se hará hincapié en medios gratuitos como 20 minutos Madrid y se incidirá también en portales como Servihabitat e Idealista, por ser referentes para las personas que buscan una vivienda o un terreno.

Se incluye la creatividad, la producción de cuña, banner, imagen y spot de redes sociales, y la compra de medios.

La idea creativa versará sobre los conceptos de felicidad y libertad, e irá acompañada de cifras y respuestas claras aludiendo a la ventaja de vivir en los pueblos.





### 5.3 Viaje de “influencers” a la comarca

La campaña incluye la organización de viajes en los que se invitará a periodistas especializados e “influencers” relacionados con turismo, naturaleza y emprendimiento. El objetivo es que conozcan el territorio y visiten algunos proyectos emprendedores que se han desarrollado en la zona, con el fin de que promocionen la comarca y la labor de FADETA en sus medios y canales.

El contenido de la visita se diseñará de tal modo que puedan conocer la mayor parte de municipios de la comarca y los proyectos más destacados, además de la gastronomía, la cultura y las tradiciones. La duración máxima del viaje será de 2 días y una noche.

Esta acción tendría continuidad en el tiempo, organizando un viaje anual. El primero sería en el segundo semestre de 2021 y el segundo viaje se efectuaría en el primer semestre de 2022.

El número de periodistas se seleccionaría en función del presupuesto disponible. Para esta acción se buscará financiación de patrocinadores institucionales o privados (Ayuntamientos, Diputaciones, entidades bancarias, hoteles y restaurantes, empresas importantes, cooperativas, etc.)

### 6.- Presupuesto del proyecto

- Oficina de Información y generación de servicios: 25.000 euros
- Campañas de promoción en Madrid y su cinturón (3 oleadas): 35.000 euros
- Viaje a la comarca de periodistas especializados e “influencers” (2 acciones): 7.000 euros

Total, estimado: 67.000 euros + IVA

PRESUPUESTO	Importe €
VALOR ESTIMADO	67.000,00
IVA 21%	14.070,00
IMPORTE TOTAL DEL GASTO	81.070,00

Para calcular el presupuesto se ha hecho una estimación atendiendo a precios establecidos en el Manual de Procedimiento de la medida 19 LEADER del PDR DE Castilla-La Mancha 2014-2020, y en cualquier caso será moderado porque atenderá a un proceso de licitación tal y como establece la Ley de contratos del sector público.

#### 6.1 Presupuesto oficina de información y generación de servicios:



La Oficina de Información y Generación de Servicios ofrecerá información actualizada sobre convocatorias de ayudas y subvenciones, ventajas fiscales derivadas de la Ley de Medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y por el Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha dirigidas a familias y empresas, disponibilidad de viviendas o terrenos, suelo industrial y ofertas de trabajo o de formación, además de divulgar iniciativas y servicios de cada uno de los pueblos de la comarca.

La Oficina deberá recabar toda esta información y mantenerla actualizada durante la ejecución del contrato.

La oficina debe prestar atención virtual y telefónica bajo demanda. Para ello, se habilitará un servicio de chat, un teléfono de atención y un correo electrónico, se podrá prestar el servicio desde las oficinas del adjudicatario.

El horario de atención telefónica al público, como mínimo, será de lunes a viernes de 09.00 a 14.00 horas.

El adjudicatario detallará las personas dedicadas a este fin, especificando su cualificación y experiencia.

#### Desglose del PRESUPUESTO:

El precio de licitación se ha calculado en base a que el adjudicatario destine a 2 personas a media jornada para la atención correcta de la oficina y la generación de servicios:

1 persona a media jornada destinada a la oficina técnica con un sueldo de 900 € / mes la empresa tiene un coste con su contratación de 1.375 € por 12 meses de duración del contrato serian 16.500,00 €

1 persona a media jornada durante 6 meses de apoyo para recabar información con un sueldo de 900 € / mes la empresa tiene un coste con su contratación de 1.375 € por 10 meses de duración serian 13.750,00 €

Para el coste de contratación del personal se ha tomado como referencia el expresado en el anexo 45 del Manual de Procedimiento de la medida 19 LEADER del PDR DE Castilla-La MANCHA 2014-2020, para un auxiliar administrativo.

#### **6.2 Presupuesto campañas de promoción en Madrid y su cinturón**

La cuantía de esta acción es de 35.000,00 euros (excluido IVA) y de 42.350,00 incluido el Impuesto sobre el Valor Añadido.

Consistirá en el desarrollo de tres campañas de promoción de las posibilidades de la comarca en las zonas susceptibles de aportar nuevos habitantes y emprendedores a los pueblos de FADETA.

Las campañas deben contemplar tres oleadas publicitarias, que se deben desarrollar a lo largo del periodo de duración del proyecto. Se especificará el importe dedicado a medios en cada campaña, con un mínimo de 6.500 euros por campaña, cantidades que habrá que justificar al término de cada una. En esta partida también está incluida la creatividad y producción de cuñas, banner, imagen y spot.

#### Desglose del PRESUPUESTO:

Creatividad general de las campañas = 3.125,84 € / por campaña.



Producción de cuña, banner, imagen y spot = 1.552,83 € / por campaña.

Plan de medios = 907,50 € / por campaña.

Gestión y coordinación de la campaña = 665,50 € / por campaña.

Inversión en medios para cada una de las campañas: 7.865,00 € / por campaña.

Para calcular el presupuesto se ha hecho una estimación atendiendo a los costes de campañas de animación con operaciones similares del propio GAL (proyectos L1903.0.194.02.004, y L1903.0.194.02.127

### **6.3 Presupuesto Viaje a la comarca de periodistas especializados e influencers**

La acción tiene un presupuesto de 7.000,00 euros (excluido IVA) y de 8.470,00 incluido el Impuesto sobre el Valor Añadido.

Planificación y organización de dos viajes, en los que se invitará a periodistas especializados e influencers relacionados con turismo, naturaleza y emprendimiento a los pueblos de la comarca. El objetivo es que conozcan el territorio y visiten algunos proyectos de emprendedores que se han desarrollado en la zona, con el fin de que promocionen la comarca y la labor de FADETA en sus medios y canales.

Se organizaran dos viajes durante la duración del contrato, espaciándolos en el tiempo. El número de periodistas se debe seleccionar en función del presupuesto disponible.

El adjudicatario deberá destinar un mínimo de 2.500 euros por viaje para la contratación de influencers y periodistas. El número de influencers contratados nunca podrá ser inferior a 3 por viaje y la duración del viaje será, como mínimo, de un día.

Se valorará la importancia del medio en el que trabajen los periodistas propuestos y el número de seguidores de los influencers, así como la propuesta de viaje y contenido que se haga.

Desglose del PRESUPUESTO:

Viaje 1:

3 personas por viaje y la duración mínima del viaje será de 1 día (7 horas)

21 horas x 100 € / Hora = 2.100 €

3 dieta manutención: 40,68 € x 3 = 122,04 €

Gastos de desplazamientos: 812,96 €

Indemnización por utilización de vehículo particular:

- Turismo 0,20 € / km
- Motocicleta 0,11 € / km

Contratación de microbús para desplazamientos durante el viaje.

Organización y coordinación de los viajes: 1.200 €

Para la organización y coordinación del viaje se prevé que se inviertan 60 horas de trabajo a 20 € / hora.



Viaje 2:

3 personas por viaje y la duración mínima del viaje será de 1 día (7 horas)

21 horas x 100 € / Hora = 2.100 €

3 dieta manutención: 40,68 € x 3 = 122,04 €

Gastos de desplazamientos: 812,96 €

Indemnización por utilización de vehículo particular:

- Turismo 0,20 € / km

Contratación de microbús para desplazamientos durante el viaje.

Organización y coordinación de los viajes: 1.200 €

Para la organización y coordinación del viaje se prevé que se inviertan 60 horas de trabajo a 20 € / hora.

Para el coste del cálculo del kilometraje de periodistas especializados e influencers se ha tomado como referencia el expresado en el anexo 45 del Manual de Procedimiento de la medida 19 LEADER del PDR DE Castilla- La MANCHA 2014-2020, y para el cálculo de horas empleadas en la organización y las dedicadas por los profesionales las establecidas también en el citado



## 7.- Plazo de ejecución

El proyecto se extendería durante un periodo de un año. El lanzamiento tendría lugar en el primer semestre de 2021 y se desarrollaría de manera ininterrumpida hasta el primer semestre de 2022.

Los dos primeros meses tras la adjudicación del proyecto se dedicarían a la recopilación de datos. Para ello, será necesario contactar telefónicamente y por correo electrónico con todos y cada uno de los Ayuntamientos de la comarca, hablar con las empresas más destacadas del territorio y también con inmobiliarias de la zona. La información será analizada y procesada. Se volcará en una base de datos y se programará para ser utilizada en diferentes medios y formatos (app, web, etc.)

Este sería el cronograma previsto de las actuaciones incluidas en el proyecto:

Acción	2021							2022					
	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Ab	May	Jun
Recopilación de datos	X	X											
Elaboración de catálogo de servicios	X	X	X										
Servicio de información			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Campañas publicidad		X				X				X			
Visitas influencers					X							X	
Publicidad en redes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

