



ESTUDIO SOCIOECONÓMICO DAFO

**AMBITO TERRITORIAL: MUNICIPIOS ADE RURAL INCLUIDOS EN EL ÁREA DE INFLUENCIA
OFICINA ECYL EN VENTA DE BAÑOS**

DICIEMBRE DE 2014

**Realizado por la Técnico de Dinamización Económica del área de Venta de Baños de la Provincia
de Palencia para ADERural**

ANÁLISIS DAFO: ÁREA VENTA DE BAÑOS

| DEBILIDADES | AMENAZAS |
|---|---|
| <p><u>CONTEXTO AMBIENTAL Y NATURAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Pérdida de zonas arboladas históricas: Monte Mayor (quejigos) en Palenzuela y (encinas) en Villamediana, Valdeolmillos, Quintana...(sabinas) en Soto de Cerrato ■ Pérdida de especies endémicas o raras debido a la caída de usos ganaderos (disminución de ganado churro) ■ Condiciones climáticas extremas: inviernos fríos y veranos con escasas lluvias y casi inexistencia de primavera y otoño <p><u>CONTEXTO ECONÓMICO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Alta dependencia en el sector agrario de cultivos y ganaderías excedentarias a nivel europeo ■ Actividad Industrial concentrada en un municipio: Venta de Baños y en dos sectores: automoción e industria galletera ■ Industria agroalimentaria de pequeño tamaño y reducida capacidad de innovación ■ Escaso desarrollo del sector turístico | <p><u>CONTEXTO AMBIENTAL Y NATURAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Existencia de vertederos incontrolados ■ Abandono de usos ganaderos tradicionales ■ Abandono y deterioro de parte del patrimonio Histórico – Artístico <p><u>CONTEXTO ECONÓMICO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Baja rentabilidad de producciones agrarias ■ Excesiva presión de normativa medioambiental que repercute en aumento de costes de producción. ■ Insuficiente estrategia de promoción de las denominaciones de origen y producciones artesanas ■ Competencia de otras zonas (Montaña Palentina) ■ Falta de recursos turísticos completos y comercializables |

- Ausencia de promoción específica de la zona. Falta de marca de identidad comarcal.

- Escasa presencia de equipamientos comerciales. Ausencia total de los mismos en algunos municipios

CONTEXTO SOCIAL

- Dependencia de la capital respecto a servicios básicos

- Concentración de equipamientos sociales, que obliga a población mayor y escolar a continuos desplazamientos.

- Carencia de medios que garanticen los desplazamientos entre algunos municipios

- Cercanía a la capital. Hecho que dificulta el desarrollo del sector comercial y de servicios

- Municipios muy pequeños un 25% de menos de 100 hab y un 87,5% de menos de 500 hab

- Pérdida constante de población en todos los municipios excepto Venta de Baños

- Más población femenina que masculina pero más envejecida

- En tramos centrales de edad menos mujeres que hombres

- Escaso nivel de formación profesional de la población.

- Las mayores ocupaciones se producen en centros de trabajo que exigen poca cualificación (automoción e industria alimentaria)

- Menor demanda interna de compra debido a descenso población.

CONTEXTO SOCIAL

- Falta de masa crítica debida a municipios con muy poca población

- Eliminación de servicios básicos en los municipios más pequeños (sanidad, educación, transporte...)

- Escasa valoración de la cultura, los recursos naturales y el turismo.

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|---|---|
| <p><u>CONTEXTO AMBIENTAL Y NATURAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Importante oferta patrimonial. Palenzuela: conjunto histórico. Basílica Visigótica: San Juan de Baños... ■ Gran tradición cinegética: caza menor ■ Territorio afectado por varios espacios LIC (Lugar de Importancia Comunitaria) de la Red Natura 2000: red ecológica de áreas de conservación de la biodiversidad en la Unión Europea ■ Singular arquitectura popular: chozos pastoriles, corrales y bodegas... ■ Cañada Real Burgalesa que atraviesa el Cerrato (46 Km) <p><u>CONTEXTO ECONÓMICO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Disponibilidad de suelo industrial con servicios. Venta de Baños, Baltanás, Torquemada ■ Disponibilidad de infraestructuras de apoyo a nuevas empresas: Vivero de Empresas de Venta de Baños ■ Existencia de productos de calidad reconocida: IGP Lechazo de Castilla y León, DO Cigales y Arlanza, Museo del Cerrato Palentino en Baltanás... ■ Tradición artesanal en productos como miel, queso y pan | <p><u>CONTEXTO AMBIENTAL Y NATURAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Necesidad de conservar masas de vegetación autóctona de alto valor ecológico ■ Desarrollo y aprovechamiento de plantas aromáticas, hongos, frutos silvestres... ■ Recuperación de colmenares ■ Creación de itinerarios medioambientales <p><u>CONTEXTO ECONÓMICO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Incremento de la demanda de productos de la agricultura y ganadería ecológica ■ Innovación en nuevos sistemas de envasado de de productos agroalimentarios ■ Incremento de la demanda de productos naturales ■ Vincular la gastronomía comarcal y las producciones artesanas a iniciativas turísticas |

CONTEXTO SOCIAL

- Intangibles asociados a la vida en el medio rural como: mayor tranquilidad, espacios más humanizados sobre todo para los niños...
- Programas de desarrollo rural implantados en el territorio de de diferentes administraciones: Técnicos de Dinamización Económica, Grupos de Acción Local.

CONTEXTO SOCIAL

- Turismo en desarrollo: numerosas licencias de actividades en sector hostelería
- Creación de una marca de identidad del Cerrato
- Apuesta de las empresas por la comercialización on line de sus productos
- Explotar idea de "vida sin estrés" para atraer población
- Ofrecer formación específica adaptada a la industria agroalimentaria basado en productos locales.
- Incremento de población en épocas estivales
- Mejora de acceso a nuevas tecnologías de comunicación, que reducen la dependencia de los centros de trabajo, y facilitan el asentamiento de la población.

MUNICIPIOS ADE RURAL INCLUIDOS EN EL ÁREA DE INFLUENCIA OFICINA ECYL EN VENTA DE BAÑOS

| NOMBRE MUNICIPIO | POBLACIÓN VARONES | POBLACIÓN MUJERES | POBLACIÓN TOTAL |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| Alba de Cerrato | 49 | 38 | 87 |
| Antigüedad | 214 | 190 | 404 |
| Baltanás | 693 | 620 | 1313 |
| Castrillo de Don Juan | 125 | 114 | 239 |
| Castrillo de Onielo | 60 | 61 | 121 |
| Cevico Navero | 117 | 102 | 219 |
| Cobos de Cerrato | 84 | 75 | 159 |
| Cordovilla la Real | 70 | 57 | 127 |
| Cubillas de Cerrato | 37 | 32 | 69 |
| Espinosa de Cerrato | 99 | 95 | 194 |
| Hérmedes de Cerrato | 54 | 44 | 98 |
| Herrera de Valdecañas | 84 | 74 | 158 |
| Hontoria de Cerrato | 58 | 52 | 110 |
| Hornillos de Cerrato | 57 | 58 | 115 |
| Palenzuela | 120 | 102 | 222 |
| Población de Cerrato | 67 | 52 | 119 |
| Quintana del Puente | 139 | 112 | 251 |
| Reinoso de Cerrato | 34 | 23 | 57 |
| Soto de Cerrato | 109 | 81 | 190 |
| Tabanera de Cerrato | 70 | 49 | 119 |
| Tariego de Cerrato | 284 | 245 | 529 |
| Torquemada | 581 | 500 | 1081 |
| Valbuena de Pisuerga | 32 | 25 | 57 |
| Valdeolmillos | 36 | 31 | 67 |
| Valle de Cerrato | 53 | 39 | 92 |
| Venta de Baños | 3232 | 3240 | 6472 |
| Vertavillo | 114 | 101 | 215 |
| Villaconancio | 44 | 26 | 70 |
| Villahán | 58 | 53 | 111 |
| Villamediana | 103 | 88 | 191 |
| Villaviudas | 191 | 203 | 394 |
| Villodrigo | 71 | 64 | 135 |
| TOTAL | 7139 | 6646 | 13785 |

PLAN DE ACCIÓN-ÁREA DE VENTA DE BAÑOS

OBJETIVO: FOMENTO E INCREMENTO LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL MEDIO RURAL EN TODOS LOS SECTORES MANTENIENDO EL EMPLEO Y MEJORANDO LAS POSIBILIDADES DE CREARLO PROTEGIENDO EL PATRIMONIO NATURAL: PAISAJE Y BIODIVERSIDAD

| SECTOR | MEDIDAS |
|----------------------------|--|
| 1.-Medio Ambiente-Forestal | <ul style="list-style-type: none">■ Impulsar la Bioeconomía. Con la potenciación e implantación de sistemas de aprovechamiento de residuos forestales y agrarios (restos de podas y paja).■ Clausurar vertederos incontrolados y restaurar paisaje■ Favorecer la eficiencia energética en la construcción y rehabilitación, mediante la utilización de materiales como piedra, arena y otros tradicionalmente utilizados en la construcción, en el medio rural■ Favorecer el aprovechamiento de plantas aromáticas, hongos y frutos silvestres |
| 2.-Agricultura-Ganadería | <ul style="list-style-type: none">■ Recuperar la trashumancia tradicional para proteger otras comunidades vinculadas a ellas (vegetación y caza menor)■ Plantear la vuelta a la ganadería extensiva para mejorar el estado de conservación de hábitats■ Apoyar el incremento de la producción agrícola y ganadera ecológica■ Conservar y restaurar paisajes y elementos de arquitectura agropastoril. (Chozos, bodegas...)■ Organización de mercados de productos frescos en la capital■ Mejorar e incrementar la integración de los productores en la cadena de distribución■ Incentivar el consumo de productos agroalimentarios locales |

| | |
|--------------|---|
| 3.-Industria | <ul style="list-style-type: none">■Facilitar a las empresas la incorporación de métodos para reconvertir residuos en fuente de energía que revierta en la propia empresa■Facilitar a las empresas la incorporación de métodos para reconvertir residuos en fuente de energía que revierta en la propia empresa■Apoyo a la industria agroalimentaria localizada en el medio rural, que se abastezca de la agricultura y ganadería local■Apoyo a microempresas transformadoras que elaboran recetas tradicionales en su búsqueda de mercados alternativos al ser insuficiente la venta local para subsistir. |
| 4.-Turismo | <ul style="list-style-type: none">■Elaborar itinerarios medioambientales con actividades lúdicas: Rutas a caballo. Viajes en globo. Observatorios astronómicos■Potenciar el Turismo ornitológico: Avistamiento de aves.■Elaboración de catálogos de productos agroalimentarios de la zona para puesta a disposición de Hoteles, Casas rurales, Restaurantes y sus clientes <p>Programar itinerarios (para senderistas y ciclistas) por la Cañada Real.</p> |
| 5.-Comercio | <ul style="list-style-type: none">■Promover nuevas formas de comercio basadas en el comercio deslocalizado, en los pueblos más pequeños, donde resulta imposible mantener un negocio físico, mediante el empleo de TIC's■Establecer mecanismos de ayuda al comercio, sector absolutamente necesario para recuperar población, normalmente relegado a favor de la industria |

6.-Servicios a la población

- Poner en marcha acciones de formación en valores: Valora lo propio, los productos alimentarios locales de temporada, ecológicos, cercanos que no necesiten transportes muy largos
- Mejorar la accesibilidad y calidad de las tecnologías de información y comunicación y proporcionar información y formación necesaria para extender su utilización en el medio rural.
- Posibilitar la compatibilización de actividades a tiempo parcial de jubilados y prejubilados, reduciendo las pensiones proporcionalmente, para mantener actividades empresariales y artesanales evitando que desaparezcan.