

AlmaNatura, reactivación rural resiliente

Juan José Manzano Sánchez | co-fundador de AlmaNatura

URL de la contribución <www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/4407>

RESUMEN

En un pequeño pueblo de la Sierra de Huelva, Arroyomolinos de León, un grupo de jóvenes se revela contra la necesidad de buscar empleo en la ciudad. En sus inicios, se constituyen como asociación con el nombre AlmaNatura; con los años, pasan a crear una empresa bajo la lógica de la economía social convirtiéndose en la primera B Corp española y redefiniendo el sentido de éxito en la vida y en los negocios. En la actualidad, AlmaNatura trabaja para 200 pueblos cada año a lo largo de toda la geografía española. AlmaNatura propone la reactivación de zonas rurales mediante la implantación de proyectos que traigan oportunidades a los municipios y con ello las personas no tenga que abandonar su pueblo.

Palabras clave

AlmaNatura | Arroyomolinos de León (Huelva) | Desarrollo rural | Dinamización rural | Economía social | Espacios rurales | Resiliencia |



Agentes de cambio ambiental en el parque natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche | foto AlmaNatura, titular de todas las imágenes que ilustran este texto

En 1997, un colectivo de jóvenes insatisfechos se rebeló ante el hecho de no encontrar porvenir en su pueblo, Arroyomolinos de León (Huelva), una población de 960 habitantes en el parque natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, reserva de la Biosfera. La falta de estrategias de desarrollo rural que facilitaran la fijación de población rural mostraba un futuro realmente desesperanzador a los que buscaban algo más que fiesta durante los fines de semana. Sensibilizados por la falta de oportunidades y arraigo del colectivo de jóvenes del municipio que les vio nacer, decidieron mover ficha y responsabilizarse de su propia situación.

El inicio como colectivo consistió en acciones que tenían que ver con la cultura local a través del periódico denominado *Cascarrabias*, donde el objetivo fue siempre sensibilizar sobre la importancia del mundo rural como valor para un desarrollo humano más consciente. La revista fue sin duda un increíble comienzo para conectar con la población local, implicarse en causas que les importaban y levantar la voz como jóvenes a los que les preocupaba su pueblo desde un punto de vista histórico, político y socioambiental.

Las dificultades ante la falta de recursos económicos en esos momentos les llevó a dar un nuevo paso y convertirse en asociación cultural con el apoyo del concejal de juventud de entonces, Juan Manuel Ginés. También la formación jugó un papel fundamental en esa etapa; con cursos e iniciativas para jóvenes emprendedores, no sólo de Andalucía, sino de otras comunidades como Madrid o Extremadura. Fueron años de ebullición asociativa donde más de ocho jóvenes y numerosas socias, simpatizantes y otros colectivos comenzaron a construir otra realidad para Arroyomolinos de León.

Entre las actividades desarrolladas en ese primer comienzo cabe destacar las vinculadas al ocio sociocultural: exposiciones, charlas, debates, deportes, voluntariado y un largo etcétera que permitió al colectivo ir adquiriendo diferentes roles y aprender haciendo. Factor clave para conseguir la seguridad necesaria que como jóvenes no poseían debido a su corta edad. En ese momento las edades de los componentes de la asociación contaba con una horquilla de entre 16 y 19 años.

PROYECTOS PARA LA DINAMIZACIÓN RURAL

La oportunidad brindada por organismos como el Instituto Andaluz de la Juventud de la Junta de Andalucía permitió que los primeros años de la asociación no fueran inertes sino que, al contrario, pudiera presentarse a convocatorias para el fin de sus objetivos. En los primeros años se abordaron proyectos de voluntariado social, ambiental y cultural colaborando en el expediente de catalogación de los molinos de rodezno de Arroyomolinos de León como bien de interés cultural. Este fue todo un hito en un municipi-

pio donde escasamente se habían preocupado de un patrimonio que podría revertir las cifras de desempleo y conseguir visitantes que dinamizaran la escasa economía local.

Se pusieron en marcha acciones para el empoderamiento de todos los sectores de la población (infancia, juventud, mayores, etc.) en instalaciones que la asociación gestionó gracias al apoyo del Ayuntamiento de Arroyomolinos de León. Uno de los espacios más significativos y sugerentes fue El Postigo, una instalación multifuncional en la que se hacían exposiciones, videofórum o actividades propias de un club juvenil. Fueron años de efervescencia participativa donde la implicación de madres, padres y otros colectivos fue clave para que la confianza en la asociación no dejara de crecer.

Los campamentos juveniles también fueron una importante herramienta para la difusión del patrimonio ambiental y la toma de conciencia del colectivo más joven acerca de las oportunidades endógenas del municipio y la comarca. De hecho, hoy día, algunos de esos jóvenes han creado proyectos en la localidad tan increíbles como Dulcemente.org, venta de mermeladas para crear empleo en personas con enfermedad mental, o Cercadonuevo.com, granja de gallinas camperas que contribuyen al bienestar de las familias y la sostenibilidad de nuestros pueblos.

En resumen, la asociación se convirtió en una oportunidad para aprender, relacionarse y repensar el pueblo que soñaban estos jóvenes, su pueblo. Una localidad de la que tenían mucho que decir y de la que no querían despedirse tan fácilmente. Si bien es verdad que la actitud crítica e inconformista originó más de un quebradero de cabeza, fue parte clave para seguir luchando de forma diferente por un mundo rural que desaparecía debido a la falta de reemplazo generacional. Pero ¿Cómo activar las ganas de trabajar por el pueblo? ¿Cómo inspirar a otros y otras a que en tu pueblo es posible autoemplearte? ¿Qué le contamos a nuestros padres para que entiendan que queremos seguir viviendo en nuestro pueblo? ¿Cómo hacemos para cambiar la visión denostada de las zonas rurales? ¿Qué valor deben ofrecer las instituciones públicas para ayudar en la fijación de población rural? Estas y otras preguntas eran recurrentes esos primeros años donde la supervivencia dependía de una organización sin ánimo de lucro capaz de soñar grande pero con mucho que aprender.

PROCESO DE AUTOEMPLEO Y PROFESIONALIZACIÓN. PRIMEROS PASOS

De forma paralela comenzaron a descubrir que lo que hacían tenía sentido para los diferentes grupos de interés involucrados (ayuntamientos, habitantes de los municipios, etc.). Descubrieron que podían ganarse la vida desde



Sesión de pensamiento crítico

su pueblo y crearon un autónomo, para continuar con una sociedad limitada laboral y posteriormente una sociedad limitada. La forma jurídica siempre se adaptó a las necesidades del momento. En paralelo, la asociación fue perdiendo fuerza porque muchas de las personas socias y cofundadoras acabaron marchándose a la ciudad.

Crear una empresa con una clara orientación social nacida de un movimiento asociativo y en un entorno rural hostil no es nada fácil. Por un lado, por parte de las personas más cercanas (amigos, familiares, etc.), que intentan aconsejarte que huyas de la incertidumbre que genera ser autónomo y, por otro lado, porque cuando vives en un pequeño pueblo de la Sierra de Huelva, los potenciales clientes difícilmente irán a visitarte o se hace cuesta arriba la tarea de encontrar a un equipo con una determinada formación.

El mundo rural tiene muchas carencias pero tal vez la más acuciante es la falta de estima y orgullo que ha hecho mella durante años perdiendo lo más importante para el futuro, el talento de gente joven que sobradamente preparada acaba en ciudades de todo el mundo.

Aún así los primeros años fueron una increíble oportunidad de aprendizaje para todas las personas que formaban el equipo, no menos de 15 personas, que trabajaron con diferentes sectores poblacionales en centenares de municipios. Durante esos años las asociaciones de desarrollo rural y los pequeños ayuntamientos fueron los principales clientes. Trabajaron en la mejora del empleo, la dinamización y activación de la tercera edad, el turismo rural sostenible, en programas educativos para la puesta en valor del territorio, etc.

La activación rural precisa de un trabajo continuado con la población local, de estrategias alineadas con los diferentes agentes que intervienen en el territorio y no un rosario de acciones inconexas. Este fue un importante aprendizaje para ofrecer servicios con sentido y legitimidad. Es por ello que avanzaron durante años en crear metodologías que reactivaran la participación de la población, donde convertir a las personas en verdaderas protagonistas de sus vidas. Principios que supusieron nuevas oportunidades pero también obstáculos ya que de una empresa no se espera este grado de implicación, sino más bien un modelo especulativo de interés propio y no por el bien común.

UN SALTO HACIA LA ECONOMÍA SOCIAL

En el año 2008 la crisis económica comenzaba a mostrarse en España y durante los siguientes años llegó de forma rotunda al mundo rural. Los ayuntamientos dejaron de contratar servicios y comenzaron la carrera de sobre-

vivir en un entorno desconcertante donde nadie sabía muy bien qué estaba ocurriendo. Por supuesto, a AlmaNatura también le llegó su hora. Se pasó de contar con 120 clientes en cartera a menos de 30 y de realizar intervenciones cada semana a unas cuantas al mes. Esto, unido a una serie de circunstancias personales, influyó en un importante cambio en la forma de hacer empresa.

Desde los comienzos, AlmaNatura había tenido en mente la responsabilidad con el entorno más inmediato. Había pasado de asociación a empresa en un mundo rural que se desintegraba cada año un poco más y ahora que las personas que la conformaban habían comenzado a construir sus vidas, en su pueblo, la crisis azotaba todo los cimientos construidos. Es por eso que se hicieron una importante pregunta: ¿existirá en el mundo otra lógica de entender la empresa? Una forma más humana y donde el propósito de la organización estuviera en el centro del modelo, de forma blindada.

La respuesta vino de parte del modelo de empresa social, como forma de atender a retos sociales y/o ambientales utilizando mecanismos propios de mercado. Había que aprender de los padres y abuelos; más allá de obtener un sueldo, concentrarse en lo importante que es el valor que desde AlmaNatura se ofrecía al mundo rural, el ejemplo de resiliencia y cómo su labor mejoraba la calidad de vida de las personas que habitan entornos rurales. El esfuerzo y la capacidad resiliente de muchas familias, aún hoy día, para poder permanecer en el pueblo pese a las embestidas de un mundo global, motivó a refundar una organización que revalorizara la vida rural con el propósito de fijar población rural.

De esta forma, desde 2013 AlmaNatura se convirtió en una empresa social donde sus principios manifiestos se materializan, como confirma la evaluación de impacto que efectúa cada año la ONG B Lab ubicada en EE.UU., una organización independiente que impulsa el cambio hacia modelos de negocio más humanos y comprometidos con una nueva economía. AlmaNatura es la primera empresa social española certificada a nivel internacional como B Corporation, con un impacto de 154 puntos sobre 200, y lo más importante de todo, desde un pueblo de 960 habitantes.

METODOLOGÍAS PARA LA REACTIVACIÓN RURAL

En la actualidad AlmaNatura trabaja para 200 pueblos cada año a lo largo de toda la geografía española gracias al apoyo de grandes compañías, administraciones públicas y fundaciones. Tiene como pilar las alianzas público-privadas para sumar el esfuerzo de todas practicando una mirada positiva de la cooperación. El foco metodológico para la reactivación rural se centra principalmente en cinco ejes: mejora de la convivencia social, mejora de la salud,



Espacio de desarrollo personal "Un ratito para mí"



Equipo de gestión interna AlmaNatura 2018

autoempleo y empleabilidad, programas educativos y uso de la tecnología. En cada uno de esos ejes cuenta con aliados que ayudan a conseguir los objetivos planteados. Se trata de una propuesta 360º donde abordar las problemáticas que fijan población rural.

Un ejemplo claro es el empleo. Sin empleo el mundo rural no tiene una nueva oportunidad, de hecho hay que recordar que nuestros pueblos se vieron abandonados por primera vez en los años 60 cuando las necesidades de mano de obra en las grandes ciudades, unido a la escasez rural, hizo que millones de personas abandonaran sus pueblos para “progresar” en la ciudad. El empleo es clave y para ello desde AlmaNatura proponen programas formativos donde jóvenes y mujeres puedan descubrir las potencialidades del territorio y de las personas que los habitan. De esta forma, el programa denominado GIRA Mujeres ha conseguido que 7.354 mujeres en los últimos años pasen por los talleres formativos de más de 500 pueblos. Un esfuerzo que se ve recompensado con la reactivación de negocios rurales y nuevos emprendimientos gracias a los equipos de facilitación.

La buena convivencia también es clave en la activación de municipios, sin ella la participación social se ve claramente mermada y es un ingrediente al que no se puede renunciar en un momento donde 5.002 pueblos ya cuentan con menos de 1.000 habitantes de los 8.131 municipios que existen en España con menos de 10.000 habitantes. Para ello AlmaNatura cuenta con metodologías como “Pueblo Despertador” para generar procesos de participación local en el que cualquier persona puede participar y donde gracias a estos grupos de co-creación se buscan soluciones conjuntas para los retos del municipio donde se establece. El proyecto conecta con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con los retos de la población local, sirviéndoles

de guía en el proceso de activación rural. Para ello diferentes colectivos, personas sensibilizadas y el propio ayuntamiento de la localidad trabajan unidos para buscar soluciones que con pequeñas aportaciones municipales o a través de *crowdfunding* permitan llevar soluciones fácilmente medibles para mejorar la vida en el pueblo.

La tecnología también juega un papel fundamental para que las personas más mayores disfruten de autonomía y estén en contacto con sus familiares, al igual que se convierte en un canal de venta importante para artesanos/as que pueden vender sus productos y servicios a través de internet. De ahí que otra labor de AlmaNatura sea acercar tecnologías con aulas móviles a las zonas más alejadas.

CONCLUSIONES

AlmaNatura propone la reactivación de zonas rurales mediante la implantación de proyectos que traigan oportunidades a los municipios y con ello las personas no tenga que abandonar su pueblo.

Es importante comprender que internet, el empleo o la cultura no son suficientes por sí solos para una reactivación rural sostenible. Las personas son las que deciden y para eso los servicios públicos deben ser de calidad al igual que cambiar el paradigma social de que quedarse en un pueblo es sinónimo de fracaso y que los próximos años son cruciales si no queremos convertir España en el desierto demográfico en el que se está convirtiendo.

La experiencia de AlmaNatura es un ejemplo de que podemos construir realidades tan grandes como nos planteemos y que para ello juega un papel fundamental la pregunta: ¿Cuál es el propósito de tu vida? AlmaNatura la trabaja a diario desde el pueblo Arroyomolinos de León.

Más información:

<http://almanatura.com>

<http://www.flickr.com/photos/almanaturafotos/albums>

<https://www.youtube.com/user/almanaturamedia>

<https://twitter.com/almanatura>

<http://www.instagram.com/almanatura/>

<http://www.facebook.com/almanatura>

<http://www.youtube.com/watch?v=6aQFFq8gaU4>

<http://www.youtube.com/watch?v=zU5nHHwFAIU>