



---

# **Universidad de Valladolid**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y TRABAJO SOCIAL**

Máster de Investigación Aplicada a la Educación

Trabajo Fin de Máster

**EMPRENDER EN LA «SILVER ECONOMY». UNA  
RESPUESTA AL RETO DEMOGRÁFICO CON Y  
PARA LOS MAYORES**

Presentado por

Miriam Lobato Herrero

Directora

Claudia Marcela Möller Recondo

Valladolid, Julio de 2021

## RESUMEN

El Reto Demográfico es uno de los desafíos más complejos a los que se enfrenta la Unión Europea –en general- y España –en particular- por su complejidad y multidimensionalidad pero también por sus efectos manifestados desde hace décadas (inversión de la pirámide poblacional, pérdida de densidad de población, concentración habitacional en zonas urbanas en detrimento de las rurales, entre otras).

Ante esta problemática, este TFM pone el foco en las personas mayores que residen en el medio rural por ser quienes lo mantienen vivo y lo hace para evitar su éxodo (no deseado) a viviendas de familiares o residencias de la tercera edad –que como hemos visto, han sido las más perjudicadas por la pandemia del COVID-19-.

Se realizó un estudio de campo/mercado en siete municipios de Valladolid –presentado en mi TFG y recuperado para este TFM-, utilizando la metodología «*lean startup*» -que incluyó entrevistas de problemas-, luego se confeccionó un panel de expertos -método Delphi- y teniendo como marco la «Silver Economy» se comenzó a construir un prototipo –siguiendo la metodología DBR- que pretende cubrir las necesidades de sus co-creadores, las personas mayores, ofreciendo una posible respuesta al Reto Demográfico, a la Agenda 2030 y al Plan de Recuperación.

Palabras clave: Reto Demográfico, medio rural, personas mayores,, «Silver Economy», emprendimiento social.

## ABSTRAC

The Demographic Challenge is one of the most complex challenges facing the European Union –in general- and Spain –in particular- due to its complexity and multidimensionality but also due to its effects manifested for decades (inversion of the population pyramid, loss population density, housing concentration in urban areas to the detriment of rural areas, among others).

Faced with this problem, this TFM focuses on the elderly who live in rural areas because they are the ones who keep it alive and it does so to avoid their (unwanted) exodus to family homes or residences for the elderly - which, as we have done seen, they have been the most affected by the COVID-19 pandemic.

A field/market study was carried out in seven municipalities of Valladolid – presented in my TFG and recovered for this TFM-, using the «lean startup» methodology -which included problem interviews-, then a panel of experts was made -Delphi method - and taking the «Silver Economy» as a framework, a prototype was built -following the DBR methodology- that aims to meet the needs of its co-creators, the elderly, offering a possible response to the Demographic Challenge, the 2030 Agenda and to the Recovery Plan.

Keywords: Demographic Challenge, rural areas, elderly people, «Silver Economy», social entrepreneurship.

## ÍNDICE GENERAL

1.	INTRODUCCIÓN.....	8
1.1.	Premisas y preguntas de investigación.....	9
1.2.	Objetivos.....	10
2.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	12
2.1.	Un primer contexto: el medio rural.....	12
2.1.1.	Revisión de la tríada del Reto Demográfico.....	18
2.2.	Un segundo contexto: la «Silver Economy».....	34
2.3.	Buenas prácticas en el medio rural en el marco de la «Silver Economy».....	38
2.3.1.	Villa Demencia.....	38
2.3.2.	«The Happy Bunch».....	39
2.3.3.	«Digi-Hub for the Elderly People».....	40
2.3.4.	«Workshops to combat Digital Exclusion in Rural Areas».....	40
2.3.5.	«Tackling Dementia in a Rural Area».....	41
2.3.6.	«Establishment of a Health Center in Švėkšna village».....	42
2.3.7.	Pescueza, el pueblo de los Abuelos.....	42
2.3.8.	Proyecto Abla Viva y Plan Estratégico de la Diputación de Almería.....	43
2.3.9.	Red de Municipios Rurales Inteligentes.....	44
2.3.10.	Vivir en casa con calidad de vida.....	45
2.3.11.	Residencia Campo Romanos.....	45
2.3.12.	A gusto en mi casa.....	46
2.3.13.	Proyecto INTecum.....	47
2.3.14.	«RuralCare».....	47
2.3.15.	Envejece en tu pueblo.....	48
2.3.16.	SOPRODEVAJE.....	49
2.3.17.	Proyecto ÁGORA.....	49

2.3.18.	Proyecto CIVITAS .....	50
2.3.19.	Co-creando soluciones con las personas mayores y generando servicios entre humanos: Estrategias para Territorios Rurales Inteligentes.....	51
2.3.20.	conVIVE con MASCOTAS .....	52
2.3.21.	Espacios Sénior .....	52
2.3.22.	La Maleta. Una Historia de Tiempo y Vida.....	53
2.3.23.	MOAI Labs .....	54
2.3.24.	Proyecto REInA .....	54
3.	METODOLOGÍA .....	56
3.1.	La Investigación Basada en el Diseño (DBR).....	56
3.2.	La muestra, los «focus group» y los espacios .....	59
3.3.	Las herramientas: cuestionarios y tecnología Sociograph.....	60
3.4.	Delphi en perspectiva .....	62
4.	RESULTADOS.....	65
4.1.	Las personas mayores en el medio rural .....	65
4.2.	Pueblos amables con y para las personas mayores .....	68
4.3.	Propuestas de los mayores para los mayores.....	70
4.4.	El prototipo: ¿Qué quieren o qué necesitan las personas mayores para quedarse en sus casas y en sus pueblos? .....	73
4.4.1.	Objetivos .....	73
4.4.2.	Target, antecedentes y datos de partida.....	73
4.4.3.	Análisis DAFO y Pirámide de Maslow .....	77
4.4.4.	Descripción del prototipo.....	80
5.	CONCLUSIONES .....	83
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	87
7.	ANEXOS.....	101

Anexo I. Cuestionario de la M2 y M3.....	101
Anexo II. Mediciones de la Tecnología Sociograph .....	114
Anexo III. Guía de discusión para M1 .....	119
Anexo IV. Guía de discusión para la M2.....	124
Anexo V. Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural.....	130
Anexo VI. Enlaces de las grabaciones de las entrevistas a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural .....	131

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	17
Figura 2.....	17
Figura 3.....	17
Figura 4.....	20
Figura 5.....	21
Figura 6.....	25
Figura 7.....	26
Figura 8.....	27
Figura 9.....	28
Figura 10.....	28
Figura 11.....	29
Figura 12.....	30
Figura 13.....	31
Figura 14.....	33
Figura 15.....	35
Figura 16.....	36
Figura 17.....	37

Figura 18.....	58
Figura 19.....	61
Figura 20.....	63
Figura 21.....	64
Figura 22.....	65
Figura 23.....	72
Figura 24.....	75
Figura 25.....	76
Figura 26.....	77
Figura 27.....	78
Figura 28.....	81
Figura 29.....	82
Figura 30.....	82

## 1. INTRODUCCIÓN

El Reto Demográfico se constituye como uno de los mayores desafíos a enfrentar desde hace décadas tanto en la Unión Europea –en general- como en España –en particular- debido a su complejidad y multidimensionalidad.

En los últimos años, han comenzado apreciarse los cambios demográficos europeos en EU-27 –designación de los 27 países miembros de la Unión Europea- (la reducción del tamaño medio de los hogares, la paulatina inversión de la pirámide poblacional, el aumento de territorios con alto y severo riesgo de despoblación), trayendo consigo la toma de medidas políticas y económicas destinadas a preparar a los territorios para dichos efectos.

Poniendo el foco en España, las dimensiones o ejes más destacables del Reto Demográfico son la despoblación, el envejecimiento y la población flotante, cuyos efectos se han acentuado en las últimas décadas.

Asimismo estos no son solo retos o desafíos a enfrentar, son oportunidades para emprender socialmente, siendo esta idea en la que se fundamenta este Trabajo Fin de Máster – en adelante TFM-.

Este TFM aborda cinco grandes temas: el medio rural, el Reto Demográfico, las personas mayores, la «Silver Economy» y el emprendimiento social.

Y consta de dos grandes partes. En la primera se reconstruye el contexto en el que se “inserta” este trabajo: el medio rural; el reto al que nos enfrentamos, el Demográfico; y desde dónde se pretende intervenir y dar respuestas, el emprendimiento social en relación con la «Silver Economy».

La segunda parte remite al colectivo en el que hacemos focus, las personas mayores, expone la metodología empleada para la investigación (DBR y las diferentes herramientas y tecnologías aplicadas) y presenta, una



propuesta/prototipo configurada y co-creada a partir de una necesidad observada y verbalizada por personas mayores que residen en el medio rural y que por tanto nos reenvía al punto de partida porque pretende dar una posible respuesta al Reto Demográfico, la Agenda 2030 y al Plan de Recuperación partiendo de las premisas y preguntas de investigación que han guiado el trabajo.

### **1.1. Premisas y preguntas de investigación**

El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2021) entiende que el Reto Demográfico es:

“Una idea compleja, que engloba numerosas dimensiones de la población, referidas tanto a la estructura de la pirámide (por sexo, edad...), como a la localización (en áreas rurales, en ciudades, en zonas despobladas, en áreas con dispersión territorial...) o a las condiciones de vida (con dificultades para la prestación de servicios, de bajo nivel de renta...)” (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2021b).

Por todo ello, afrontarlo engloba diversos desafíos como la despoblación, el envejecimiento o los efectos de la población flotante, entre otros muchos.

Atendiendo a Delgado Urrecho (2018) la despoblación –en este caso concreto, rural- lleva produciéndose paulatinamente desde mediados del siglo XX por la industrialización de las ciudades, pero este fenómeno no es solo rural, sino que “el problema de la España vacía alude, por tanto, a todos los españoles, no solo a quienes viven en ella” (del Molino, 2019).

Por su parte, el envejecimiento –otra de las dimensiones que configuran el Reto Demográfico- debe ser visto como una oportunidad puesto que “vencer el

envejecimiento será el negocio más grande del mundo. El futuro está en la gente con pasado” (Alcaide, 2019), siendo esta idea, la base de la «Silver Economy».

Ambos cambios demográficos se manifiestan más notablemente en el medio rural, pero establecer una definición clara del mismo es complejo puesto que “no existe un concepto unívoco de «lo rural»” (Castellano et al., 2019), por su diversas características y peculiaridades.

Así, y basándonos en estas premisas se establecen las siguientes preguntas que guían la investigación:

- ¿Qué se entiende por medio rural? Y ¿En qué grado las definiciones sobre dicho medio rural se ajustan a la realidad?
- ¿El medio rural en España es sinónimo de “España Vacía”? ¿Qué relación existe entre el medio rural y el Reto Demográfico?
- ¿Cuál es la situación de la Unión Europea y más concretamente de España con respecto al Reto Demográfico?
- ¿Qué proyectos/iniciativas/buenas prácticas se están desarrollando para hacer frente a los cambios demográficos?
- ¿Cómo se puede ofrecer una respuesta ajustada y concreta al Reto Demográfico?

## **1.2. Objetivos**

El principal objetivo de este TFM es ofrecer una respuesta al Reto Demográfico, en el marco de la «Silver Economy», surgida con y para las personas mayores rurales a través de un estudio de campo/mercado concreto y delimitado, es decir, ofreciendo una respuesta que remita al emprendimiento rural, donde a la vez que ayudamos y colaboramos, trabajamos cooperativamente, co-creando.

Los objetivos específicos son:

1. Configurar una definición actual del medio rural con ayuda de expertos en el mismo;
2. Conocer los cambios demográficos de la Unión Europea haciendo hincapié en las dimensiones que conforman el Reto Demográfico en España;
3. Identificar los proyectos, buenas prácticas e iniciativas desarrolladas en las zonas rurales para hacer frente a la despoblación;
4. Presentar una metodología innovadora en el desarrollo de proyectos/productos/prototipos que, en el proceso, integre a sus destinatarios;
5. Exponer e implementar el prototipo ideado como posible respuesta al Reto Demográfico, a la Agenda 2030 y al Plan de Recuperación.

Finalmente, se exponen los resultados de la investigación en torno a la situación de las personas mayores en el medio rural para intentar diseñar un pueblo amable con las mismas; además, se presenta la propuesta. Se trata de la elaboración del prototipo que recientemente ha sido galardonado con los Premios PROMETEO de la FUNGE (Fundación General de la Universidad de Valladolid), sin embargo, el testeo con las entrevistas de solución y la construcción del prototipo definitivo deberá realizarse en el programa doctoral, ya que por la pandemia ha sido imposible llegar a este punto. En todo caso, la presentación del prototipo, elaborado a partir de las entrevistas de problemas, es un punto de llegada sumamente interesante y demuestra el alcance de los objetivos propuestos.

## 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. Un primer contexto: el medio rural

El concepto “medio rural” es un término que todavía no dispone de una definición unívoca a causa de: “a) su gran heterogeneidad; b) las múltiples disciplinas científicas implicadas en su estudio; c) los importantes cambios sufridos en las últimas décadas; y d) la diversidad de criterios utilizados por las instituciones para su definición” (Castellano et al., 2019).

Por su parte, la Real Academia Española define rural como: “perteneciente o relativo a la vida del campo y a sus labores” (Real Academia Española, 2021). Unida a esta definición, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) entiende al medio rural como un proveedor de “recursos alimentarios, energéticos y ambientales vitales que son cruciales para la prosperidad de los habitantes urbanos y rurales por igual” (OECD, 2018).

Según Martín Muñoz (2020), el criterio para delimitar este concepto que mayormente se utiliza es la densidad de población, a partir del cual se basó la definición aportada en la Ley 45/2007 de 13 de diciembre, para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural (LDSMR): “espacio geográfico formado por la agregación de municipios o entidades locales menores definido por las administraciones competentes que posean una población inferior a 30.000 habitantes y una densidad inferior a los 100 habitantes por km<sup>2</sup>” (Ley 45/2007 de 13 de diciembre, para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural, 2007).

Por su parte Eurostat establece una clasificación de las regiones europeas por NUTs -Nomenclatura de Unidades Territoriales estadísticas-, que “son zonas geográficas que se utilizan para recopilar datos de una forma más organizada dentro del territorio de la Unión Europea” (Martín, 2020). Dichas zonas, están divididas en tres niveles en función del porcentaje de población residente a través de umbrales de población mínima y máxima -NUTS 1: 3.000.000-

7.000.000; NUTS 2: 800.000-3.000.000; y NUTS 3: 150.000-800.000- (Eurostat, 2021).

Las definiciones presentadas remiten a la teoría –esencial en cualquier investigación que se lleve a cabo- pero en este TFM priorizamos la práctica, por ello consideramos esencial conocer cómo los expertos que trabajan por y para el medio rural lo entienden y definen.

Estas definiciones fueron obtenidas a través de entrevistas –que presentaré en el siguiente apartado- realizadas a expertos con distintos perfiles profesiones y pertenecientes a diversas instituciones y entidades (Diputación de Teruel, Diputación de Málaga, Diputación de Zamora, Diputación de Valladolid, Asociación Española Contra la Despoblación, Zwit Project, Asociación Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos, CDR “El Sequillo”, Universidad de Valladolid, «Next Educación», instituciones todas iconos referenciales de la problemática que interesa) con el fin de obtener una idea lo más completa, real y actual del medio rural.

Por ejemplo, Manuel Campo Vidal –director de «Next Educación»- entiende el medio rural como: “todo lo que no es urbano, [...], es el territorio que es, en parte, reserva de la biósfera, que es en parte reserva natural y vital –como hemos visto- para el cambio climático, para la batalla contra el cambio climático” (Campo Vidal, 30 de abril 2021, [Grabación de audio], 0:44-1:55).

Por su parte, Lidia Díaz –presidenta de la Asociación Española Contra la Despoblación- indicó que el medio rural: “es un lugar para vivir, es un lugar desde donde se producen los alimentos que se consumen en la ciudad y, desde luego, es un lugar que se está deshabitando por zonas y se están quedando las personas mayores solas” (Díaz, 15 de febrero de 2021, [Grabación], 1:16-1:31).

Esta idea de medio productivo y generador abandonado también la comparte Javier Paniagua –gerente del GAL “Asociación Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos”- al expresar que el medio rural:

“Es la base de la sabiduría popular, aquí se cultivan los alimentos que nos comemos, se atiende a todos los animales, está el agua, está la luz, está la masa forestal, está la vida. En definitiva, el medio rural es donde está la vida, [...]” (Paniagua, 10 de marzo de 2021, [Grabación], 0:49-1:26).

Otros expertos como Raúl Santos –director general de Zwit Project- presentan una visión vinculada con el emprendimiento, línea que más interesa en este trabajo, al entender que el medio rural es un “lugar de oportunidades, y es un entrono por desarrollar y además, con la pandemia, hemos visto que es un lugar de refugio pero que falta mucho para que ese lugar sea el espacio necesario para vivir y trabajar” (Santos, 10 de febrero de 2021, [Grabación], 0:20-0:42). Y además, expone los motivos: “carece de muchas infraestructuras que en el medio urbano tenemos como el tema de la conectividad, el tema de la movilidad, el tema de los servicios básicos [...]” (Santos, 10 de febrero de 2021, [Grabación], 0:42-0:52).

También considera que el medio rural no ha cambiado desde los últimos diez años e indica que “tiene unas singularidades específicas, distancias, alturas, envejecimiento, masculinidad, [...], hay pocas mujeres, [...]” (Santos, 10 de febrero de 2021, [Grabación], 4:07-4:20).

Retomando la idea del medio rural como lugar de oportunidades, Resurrección Hernández -Jefa de Innovación Social y Despoblación de la Diputación de Málaga- estima que realmente lo será “si somos capaces todos, las instituciones públicas –fundamentalmente-, la ciudadanía, las entidades de ponernos de acuerdo para que eso que hoy, [...], es una oportunidad, realmente lo sea y que

lo aprovechemos” (Hernández, 15 de marzo de 2021, [Grabación de audio], 1:20-1:43).

Y, Laura Gascón –Agente de empleo y desarrollo local de la Diputación de Teruel- considera que en el medio rural –gracias al proceso de industrialización y globalización- “puede haber un co-working, en un medio rural puede desarrollarse una empresa de nuevas tecnologías, puede hacerse un negocio de grabación con drones” (Gascón, 24 de febrero de 2021, [Grabación], 1:56-2:16).

Es decir, el medio rural representa una gran oportunidad para el emprendimiento pero requiere del esfuerzo colaborativo de todos los agentes que los constituyen, así como de la inyección económica que proporcionan los Fondos Europeos como el FEDER o «*Next Generation*», con los cuales, nuestro expertos estiman que el medio rural en diez años será más digital, más innovador, con personas que cuiden de personas y mucho más poblado, puesto que en “el medio rural hay grandes oportunidades, en el medio rural se puede avanzar, el medio rural tiene personas comprometidas con la creación [...], es ese espacio de encuentro donde hay futuro, existe futuro” (Iglesias, 2021); convirtiéndose en un verdadero motor “del desarrollo económico nacional en sectores estratégicos como son la digitalización del sector agroalimentario, la economía de los cuidados, la transición ecológica, el turismo inteligente, la movilidad sostenible o la emergente economía de los datos y el block chain” (Caleya, 2021), y también se constituye como medio esencial “para la verdadera consecución de la Agenda 2030” (Red Española de Desarrollo Rural, 2020a).

Además, como indica Solís (2021):

“Estamos en un punto de no retorno. Si queremos ahora una España cohesionada, sostenible y justa no podemos dejar que el medio rural agonice y hay que reaccionar, ahora es el momento y diría más, es ahora

o nunca. [...], es ahora o nunca porque vamos a tener más fondos de los que hemos tenido nunca. [...].

En total tenemos 200.000.000 € para que España y la Unión Europea alcancen estos objetivos verdes, digitales y de cohesión, es una gran oportunidad pero también es un gran reto y sin duda, si no se invierte ahora en revertir la situación del medio rural, el de la España Vacía, no se va hacer nunca, es ahora o nunca” (Solís, 2021).

Pero, debemos recordar que cada territorio es diverso, con sus características y peculiaridades, por eso “debemos ir haciendo un traje a medida para cada territorio, contemplar sus particularidades y trabajar en un proceso que vaya de abajo a arriba” (Boya, 2021). Y también, que sin población suficiente en estas zonas “amenazas como la pérdida de biodiversidad, las oportunidades de frenar el cambio climático o la necesaria conservación y gestión eficiente de recursos fundamentales como el agua, quedan en entredicho, y este es un problema de todos, también de los habitantes de las ciudades” (Zúñiga, 2020).

A continuación, se presentan unas «*cloudwords*» en la que se recogen las principales ideas de los expertos:





Como se observa en todas las «*cloudwords*», los expertos subrayan los elementos clave –poca población, envejecimiento de la misma, necesidad de servicios básicos, etc.- que configuran los tres ejes del Reto Demográfico, en los que nos centraremos en el siguiente subapartado.

### **2.1.1. Revisión de la tríada del Reto Demográfico**

El Reto Demográfico es uno de los desafíos más complejos a los que se enfrentan tanto la Unión Europea –en general- como España –en particular-, por englobar dimensiones amplias y complejas entre las que destacan: la despoblación, el envejecimiento de la población y la población flotante.

La Unión Europea, desde los últimos años, ha evidenciado -en los diversos territorios que la conforman- grandes cambios demográficos que han derivado en un inevitable conglomerado de retos demográficos y en el desarrollo de políticas que los abarquen, llegando incluso a la revisión del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, cuyo artículo 174 asienta las bases de la cohesión social y territorial europea:

“A fin de promover un desarrollo armonioso del conjunto de la Unión, ésta desarrollará y proseguirá su acción encaminada a reforzar su cohesión económica, social y territorial. [...]

Entre las regiones afectadas se prestará especial atención a las zonas rurales, a las zonas afectadas por una transición industrial y a las regiones que padecen desventajas naturales o demográficas graves y permanentes como, por ejemplo, las regiones más septentrionales con una escasa densidad de población y las regiones insulares, transfronterizas y de montaña” (Diario Oficial de la Unión Europea, 2012).

Este artículo debería constituir la base sobre la que se asienten las políticas, buenas prácticas e iniciativas europeas para hacer frente a los retos demográficos.

Según el último informe de la Comisión Europea sobre los cambios o retos demográficos, se evidencia que estos se ven impulsados por el aumento de la esperanza de vida de los ciudadanos europeos y por el descenso de la natalidad que deriva –inevitablemente- en el envejecimiento de la población de la EU-27, lo cual –según proyecciones de esta institución- en 2070 provocará la paulatina inversión de la pirámide de población puesto que “se estima que el 30% de los europeos tendrán 65 años o más, frente al 20% de hoy” (Comisión Europea, 2020).

Además de por el envejecimiento, los cambios o retos demográficos también se ven influenciados por la reducción del tamaño medio de los hogares europeos que en 2010 estaban compuestos por 2,4 personas, mientras que “en la última década fue descendiendo paulatinamente hasta situarse en 2,3 personas en 2019” (Comisión Europea, 2020). La mayoría de estos hogares los compone una única persona, pero también han aumentado el número formados por parejas sin hijos y familias monoparentales.

Otro de los factores que impulsan los cambios demográficos europeos es la movilidad de los ciudadanos que, aunque no influyen en el tamaño o la estructura de edad de la Unión Europea en su conjunto, sí ejercen un efecto significativo a nivel nacional, regional y local.

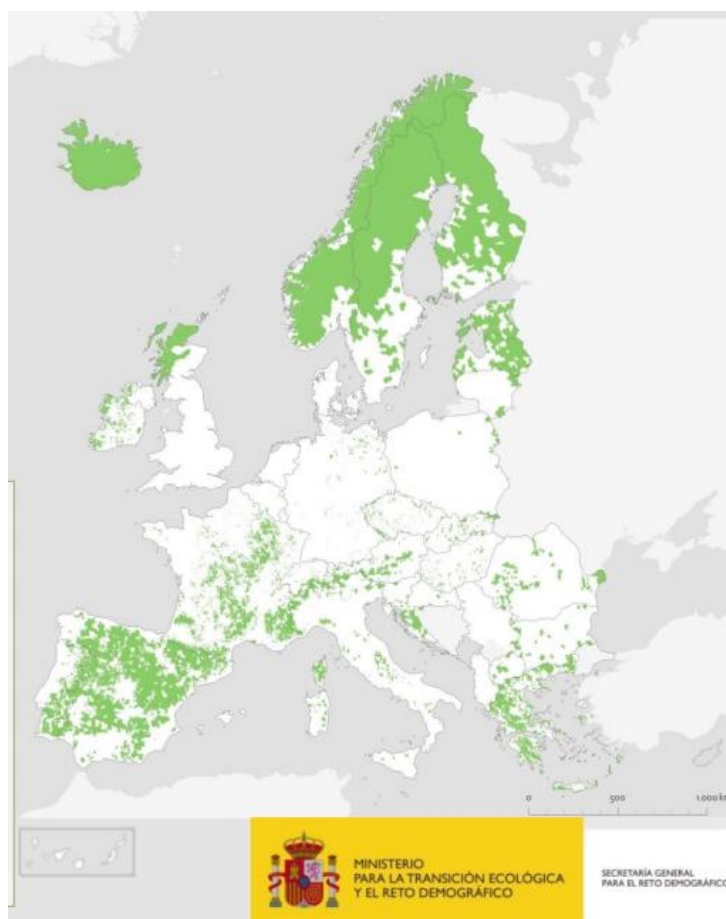
Finalmente, los cambios en el tamaño de la población de la EU-27 constituyen otro factor determinante en los retos demográficos.

A pesar de que la población europea ha crecido exponencialmente desde la década de los 60, no lo ha hecho de forma equilibrada, puesto que algunos

territorios la han visto menguar provocando que, en 2020, el 31,1% de la superficie de la EU-27 tuviera una densidad de 12,5 habitantes por km<sup>2</sup> -ratio fijada por la Unión Europea para clasificar las zonas en alto riesgo de despoblación-, y que el 22,5% de dicha superficie tuviera una densidad de 8 habitantes por km<sup>2</sup> -ratio empleada para calificar zonas en riesgo severo de dicha despoblación-.

#### Figura 4

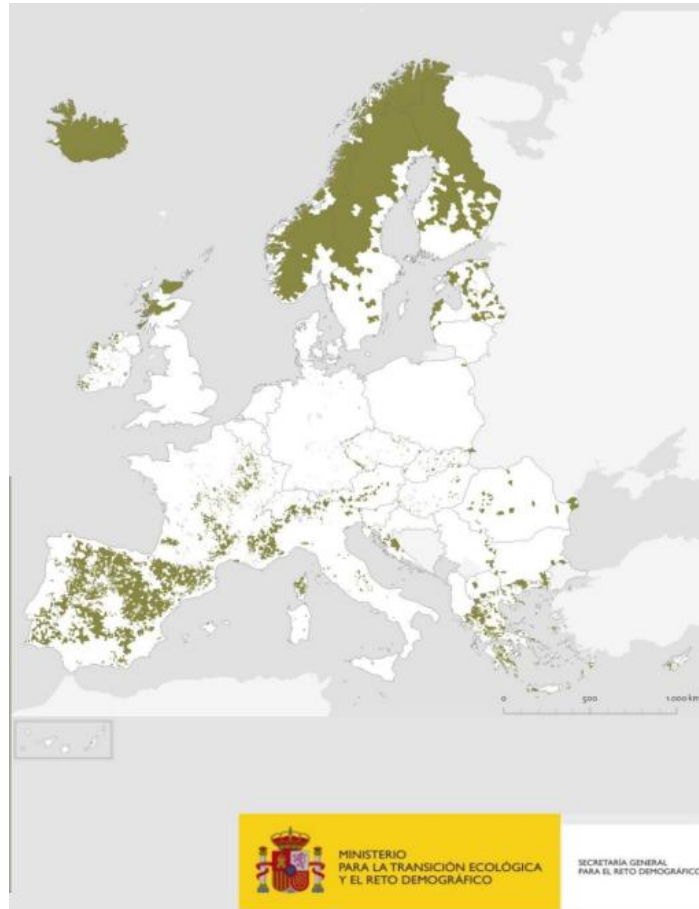
*Densidad de población inferior a 12,5 hab/km<sup>2</sup>*



Fuente: Secretaría General para el Reto Demográfico (2021b)

## Figura 5

*Densidad de población inferior a 8 hab/km<sup>2</sup>*



Fuente: Secretaría General para el Reto Demográfico (2021b)

Con las Figuras 4 y 5 se reafirma lo dicho anteriormente, gran parte del territorio de la EU-27 ha experimentado una reducción de su población que se refleja en su densidad.

Entre los países de la eurozona que se encuentran en esta situación, destaca particularmente España puesto que, en 2020, el 42% de sus municipios corrían riesgo de despoblación lo que “contrasta con el de otros países de nuestro entorno (como Alemania, Francia e Italia), donde los municipios en esa situación suponen tan solo el 1%, el 7% y el 4%, respectivamente” (Banco de España, 2021).

Además, se proyecta que la población europea disminuya produciéndose “una meseta de unos 449 millones de habitantes antes de 2025 y que, a partir de 2030, la población disminuya progresivamente hasta situarse en 424 millones en 2070” (Comisión Europea, 2020). Es necesario indicar, que ninguno de los países de la EU-27 experimentará esta reducción de población de forma igualitaria ni en el mismo espacio de tiempo.

Ahora bien, una vez presentados los factores que determinan e influyen en los retos demográficos europeos –en su conjunto-, en las siguientes líneas se presentarán aquellos más relacionados con el Reto Demográfico en España.

Como ya expuse en mi Trabajo Fin de Grado, dichos factores son la despoblación, el envejecimiento de la población y la población flotante que integran una tríada puesto que la despoblación –“fenómeno demográfico y territorial, que consiste en la disminución del número de habitantes de un territorio o núcleo con relación a un período previo” (Pinilla & Sáez, 2017)-, se ve directa o indirectamente influenciada por el envejecimiento de los habitantes de un territorio lo que trae como consecuencia -a corto, medio o largo plazo y con una duración indeterminada- el desplazamiento de los mismos a zonas más pobladas que cubra sus necesidades, convirtiéndolos de este modo en población flotante.

Pero además se debe entender que –atendiendo a Ignacio Molina de la Torre cuando hablamos del Reto Demográfico “no hablamos tanto de números demográficos, que son las consecuencias, si no de una cosa fundamental, del desafío que supone para nuestra cohesión social y territorial como país, como sociedad y también como conjunto de países en la Unión Europea” (Molina de la Torre, 2020).

En los últimos meses, el Reto Demográfico ha ganado relevancia en los planos de la política y de la sociedad debido a la priorización que la Unión Europea ha

dado a la despoblación en la distribución de los Fondos FEDER para el período 2021-2027: “algo de lo que España se podrá beneficiar a la hora de plantear proyectos en los que invertir los más de 20.000 millones de euros que le corresponden para los próximos siete años” (Sosa, 2020).

Tanto es así, que a mediados de marzo de 2021 la Comisión Delegada para el Reto Demográfico aprobó una batería de 130 políticas activas divididas en 10 Ejes de Acción - Plan de Medidas ante el Reto Demográfico- y en línea con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, marcándose como objetivos “mejorar la vertebración territorial de España, eliminar la brecha urbano-rural e impulsar actuaciones sobre el territorio para reactivar las zonas más afectadas por las urgencias del Reto Demográfico” (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2021); entre sus ejes destacan el 8 y el 10.

El Eje 8 hace referencia al “Bienestar Social y Economía de los Cuidados” marcándose como objetivos específicos:

- “Mejorar la atención sanitaria y asistencial en condiciones de equidad;
- Atender a la población mayor de las áreas rurales, con respuestas adaptadas a las condiciones sociales y geográficas, facilitando la autonomía y la accesibilidad;
- Impulsar la atención a los colectivos sociales más vulnerables en las áreas rurales:
- Garantizar la igualdad de trato, la inclusión y la diversidad sin brechas en el territorio” (Vicepresidencia Cuarta del Gobierno y Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2021).

Por su parte, el Eje 10 se enmarca en las “Reformas Normativas e Institucionales para abordar el Reto Demográfico”, entendiendo éstas como la mejor vía para “la transformación estructural de las áreas rurales y los pequeños municipios” (Vicepresidencia Cuarta del Gobierno y Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2021).

Con estos ejes, se reafirma la relevancia del Reto Demográfico tanto en el plano político como en el social.

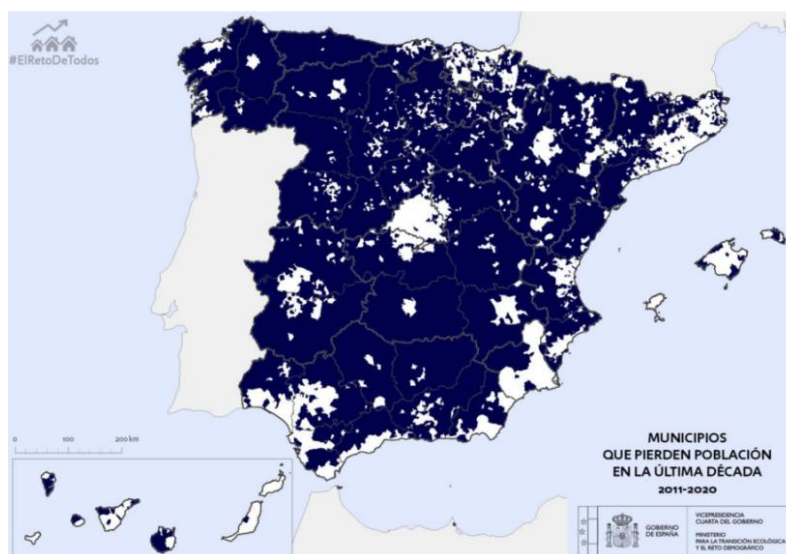
Comenzando por la revisión de las dimensiones que configuran dicho Reto, la primera –la despoblación– se basa en la pérdida de habitantes de un territorio con respecto a un período previo que puede producirse por darse un mayor número de defunciones que de nacimientos –saldo vegetativo negativo–, por una elevada emigración y una reducida inmigración –saldo migratorio negativo– o ambas situaciones simultáneamente.

En España, según datos de la Secretaría General para el Reto Demográfico: “en el siglo XXI se ha intensificado el proceso de despoblación, y este proceso de pérdida se acelera en la última década” (Secretaría General para el Reto Demográfico, 2020).



## Figura 6

*Municipios que pierden población en la última década (2011-2020)*



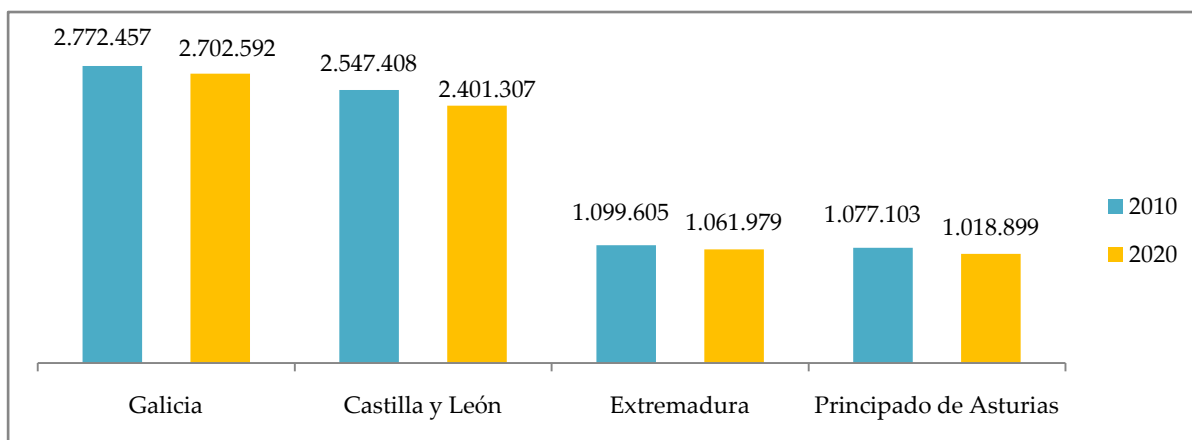
Fuente: Secretaría General para el Reto Demográfico (2021a)

Observando la Figura 6, se evidencia que en la última década 3 de cada 4 municipios españoles- tanto urbanos como rurales, aunque principalmente estos últimos- han perdido población; así, podemos identificar que las CC.AA. que más población han perdido en la última década son Galicia, Castilla y León, Extremadura y el Principado de Asturias, aunque también destacan la Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Aragón, Cantabria y La Rioja.

En el siguiente figura podemos reafirmar lo planteado:

**Figura 7**

*Pérdida de población en las CC.AA. de Galicia, Castilla y León, Extremadura y el Principado de Asturias (2010-2020)*



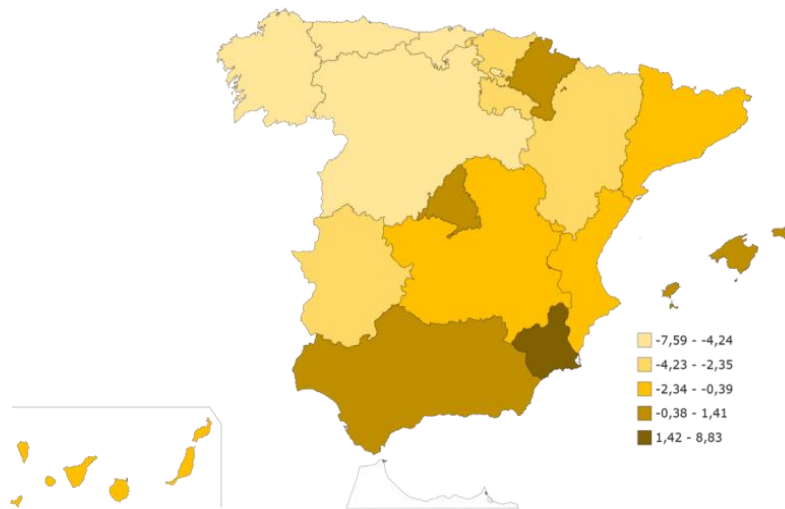
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (2021)

Atendiendo a la Figura 7, se puede observar que Castilla y León es la comunidad que más población ha perdido en la última década –con 146.101 habitantes menos-, seguida de Galicia –con 69.865-, el Principado de Asturias –con 58.204- y finalmente Extremadura –con 37.626-.

Estas cifras no son de extrañar teniendo en cuenta que el saldo vegetativo –en 2019, con perspectiva de un empeoramiento de los datos tras la pandemia del COVID-19- de estas cuatro CC.AA. era muy negativo destacando el Principado de Asturias con un saldo vegetativo de -7,59, lo cual indica que en esta comunidad se produjeron muchas más defunciones que nacimientos.

## Figura 8

*Saldo Vegetativo por mil habitantes por CC.AA. (2019)*



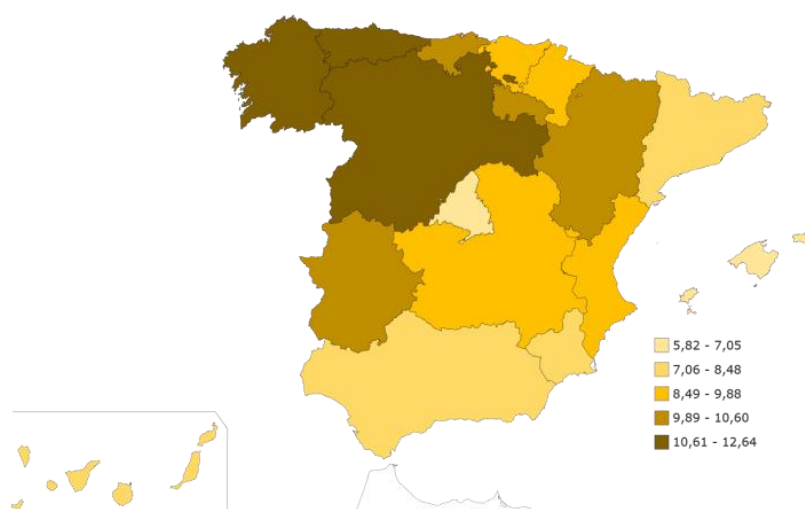
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2021)

Observando la Figura 8, se evidencia que aquellas comunidades que aparecen en amarillo claro presentan un saldo vegetativo muy negativo de entre -7,59 a -4,24, entre ellas encontramos al Principado de Asturias –con -7,59-, Castilla y León –con -5,99-, Galicia –con -5,76- y Cantabria –con -4,24-, muy seguidas de Extremadura –con -3,40-. Por otra parte, resulta interesante apuntar que solo tres CC.AA. –de las 17 que configuran el territorio español- y dos ciudades autónomas –Ceuta y Melilla- presentaban un saldo vegetativo positivo, es decir, que se produjeron más nacimientos que defunciones.

Las anteriores cifras se reafirman analizando la tasa bruta de mortalidad y de natalidad que se presentan en las siguientes figuras:

**Figura 9**

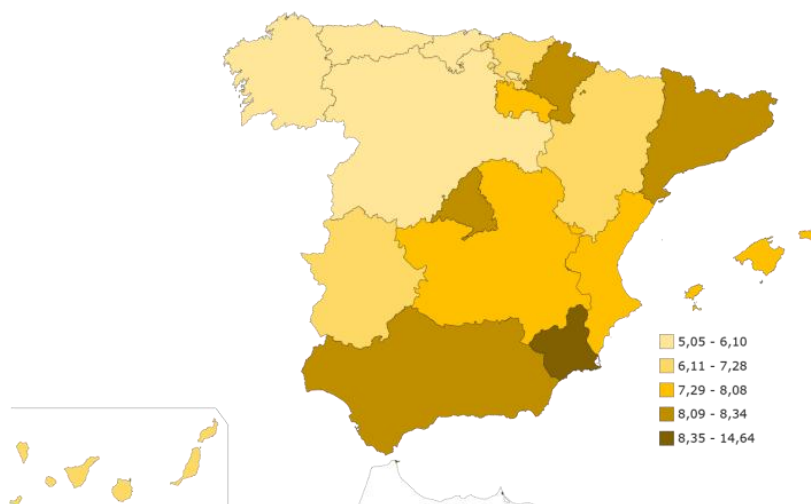
*Tasa Bruta de Mortalidad (2019)*



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2021)

**Figura 10**

*Tasa Bruta de Natalidad (2019)*



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2021)

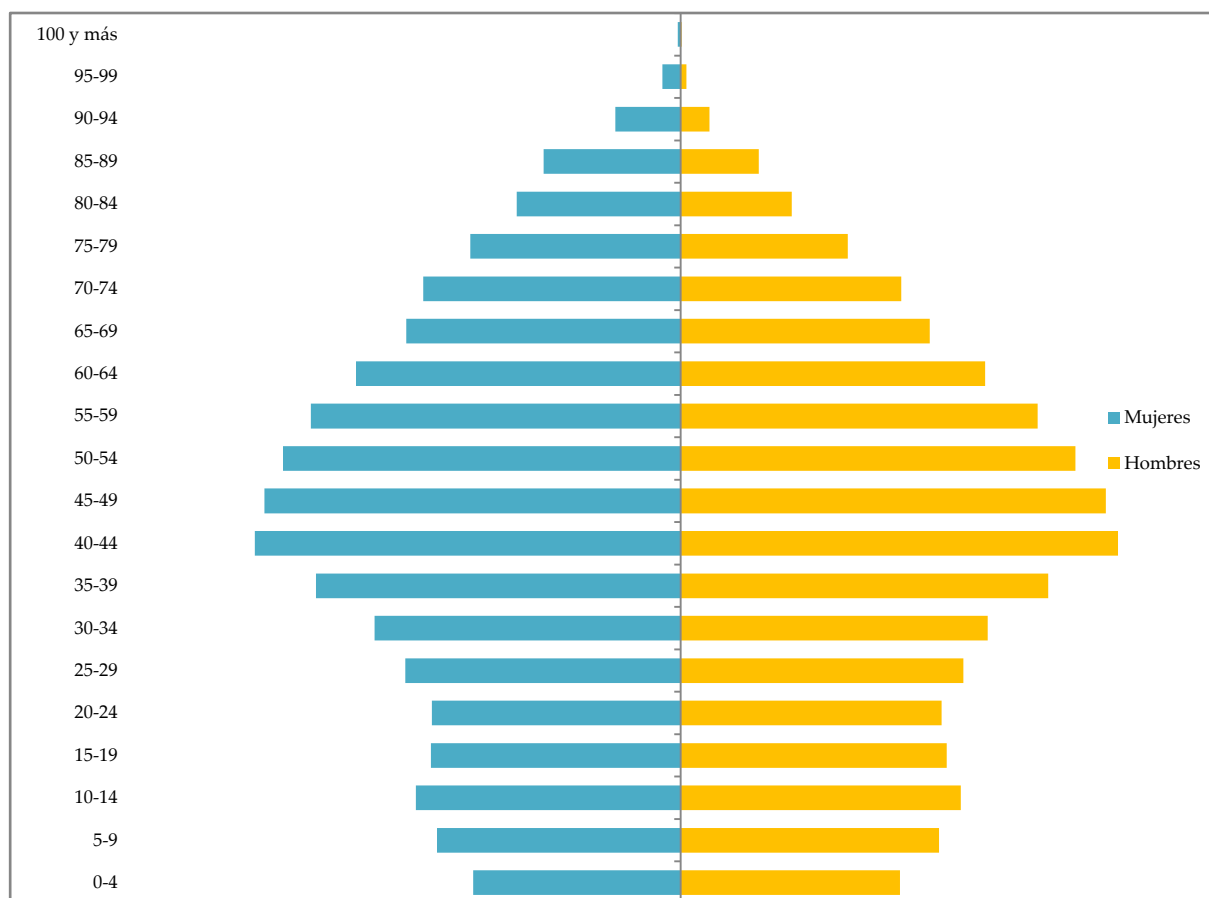
En la Figura 9 de nuevo se observa que destacan el Principado de Asturias con una tasa bruta de mortalidad de 12,64, seguido de Castilla y León –con 11,95- y

Galicia –con 11,59-, muy próximo se encuentra Extremadura –con 10,60-. Por su parte en la Figura 8, se evidencia que aquellas CC.AA. que presentaban una alta tasa bruta de mortalidad –en 2019- ofrecían una baja tasa bruta de natalidad sobresaliendo –una vez más- el Principado de Asturias con 5,05.

Estos datos muestran una clara tendencia hacia la disminución y envejecimiento de la población que, según cifras de la Secretaría General para el Reto Demográfico, España es el país de la Unión Europea con mayor esperanza de vida al nacer: 83,2 años, lo que explica por qué el envejecimiento constituye el segundo eje del Reto Demográfico y se reafirma atendiendo a la pirámide de población:

**Figura 11**

*Pirámide de población (2020)*



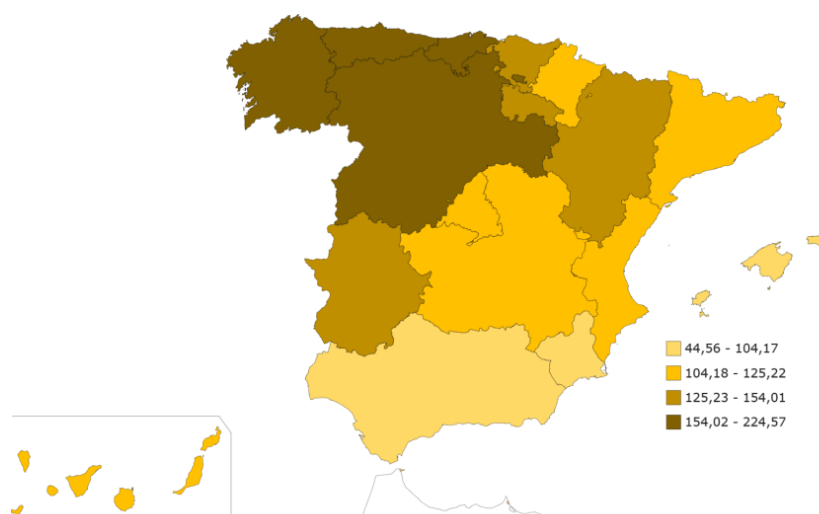
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (2021)

En la Figura 11 se observa que la población mayor de 64 años -9.217.464 personas- representaba –en 2020- un 19,43% del total, superando a la población menor de 16 años -6.822.122 personas- en un 5,05%, esto significa que paulatinamente esta pirámide seguirá invirtiéndose y por ende, se puede afirmar, que España es un país muy envejecido puesto que en la última década el índice de envejecimiento –“porcentaje que representa la población mayor de 64 años sobre la población menor de 16 años” (INE, 2019)- ha aumentado en un 19,63%, alcanzando su mayor cifra en 2020 con un índice de 125,75%.

Como se reafirma en la siguiente figura:

**Figura 12**

*Índice de envejecimiento (2020)*



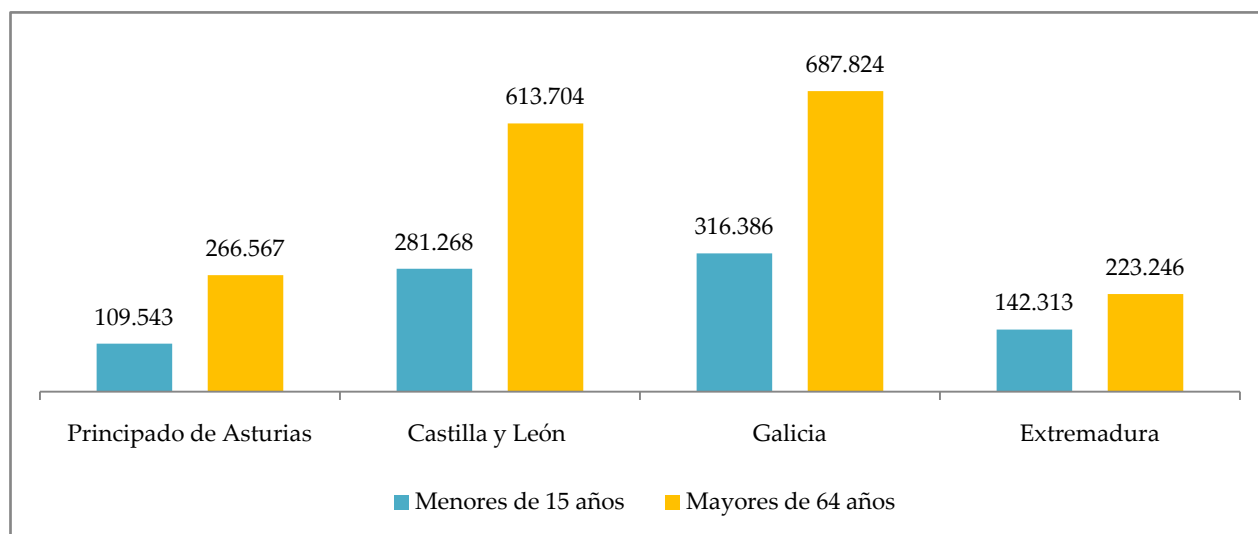
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2021)

Como puede verse en la Figura 12, las CC.AA. que despiden por un índice de envejecimiento muy elevado son el Principado de Asturias con un 224,57%, seguida de Galicia –con 202,17%- y Castilla y León –con 201,03%-. Por tanto, la población mayor de 64 años en estas comunidades supera –destacablemente- a la población menor de 15 años.

Los datos anteriores se reafirman analizando la siguiente figura:

**Figura 13**

*Población menor de 15 y mayor de 64 años en las CC.AA. más envejecidas (2020)*



Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE (2021)

En la Figura 13 se observa que la comunidad con más población mayor de 64 años es Galicia con 687.824 personas de ese rango de edad, muy seguida de Castilla y León –con 613.704-.

El fenómeno del envejecimiento, según la Secretaría General para el Reto Demográfico, se concentra en los municipios rurales de pequeño tamaño puesto que en los de menos de 5.000 habitantes, 1 de cada 4 tiene más de 65 años; mientras que en los de menos de 1.000, 3 de cada 10 habitantes son mayores de 65 años.

Los datos planeados pueden y deben hacernos reflexionar en torno estas cuestiones: el envejecimiento ¿Es un fracaso? o ¿Un éxito de la sociedad?

La Organización Mundial de la Salud considera que el envejecimiento de la población representa un gran éxito de las políticas de salud pública y el desarrollo socioeconómico, es decir, “es una conquista enorme de nuestra sociedad haber conseguido aumentar nuestra esperanza de vida [...]” (Prieto, 26 de abril de 2021, [Grabación de audio], 14:34-14:38) que -recordemos- en 2020

era de 83,2 años. Por tanto, “España es uno de los mejores países del mundo para envejecer” (Campo Vidal, 30 de abril de 2021, [Grabación de audio], 4:00-4:05), lo cual, además de un éxito como sociedad, también representa un reto al que dar respuesta puesto que –junto con el resto de la sociedad- las personas mayores han evolucionado y presentan características y necesidades diferentes a las personas mayores de hace dos décadas, lo cual deriva necesariamente en aportar respuestas innovadoras adaptadas a ellas, que contemplen sus nuevas peculiaridades y que las incluyan en el proceso, es decir, que las conviertan en sujetos activos de su cambio, siendo dicha premisa la base de este TFM.

Para finalizar esta revisión, el último eje del Reto Demográfico –la población flotante- se puede entender como la población que vive estacionalmente en un territorio beneficiándose de sus servicios, equipamientos e infraestructuras. Los efectos de este fenómeno “pueden relacionarse con variables como la población vinculada, con la población máxima estacional, así como con los datos de las encuestas de turismo de España” (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2021a).

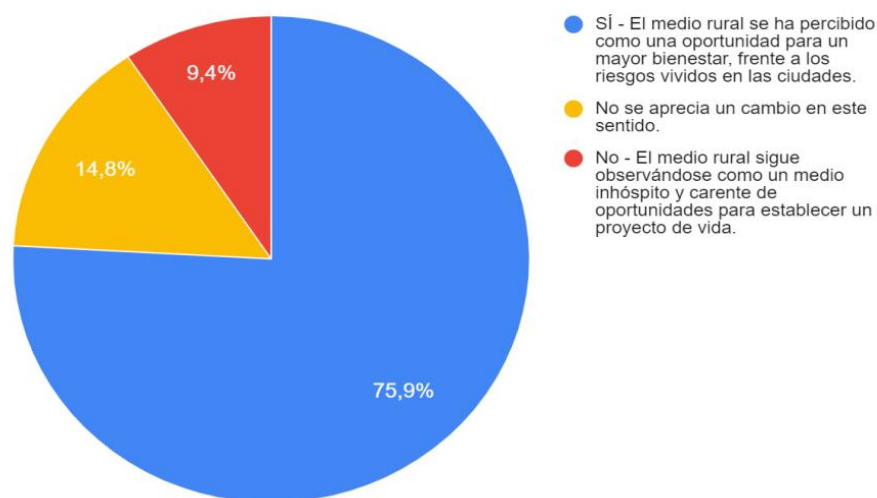
La pandemia del COVID-19 redujo –en 2020- al mínimo el turismo internacional en España debido a las restricciones sanitarias que también impedían la salida del país, lo que provocó que la denominada población vinculada –conjunto de personas que se encuentran relacionadas con un municipio ya sea porque residen, estudian, trabajan o porque están determinados períodos de tiempo en ellos- decidiera pasar el período vacacional en sus pueblos o en las zonas rurales próximas a sus residencias, provocando una revitalización del medio rural.

Además, -como indica el último estudio emitido por «Next Educación»- el medio rural ha recuperado valor para la sociedad tras la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, así se manifiesta en la siguiente figura:



**Figura 14**

*¿Crees que el medio rural ha recuperado valor en la sociedad tras la crisis sanitaria?*



Fuente: Next Educación (2020)

Como se observa en la Figura 14, el 75,9% de los encuestados en el estudio considera que “Sí”, es decir, que el medio rural se percibe como una oportunidad para un mayor bienestar.

Como expuse anteriormente, ciertas proyecciones indican que la población de la Unión Europea –si bien ha crecido exponencialmente desde la década de los 60- está aumentando muy lentamente y se prevé que a largo plazo se reduzca. Este declive paulatino se empieza a observar en algunos territorios europeos como Bulgaria, Rumanía, Alemania oriental, Portugal, Grecia, España, Italia, Croacia y algunas regiones centrales de Francia. Además, resulta importante indicar que esta situación es aún más palpable en las zonas rurales que destacan por encontrarse escasamente pobladas (Margaras, 2019).

Como planteé en mi Trabajo Fin de Grado, la despoblación es una problemática que afecta a múltiples países y en especial y desde la última década a España, puesto que según expone Ignacio Molina de la Torre (2020):

“El fenómeno de la despoblación se ha extendido y son muy pocos los ámbitos urbanos en los que también se crece. Si bien es cierto que las

zonas rurales siguen siendo el ámbito en las que más se ve la pérdida de población, no es menos cierto que las cabeceras también están perdiendo, [...]” (Molina de la Torre, 2020).

Ante esta problemática han surgido iniciativas y buenas prácticas cuyo objetivo común es frenar la despoblación –principalmente rural- tomando para ello diversas vertientes, en este caso, presentaré aquellas que se centran en las personas mayores, analizando la situación a nivel europeo aunque poniendo el foco en las iniciativas de España.

En la actualidad, se plantean múltiples estrategias para dar respuestas a los retos demográficos centradas en la captación de jóvenes, la mejora de la agricultura y la ganadería o la expansión del 5G, entre otras. Pero en este TFM, nos interesan especialmente aquellas que sobrepasan el debate teórico, proponen acciones concretas y -que además- las implementan.

Como presentaré en las siguientes líneas, muchas de estas acciones se encuentran vinculadas a la «Silver Economy», pero ¿Qué se entiende por «Silver Economy»?

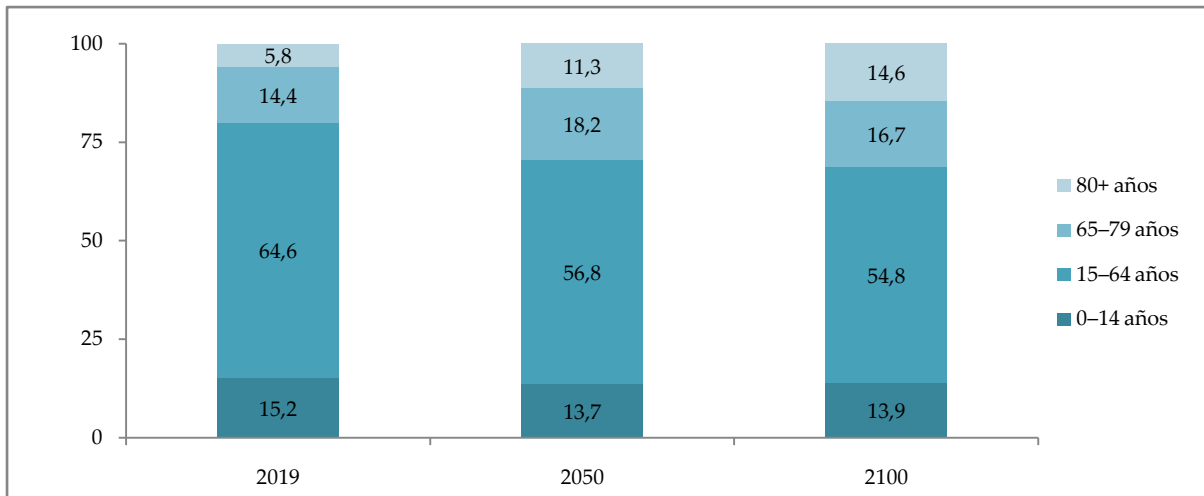
## **2.2. Un segundo contexto: la «Silver Economy»**

La «Silver Economy» es una nueva economía que puede definirse como: “el conjunto de actividades económicas que pretenden cubrir las necesidades de los mayores de 50 o más años” (Comisión Europea, 2018).

Esta economía centrada en la población mayor –con origen en Japón en la década de los 70- representa la economía europea del futuro, debido a que las proyecciones de Eurostat (2020) evidencian que el porcentaje de población de la EU-27 de 80 años o más experimentará un elevado crecimiento entre 2019 y 2100.

**Figura 15**

*Porcentaje de la población por los principales grupos de edad de la EU-27, 2019-2050-2100*



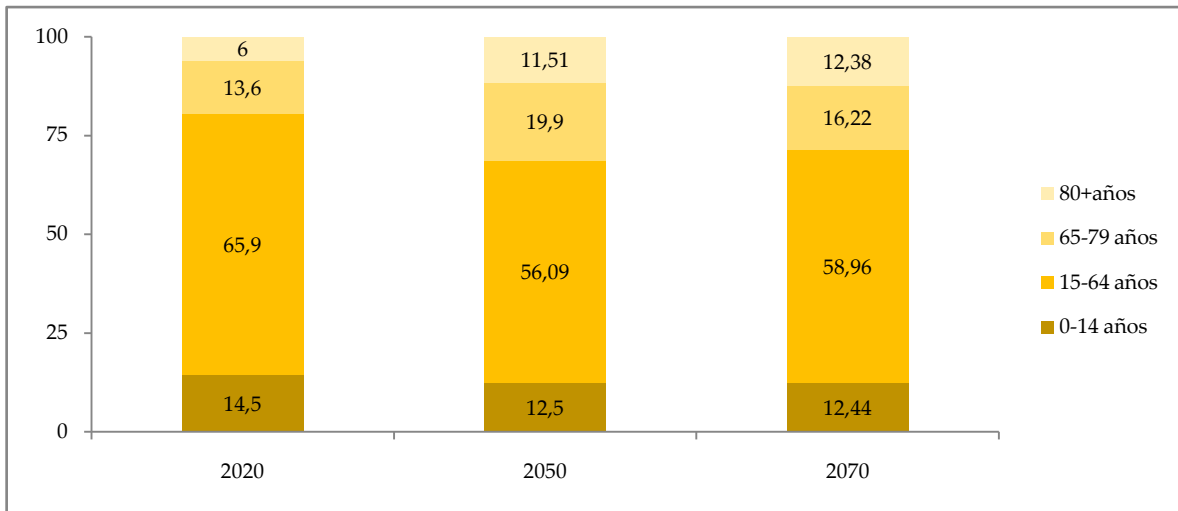
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Eurostat (2020)

Observando la Figura 15, evidenciamos que el porcentaje de la población de la EU-27 de 80 años o más aumentará un 5,5% en 2050 con respecto a 2019, incrementándose aún más en 2100 -respecto a 2019-: un 8,8%.

Poniendo el foco en España, que recordemos, es el país europeo con la esperanza de vida más alta de la EU-27, las proyecciones son semejantes y así se observa en la siguiente figura:

**Figura 16**

*Porcentaje de la población por los principales grupos de edad en España, 2020-2050-2070*



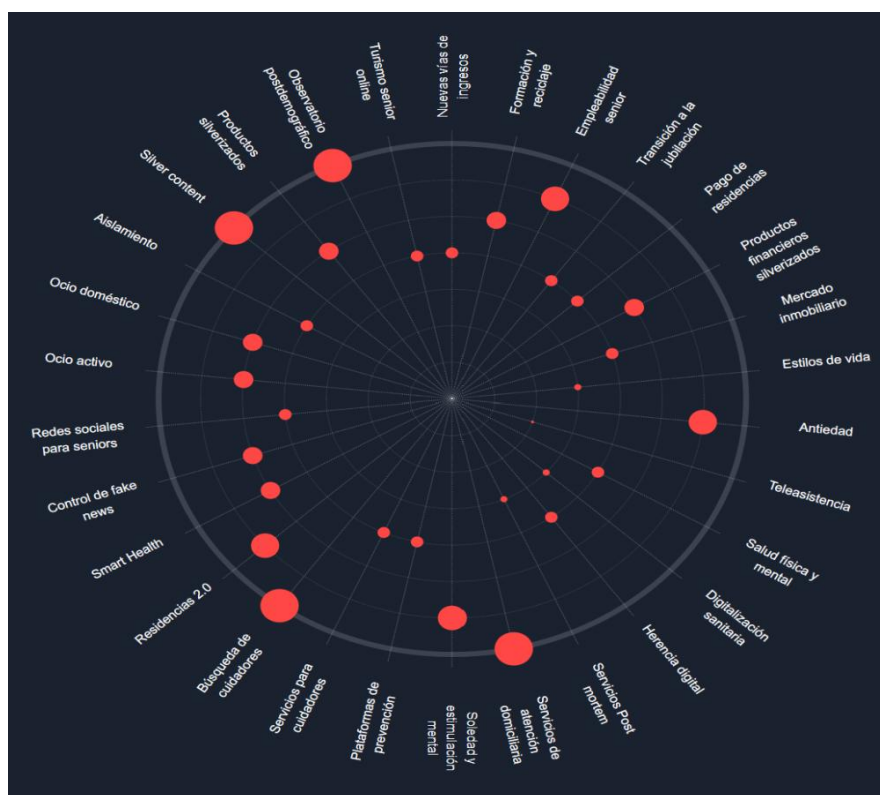
Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (2021)

Como se observa en la Figura 16, para 2050, la población mayor de 80 años representará el 11,51% de la población del país, es decir, aumentará en un 5,51% con respecto a 2020, incrementándose aún más en 2070 –con respecto a 2020- en casi un 7%.

Con esta proyección, se puede afirmar que la EU-27 tiende al sobrevejecimiento de su población, lo que convierte a la «Silver Economy» en un marco de emprendimiento prometedor que, y según Alcaide (2019), presenta diversas tendencias como la moda y cosmética, el turismo activo, los productos adaptados, la adaptación de los domicilios, las ciudades adaptadas, entre otros; y que además, se encuentra en constante cambio y expansión como podemos observar en la Figura 17.

**Figura 17**

*Tendencias y oportunidades de la «Silver Economy»*



Fuente: Paradigma Digital (2020)

Resulta interesante resaltar la dualidad o las “dos caras” que presenta esta economía puesto que una “ofrece productos y servicios relacionados con el ocio, el entretenimiento y el envejecimiento activo; y otra dirigida a personas con peor salud que requieren cuidados y atención sociosanitaria” (López, 2019).

Esta tendencia o “cara” de la «Silver Economy» es la que -desde los últimos años- pretende que “los productos y servicios se creen para beneficiar a las personas mayores, para que puedan quedarse en sus hogares, tanto como sea posible, y disfrutar de su independencia” (Varnai, 2020).

Y es en esta tendencia, en la que la pandemia del COVID-19 nos ha hecho centrarnos en los últimos meses, puesto que en España, la mayor tasa de

mortalidad ha recaído en la población mayor de 75 años en adelante como expone el último informe de la Secretaría de Estado de Derechos Sociales (IMSERSO, 2020), además de recrudecer la soledad sobrevenida (Rius, 2020) que conlleva “riesgo de muerte prematura, empeoramiento de la salud, deterioro físico y cognitivo, enfermedades mentales y pérdida de la calidad de vida” (MOAI Labs, 2021).

Finalmente, -y con todo lo anteriormente expuesto- se puede deducir que la novedad más reciente en la «Silver Economy» -asociada inevitablemente a los cambios sociales, asistenciales, sanitarios y económicos provocados por la pandemia del COVID-19- se encuentra en la tendencia que ya se ha convertido en una evidencia, de dirigir la atención hacia los cuidados y el mantenimiento de las personas mayores en sus domicilios para garantizarles su independencia y fomentar su autonomía y la mayor calidad de vida posible, convirtiéndose en un nuevo marco en el que construir emprendimientos con y para ellos y que se constituye como “la herramienta contra la despoblación más potente que podemos utilizar” (Sánchez, 24 de marzo de 2021, [Grabación], 7:09-7:13), como así se expone en el siguiente apartado.

### **2.3. Buenas prácticas en el medio rural en el marco de la «Silver Economy»**

#### **2.3.1. Villa Demencia**

Esta buena práctica comienza en 2009 en Wepps (Holanda), un municipio de unos 170 habitantes con el objetivo de que las personas mayores con Alzheimer ganen independencia y con ella calidad de vida.

Villa Demencia es una urbanización de más de 15.000 km<sup>2</sup> formada por “una treintena de casas, una decena de calles y un par de plazas, pero el recinto está completamente cerrado al exterior” (Hervás, 2018)

En esta “villa” las personas mayores desarrollan una vida independiente acompañados de un cuidador que cubre sus necesidades asistenciales, acuden al bar, a la compra, quedan en las plazas con sus compañeros, etc. En las casas viven siete residentes y dos cuidadores, además de profesional sanitario y un auxiliar.

### **2.3.2. «The Happy Bunch»**

Esta iniciativa comenzó en 2016 en la región rural de Räsö (Finlandia), de 250 habitantes y que con el transcurso de los años se ha aislado paulatinamente, generando una brecha generacional entre los más mayores y los más jóvenes de la comunidad.

Por ello, el principal objetivo fue acabar con esa brecha generacional, así como mejorar la calidad de vida de las personas mayores que residían en Räsö.

Las actividades que se desarrollaron para alcanzar dicho objetivo consistieron en organizar –los fines de semana- diversos encuentros en la guardería del municipio entre los más mayores de la comunidad y los más pequeños. En la primera parte de la reunión, mayores y pequeños, realizaban actividades conjuntas, mientras que en la segunda parte se llevaban a cabo actividades exclusivas para las personas mayores con el fin de mantenerse activos tanto cognitiva como físicamente.

Los resultados del proyecto demostraron que los encuentros llevados a cabo habían reducido la brecha generacional puesto que los más pequeños empezaron a interactuar con las personas mayores fueran de los mismos; además según una encuesta realizada por los promotores del proyecto: “las personas mayores sintieron disminuir la sensación de soledad, que el proyecto les había levantado el ánimo y que estaban más activos” (Iloinen Konkkaronkka, 2016-2020).

### **2.3.3. «Digi-Hub for the Elderly People»**

Este proyecto se desarrolló en 2017 en la región rural de Suodenniemi (Finlandia) que no tiene más de 1.300 habitantes.

Este consistió en la instalación -en la biblioteca del municipio- del Digi-Hub con los objetivos de:

“Mejorar la alfabetización en ordenadores y otros dispositivos digitales de los residentes de Suodenniemi, especialmente las personas mayores; ayudar a desarrollar y adoptar nuevos servicios digitales en una comunidad que ha sufrido despoblación y en la que muchos servicios públicos y privados se cierran; mejorar los servicios bibliotecarios y multiusos del espacio público” (Suodenniemi Association, 2017-2018).

Al año de su implantación la mayoría de los residentes mayores de esta zona rural se beneficiaban del servicio digital –Digi-Hub-; las empresas que habían cerrado su tienda física se incorporaron al proyecto ofertando sus servicios y productos que incluían banca, farmacia, entre otros proveedores.

### **2.3.4. «Workshops to combat Digital Exclusion in Rural Areas»**

Este proyecto lo desarrolló en 2017, en Polonia, «LAG Northern Jura Partnership Association» tras detectar un bajo nivel de habilidades digitales en la población mayor de 50 años de la comunidad.

Su principal objetivo era “apoyar a las personas digitalmente excluidas mayores de 50 años de las zonas rurales a adquirir habilidades informáticas básicas” (LAG Northern Jura Partnership Association, 2017-2018).

Para ello, se realizaron –en nueve municipios asociados a la Asociación- una serie de talleres dirigidos por un monitor especializado en que se les enseñó a realizar actividades cotidianas como “buscar información en la web, buscar



ofertas de trabajo, realizar pagos electrónicos y compras en línea o enviar correos electrónicos” (LAG Northern Jura Partnership Association, 2017-2018).

### **2.3.5. «Tackling Dementia in a Rural Area»**

Esta iniciativa se llevó a cabo en 2017 en Park, Country Londonderry (Irlanda del Norte) por parte de «Learmount Community Development Group Ltd», tras detectar que muchos de sus usuarios habituales habían reducido notablemente su asistencia a las actividades que allí se desarrollan.

El motivo por el que muchos de estos usuarios dejaron de acudir fue porque se les había diagnosticado demencia o Alzheimer por lo que el Centro decidió adaptar sus servicios para que estos usuarios pudieran seguir beneficiándose de los mismos, fijándose como objetivos:

“Asegurar que los servicios nuevos y existentes satisfagan las necesidades de toda la comunidad, incluidos los que sufren de demencia o Alzheimer; proporcionar un entorno seguro para las personas que sufren de demencia para participar en actividades; apoyar a los cuidadores y las familias de las personas que viven con una persona con demencia como la persona que padece la enfermedad; permitir que las personas con demencia mantengan su independencia y calidad de vida como sea posible en términos de acceso a servicios como clínica de medicina general, oficina de correos, club de almuerzos y asesoramiento ciudadano” (Learmount Community Development Group Ltd, 2017-2018).

Esta iniciativa previno el aislamiento de las personas que sufren demencia al proporcionar un entorno seguro en que continuar desarrollándose y relacionándose como la comunidad.

### **2.3.6. «Establishment of a Health Center in Švėkšna village»**

Este proyecto surge en 2018 en Švėkšna (Lituania) un remoto municipio rural que no contaba con un Centro de salud especializado que cubriera las necesidades sanitarias de sus residentes y en especial de las personas mayores.

De esta necesidad de asistencia médica partió la idea de implantar una ventanilla única que ofreciera un servicio médico especializado y de calidad en esta comunidad, marcándose como objetivos el “acercar los servicios médicos a los ciudadanos de la zonas rurales, mejorar su accesibilidad y crear nuevos puestos de trabajo en zonas rurales” (JSC “Švėkšnos ambulatorija”, 2018-2019).

Tras su implantación, se generaron nueve puestos de trabajo en la clínica, se proporcionó asistencia domiciliaria a las personas mayores del municipio, siendo la mayoría de los servicios médicos que oferta la clínica son gratuitos.

En España, hemos identificado las siguientes buenas prácticas:

### **2.3.7. Pescueza, el pueblo de los Abuelos**

Pescueza, -es un pequeño pueblo extremeño de menos de 170 habitantes en el que la mayoría de sus residentes son mayores de 70 años, por ello,- el Ayuntamiento decidió apostar por este grupo para luchar contra la despoblación que acechaba al municipio desde hace años, convirtiendo el pueblo en una residencia.

Esta iniciativa surgió del proyecto “Quédate con nosotros” que pretendía mantener a las personas mayores en sus viviendas el máximo tiempo posible y poco después se unieron a las Ciudades Amigables con los Mayores.

Adaptaron las calles con pasamanos y con una franja antideslizante de color azul que recorre el municipio para evitar accidentes; además cuenta con un centro en el que los mayores realizan talleres y en donde comen y cenan,

también disponen de servicio médico, peluquería y podología (España Directo, 2019).

Por otra parte, esta iniciativa ha creado puestos de trabajo en el pueblo y nuevos empadronamientos, lo que ha inyectado vitalidad a Pescueza (Viejo, 2019).

Pescueza se ha convertido en un claro ejemplo de que “el futuro está en la gente con pasado” (Alcaide, 2020).

### **2.3.8. Proyecto Abla Viva y Plan Estratégico de la Diputación de Almería**

Así y en relación con las ciudades amigables con los mayores, en Almería se está desarrollando un atractivo proyecto que además de referir a Municipios Rurales Inteligentes de los que hablaremos a continuación, y también desarrollan interesantes propuestas a partir del proyecto municipal Abla Viva, centrado en la lucha contra la despoblación y el fomento del empleo. La incorporación de este municipio a dicha Red demuestra su compromiso “de escuchar las necesidades de la población de más de sesenta años, [...]; promover el envejecimiento saludable y activo; mejorar sus entornos y servicios e incorporar esta perspectiva en la planificación municipal de manera transversal”. (Gabinete de prensa del ayuntamiento de Abla, 2020).

Además, la Diputación de Almería ha puesto en marcha el Plan Estratégico para el Desarrollo Inteligente de la provincia de Almería que “pretende ser un referente estratégico para el conjunto de municipios y entidades locales, fundamentalmente para aquellas con una población inferior a 20.000 habitantes, que proponga actuaciones adaptadas a la realidad del territorio desde una visión participativa e integradora” (Diputación de Almería, 2020). Planteándose como metas garantizar el acceso a una infraestructura de telecomunicaciones a todo el territorio; la digitalización de las redes de servicios; la mejora la cooperación y la maximización de la prestación de los servicios digitales.

Ambas buenas prácticas, se encuentran alineadas con la iniciativa AndalucíaSmart 2020 que se fija como objetivo el desarrollo inteligente del territorio.

### **2.3.9. Red de Municipios Rurales Inteligentes**

Esta buena práctica se inició en 2017 con el objetivo de implantar “un modelo de sostenibilidad y eficiencia basado en ecosistemas innovadores y en la generación de redes de comunicaciones municipales y comarcales abiertas y multifuncionales” (Santos, 2017).

Se pretendía generar un sistema de redes que permitiera gestionar de forma competente las infraestructuras municipales y emplearlo para ofrecer nuevos servicios a los ciudadanos de Comillas, Los Corrales de Buelna, Marina de Cudeyo, San Vicente de la Barquera y Villablino como: “zonas wifi de libre acceso a Internet, vídeoasistencia sociosanitaria a mayores o soluciones de promoción del turismo y del comercio local” (Santos, 2017).

Entre sus logros se encuentran: incrementar el ahorro público, reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>, ser autoeficiente y generar nuevas fuentes de explotación como la «big Data».

Esta buena práctica fue impulsada por los ayuntamientos de los municipios anteriormente citados y por la empresa Zwit Project y destaca por ser transferible a otros territorios. Además, este proyecto ha dado lugar a que Comillas fuera elegido “por la UE como uno de los casos de estudio de su programa «Smart Eco-Villages», el único en toda España, que aspira a captar fondos como uno de los proyectos tractores de la repoblación” (Belarte, 2021).

### **2.3.10. Vivir en casa con calidad de vida**

Este proyecto –desarrollo por el CDR “El Sequillo”- ofrece servicio de de ayuda a domicilio, catering, lavandería, de atención personal y acompañamiento, así como peluquería y podología con el objetivo de:

“Mejorar la calidad de vida de las personas mayores del medio rural, a través de la prestación de servicios de proximidad, intentando que las personas mayores mantengan su autonomía y puedan permanecer el mayor tiempo posible en su domicilio y entorno comunitario” (CDR “El Sequillo”, 2021).

Con este proyecto las personas mayores se encuentran atendidas en su domicilio y se dilata, de este modo, la permanencia en el mismo.

### **2.3.11. Residencia Campo Romanos**

Este proyecto –premiado en 2018 por el Premio de Excelencia a la Innovación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que diversifique la actividad económica en el medio rural- constituye un claro ejemplo de que las personas mayores atraen y fijan población en las zonas rurales.

La Residencia Campo Romanos se encuentra en el municipio de Romanos en la comarca del Campo de Daroca (Zaragoza) –de unos 100 habitantes- y da trabajo tanto a “jóvenes, a usuarias del servicio social de base de la comarca, como a personas de 45 a 61 años que tienen difícil la incorporación laboral” (Cabañas, 2018).

Cuenta con 25 plazas fijas y 15 de Centro de Día en las que las personas mayores están atendidas de forma íntegra, evitando de este modo su éxodo. La residencia cuenta con personal cualificado –en su mayoría mujeres de la comarca- y con los servicios de ayuda a domicilio, de transporte, acompañamiento de enfermos a consultas, fisioterapia, terapia ocupacional en

casa, así como servicio de comidas, limpieza y asesoramiento para adaptación del domicilio.

### **2.3.12. A gusto en mi casa**

Este proyecto empezó su andadura en 2018 –finalizando en diciembre de 2020- de la mano de la Junta de Castilla y León en la provincia de Ávila, concretamente en los municipios de Las Navas del Marqués, Navalperal de Pinares, Peguerinos, Hoyo de la Guija, El Hoyo de Pinares y El Tiemblo. Estos seis municipios se caracterizan por tener –predominantemente- una población envejecida.

Su principal objetivo es que:

“Las personas mayores con dependencia, discapacidad o enfermedad crónica que residan en el medio rural sean atendidas en sus hogares en función de su individualidad y singularidad, recibiendo los apoyos necesarios, tanto técnicos en el hogar como del ámbito socio-sanitarios y servicios de proximidad activados, para que puedan permanecer en sus domicilios en función de sus proyectos de vida, siempre con actuaciones desde la proactividad de los propios profesionales de referencia con los que contará cada persona” (Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades, 2018).

En dicho proyecto participaron 100 personas –prioritariamente- mayores de 65 años, con discapacidad o enfermedad crónica y dependientes que vivieran en su domicilio.

Además, destaca debido a que se le incorporaron innovaciones tecnológicas provenientes del proyecto europeo «WELLCO», en el que participaban la Junta de Castilla y León con Dinamarca, Italia, Eslovenia y Países Bajos.

### **2.3.13. Proyecto INTecum**

Este proyecto llevado a cabo por la Junta de Castilla y León junto con otras entidades en la provincia de Palencia, ofrece una atención integral, personalizada y domiciliaria a personas que padecen una enfermedad en fase avanzada o terminal para evitar que abandonen sus viviendas.

Los objetivos del mismo son:

- “Facilitar a la persona dirigir su propio proyecto de vida con los apoyos que necesite para permanecer en el domicilio que elija, con garantías de calidad y seguridad, en la etapa final de la vida.
- Dar una respuesta integrada desde los servicios sociales y sanitarios.
- Prestar una atención integrada a la persona cuidadora, con descanso, apoyo en el cuidado y acompañamiento en el duelo.
- Promover el desarrollo de la cohesión social para promover entornos protectores y acogedores con la persona afectada y sus familias que les acompañen y den un soporte positivo en esta etapa de la vida” (INTecum, 2021).

Este proyecto no solo apoya a la persona que padece la enfermedad sino también a sus cuidadores facilitando la vida a ambas partes.

### **2.3.14. «RuralCare»**

En línea con el anterior, este proyecto también está apoyado por la Junta de Castilla y León, esta vez, en la provincia de Valladolid.

Sus beneficiarios son personas mayores de avanzada edad que se encuentren en situación de dependencia, discapacidad o padezcan una enfermedad crónica; así como sus familiares y cuidadores, con el fin de evitar que abandonen sus domicilios.

Entre sus objetivos se pretende:

- “Ofrecer los apoyos sociales, los cuidados sanitarios y las oportunidades de participación en la comunidad necesarios para que las personas puedan permanecer en su domicilio con garantías de seguridad, dignidad y calidad de vida.
- Apoyar al entorno familiar y a otros cuidadores, para el desempeño de sus tareas de cuidado, la conciliación con su vida personal, social y laboral y el autocuidado de su propia salud.
- Impulsar la dinamización territorial, para favorecer entornos rurales facilitadores de la autonomía de las personas, promover el empleo local, la implicación comunitaria y la cohesión social” (RuralCare, 2021).

En definitiva, se aboga por la atención integral domiciliaria para dilatar lo máximo posible la permanencia de las personas mayores en su hogar.

#### **2.3.15. Envejece en tu pueblo**

Esta buena práctica se inició en 2018 en la Comarca de La Jacetania (Aragón) con el objetivo de “mantener a las personas mayores en su casa y en su pueblo, el mayor tiempo posible, de la mejor forma posible y generando trabajo en el territorio” (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Red Rural Nacional, 2021).

Este proyecto –desde su comienzo– está construido con y para las personas mayores por lo que ofrecen una atención ajustada a sus necesidades y demandas, siendo replicable en otros territorios.

Tan buenos son sus resultados que en 2019 fue galardonado por el Gobierno de Aragón con el Premio al Emprendimiento Social del Instituto Aragonés del Fomento.



### **2.3.16. SOPRODEVAJE**

Este proyecto se inició en 2019 el Valle del Jerte y consistió en 11 talleres formativos de envejecimiento activo con los objetivos de conseguir la:

- “Dotación de herramientas y habilidades necesarias para que se mantengan activas, para reducir su dependencia y para que sigan aportando su inestimable experiencia a las nuevas generaciones;
- Promoción de la participación, el conocimiento, las experiencias, incluyendo la salud física, el estado psicológico, el nivel de autonomía, las relaciones sociales o la relación con el entorno y la seguridad” (Red Española de Desarrollo Rural, b2020).

Todos ellos, fueron diseñados en colaboración con las asociaciones de mayores de la comarca, los servicios sociales y los profesionales del GAL Sociedad para la Promoción y Desarrollo del Valle del Jerte.

### **2.3.17. Proyecto ÁGORA**

Este proyecto gestionado por el GAL “Asociación Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos” formaba parte de la Estrategia de Desarrollo Local Participativo en el territorio “Campos y Torozos” y estaba adaptada a la medida 19 «LEADER» del Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2014-2020.

Su principal objetivo era contribuir al desarrollo de un modelo de gobernanza territorial en “Campos y Torozos”, fomentando la participación de jóvenes y personas mayores. Además, estaba configurado en cuatro ejes:

- “1. Creación del Senado de Personas Mayores de “Campos y Torozos”;
2. Acciones de participación con jóvenes;
3. Promoción del asociacionismo y participación juvenil;

4. Proyección y puesta en valor de las actividades desarrolladas por las asociaciones, utilizando el periódico comarcal “La mar de campos” e identificación de buenas prácticas promovidas por asociaciones del territorio”. (Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos, 2020).

### **2.3.18. Proyecto CIVITAS**

Este proyecto también gestionado por el GAL “Asociación Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos” forma parte de la Estrategia «LEADER» “Campos y Torozos 2020” y busca favorecer el apoyo comunitario de dicho territorio, marcándose como objetivos:

- “1. Potenciar un proceso participativo para que las personas mayores decidan qué modelo de atención integral desean;
2. Formar, apoyar y asesorar a personas desempleadas o con trabajos precarios en la creación de empresas de atención integral a las personas mayores;
3. Sensibilizar y aumentar el conocimiento de cada sector de población sobre la realidad del otro;
4. Difundir la experiencia de los Grupos de CIVITAS para darla a conocer entre la población de la Mancomunidad “Campos y Torozos” (GAL “Asociación Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos”, 2021).

En resumen, pretenden fijar la población rural a través de la asistencia adaptada a las necesidades de las personas mayores y de la creación de empleo para la población activa creando sinergias entre ambos.

### **2.3.19. Co-creando soluciones con las personas mayores y generando servicios entre humanos: Estrategias para Territorios Rurales Inteligentes**

Esta propuesta se inicia con un proyecto de investigación realizado en el marco del Laboratorio de Emprendimiento Social de la UVa en colaboración con Sociograph, consultora de marketing science y de Evocagognitiva y financiado con los fondos T-Cue de la Junta de Castilla y León. Se trataba de dar respuesta al Reto Demográfico en el medio rural trabajando con los adultos mayores. Para ello se realizó un estudio de campo en siete municipios de la provincia de Valladolid -Medina de Rioseco, Tordehumos, Villalba de los Alcores, Villagarcía de Campos, Valdenebro de los Valles, Montealegre de Campos y Villanueva de San Mancio-, con mayores de entre 49 y 85 años que se convirtieron en sujetos activos en la construcción de una respuesta a sus necesidades. Los resultados de este estudio de campo en el que participé en el marco del Practicum II del Grado de Educación Social, y que fue valorado con la máxima calificación y propuesto para Matrícula de Honor, se volcaron en mi TFG que remitía a la «Silver Economy» y al emprendimiento social (Lobato Herrero, 2020). Con los resultados obtenidos y lo trabajado, en colaboración con mi tutora, Claudia Möller Recondo, y la responsable de Sociograph, Elena Martín Guerra, se dio forma a una presentación que obtuvo el Premio de Investigación 2020 de la Diputación de Valladolid. Dicho trabajo se tituló Co-creando soluciones con las personas mayores y anticipaba algunas conclusiones obtenidas con la metodología colaborativa que se implementó (Möller Recondo, Martín Guerra, & Lobato Herrero, 2020, en prensa).

Finalmente, todo ello va construyendo los hitos que dan forma al proyecto mayor del cual este TFM forma parte, y que abordará, como se explicará más adelante, la fase de tecnología social, trabajando en los prototipados que se

desarrollarán para llevar a la práctica la respuesta propuesta para el Reto Demográfico en el marco de la «Silver Economy».

### **2.3.20. conVIVE con MASCOTAS**

Este proyecto comenzó en 2020 en Valladolid de la mano de la Diputación de Valladolid y el Colegio de Psicólogos de Castilla y León con el fin de “ayudar a combatir la soledad no deseada de las personas mayores del mundo rural” (Diputación de Valladolid, 2020).

El proyecto consiste en que las personas mayores que así lo deseen y que cuenten con las capacidades físicas y sensoriales necesarias adopten un animal de la Perrera Provincial para que convivan con ellas y así paliar la soledad que padecen muchos de los mayores de la provincia.

Una vez seleccionado el animal ideal para cada mayor, este pasa por un proceso de adiestramiento para facilitar la convivencia y una vez en el domicilio se lleva a cabo un periodo de seguimiento para comprobar que ambas partes se adaptan correctamente.

En síntesis –y como he intentado recoger en las anteriores líneas- , las iniciativas y buenas prácticas, tanto europeas como españolas, tiene un fin común: alargar la permanencia de las personas mayores en sus domicilios, entendiendo esta permanencia como una oportunidad para generar empleo y asentar o mantener población.

### **2.3.21. Espacios Sénior**

Este proyecto -promovido desde la Unión Democrática de Pensionistas y jubilados de España (UDP) y gestionado por la Asociación para el Desarrollo del Valle del Alagón- busca construir espacios comprometidos y amigables con las personas mayores bajo la idea de que estas permanezcan en su entorno. Entre sus objetivos destacan:

“1. Contribuir activamente al reconocimiento cultural, social y económico del colectivo de las personas mayores, con especial incidencia en las zonas rurales;

2. Asegurar la inclusión del cambio demográfico en las tareas de planificación de las políticas públicas desde la premisa de la participación, el envejecimiento activo y la atención a las necesidades de las personas mayores desde el entramado socioeconómico de las comarcas rurales [...];

3. Dotar a todos los Grupos de Interés de herramientas para conocer, mejorar y evaluar de manera continua el grado de compromiso y amigabilidad del territorio con el colectivo de las personas mayores” (ADELVAL, 2021).

### **2.3.22. La Maleta. Una Historia de Tiempo y Vida**

Este proyecto, presentado a principios de abril de 2021, se constituye como el relato en primera persona –en formato vídeo- de la experiencia y los sentimientos surgidos del confinamiento de varias personas mayores que acudían a centros multifunciones y que por la pandemia tuvieron que reinventarse y demostrar –una vez más- su gran fortaleza y capacidad de resiliencia.

El principal objetivo de este proyecto es “dar voz y visibilidad a los/as mayores, a sus sentimientos y experiencias ante la pandemia y en los duros meses de confinamiento” (Ayuntamiento Real Sitio de San Fernando de Henares, 2021), a través de diez vídeos, dos de presentación y cierre, y otros ocho de entrevistas en las que los mayores relatan sus historias.

### **2.3.23. MOAI Labs**

Este proyecto surge como una prioridad de la Comunidad de Regiones PROCURA para luchar contra el aislamiento y la soledad de las personas mayores a nivel social, sanitario y comunitario.

Como principal fin se marca:

“Promover la inversión empresarial en soluciones innovadoras para combatir la soledad, incentivada por una futura compra pública innovadora de compromiso anticipado, y por medio de la acción del PRIMER LIVING LAB TRANSNACIONAL EUROPEO ESPECIALIZADO EN SOLEDAD E INNOVACIÓN ABIERTA, capaz de apoyar esa inversión gracias a la integración de “Expertos por Experiencia” (la necesidad), “Grupos de Demanda Temprana” (la oferta), los potenciales compradores (la demanda) y el entorno de proximidad (la comunidad), que garantizarán la adopción de dichas soluciones para reducir la soledad de los mayores, aumentar sus vínculos y su empoderamiento” (MOAI Labs, 2021).

### **2.3.24. Proyecto REInA**

Este proyecto europeo se centra en “la creación de un Área de Innovación Rural Europea convirtiéndose en el altavoz del medio rural, impulsando su desarrollo, crecimiento, negocios y recursos naturales” (ICAL, 2021).

Y cuenta con un Manifiesto en el que se enumeran medidas específicas y recomendaciones para construir un verdadero Espacio Europeo Rural de Innovación:

- “1. Proporcionar formación sobre el estado de la técnica en las últimas tecnologías e innovación;
2. Lanzar cursos masivos en línea masivos específicos;

3. Establecer aceleradoras e incubadoras;
4. Aprovechar el poder de los medios de comunicación para desarrollar modelos;
5. Creación de un mapa de innovación rural;
6. Establecer redes europeas y locales de innovación rural de mentalidad similar los constructores de ecosistemas;
7. Establecer plataformas en línea para crear redes densas de actores;
8. Proporcionar acceso a un espacio físico compartido para los trabajadores remotos y los trabajadores remotos y startups en las zonas rurales;
9. Crear bolsas de trabajo europeas/nacionales;
10. Promover incentivos fiscales para los empresarios;
11. Casas de acogida para jóvenes profesionales en las zonas rurales;
12. Adaptar las normas de Urbanismo a los Reglamentos;
13. La conectividad de banda ancha comprender como servicio básico;
14. Actividades de entretenimiento culturales y al aire libre organizadas;
15. Nombrar director de innovación rural (CRIO) en todas las regiones y Estados miembros;
16. Proporcionar reconocimiento público a los campeones locales de innovación;
17. Establecer un Centro Europeo de Innovación Rural” (REInA, 2021).

Con ellas se pretende construir una red de innovación europea fuerte y consensuada.

Así y por tanto, todos estos proyectos, iniciativas y buenas prácticas se constituyen en un ejemplo a seguir en la lucha contra la despoblación.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. La Investigación Basada en el Diseño (DBR)**

Este TFM presenta una propuesta sobre una manera de investigar en Educación y más concretamente en Educación Social, lo que implica –en principio- intentar conocer la realidad que, obviamente, es múltiple y diversa. Por ello, cuando comencé a redactar este apartado no me resultó fácil encontrar un diseño que se adaptara a esta investigación que ya inicié con mi TFG, o que la investigación se adaptara a un diseño, y en principio he considerado que tal vez la que más se aproxime sea el «Design-Based Research» (DBR) o Investigación Basada en el Diseño.

El DBR aplicado a la educación –según Plomp- se podría definir como:

“Un estudio sistemático de diseño, desarrollo y evaluación de intervenciones educativas (como programas, estrategias de enseñanza-aprendizaje, materiales, productos y/o sistemas) con el fin de aportar soluciones a problemas complejos de la práctica educativa y contribuir al avance del conocimiento pedagógico sobre las características de estas intervenciones y sus procesos de diseño y desarrollo” (Plomp, 2013, p.11).

Se trata de “una metodología diseñada por y para educadores que busca aumentar el impacto, la transferencia y la traducción de la investigación en educación en una práctica mejorada” (Anderson & Shattuck, 2012, p.16). Además, en el DBR el proceso de investigación presenta dos etapas, la primera



consistente en “investigar hasta crear un nuevo producto y sus sucesivas mejoras”, y la segunda, tiene el fin de “aportar conocimiento en forma de principios que contribuyen a nuevos procesos de diseño” (de Benito y Salinas, 2016). Por otra parte, el DBR es “un tipo de investigación exploratoria que destaca el valor de la novedad y apuesta por enfoques no-convencionales y creativos” (Kelly, 2006 citado en Valverde-Berrocoso, 2016, pp.66-67).

Según Van den Akker et al. (2006), esta metodología presenta seis características básicas:

- “Intervencionista: la investigación tiene como objetivo diseñar una intervención en un entorno del mundo real;
- Iterativo: la investigación incorpora ciclos de análisis, diseño y desarrollo, evaluación y revisión;
- Participación de profesionales: participación activa de profesionales en las distintas etapas y actividades de la investigación;
- Orientado al proceso: el enfoque se centra en la comprensión y mejora de las intervenciones [...];
- Orientado a la utilidad: el mérito de un diseño se mide, en parte, por su practicidad para los usuarios en contextos reales;
- Orientado a la teoría: el diseño se basa (al menos en parte) en un marco conceptual y sobre propuestas teóricas, mientras que la evaluación sistemática de prototipos de la intervención contribuye a la construcción teórica” (Van den Akker et al., 2006 citado en Plomp, 2013, p.20)

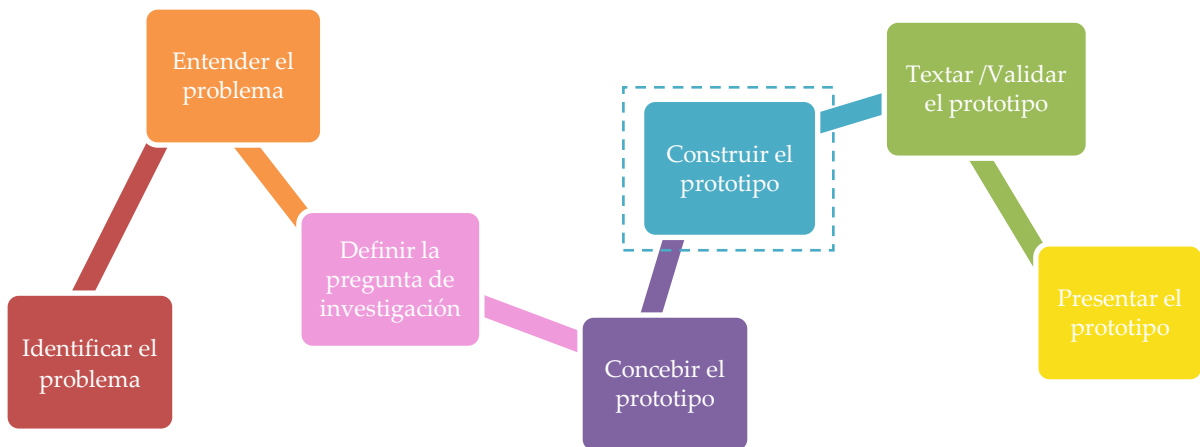
Es importante tener en cuenta que este TFM se fundamenta en un estudio de campo/mercado que realicé en el Practicum II -del Grado de Educación Social- y que expuse en mi TFG, y cuyos resultados –que presentaré brevemente en el siguiente apartado- dieron lugar a la creación de un prototipo construido por y para sus destinatarios -en aquel caso concreto y también aquí, las personas

mayores que viven en el medio rural-, siguiendo la idea de que “la investigación básica que conduce a la investigación aplicada, que conduce al desarrollo, que conduce a productos, no funciona bien” (Stokes, 1997, citado por Easterday et al., 2014, p.317), sino que el DBR, entiende que “los participantes no son "sujetos" asignados a tratamientos, sino que son tratados como co-participantes en el diseño e incluso en el análisis” (Barab & Squire, 2004, p.3), ya que para que un prototipo/producto/herramienta cubra realmente las necesidades de un colectivo debe incluirles en el proceso, es decir, convertirles en sujetos activos de su cambio.

En todo caso, el DBR y, según Easterday et al. (2018), -en la práctica- se estructura en siete fases:

**Figura 18**

*Fases del Desing-Based Research*



Fuente: elaboración propia a partir de Easterday et al. (2018)

En relación con la Figura 18, actualmente me encuentro –junto al equipo de trabajo del que formo parte- en la fase de “construir el prototipo”, que sin el trabajo previo, realizado en mi TFG, no hubiera sido posible y por tanto, transitando las últimas fases del DBR, por lo que en este TFM nos centraremos en la fase 5 y si la pandemia lo permite (sobre todo por el colectivo con el que

trabajamos) avanzaremos hacia la fase 6. Si no, esta fase y la última serán objeto de mi futura tesis doctoral.

### **3.2. La muestra, los «focus group» y los espacios**

Dicho trabajo, partió de un estudio de campo/mercado centrado en la provincia de Valladolid, concretamente en siete localidades: Medina de Rioseco, Tordehumos, Villalba de los Alcores, Villagarcía de Campos, Valdenebro de los Valles, Montealegre de Campos y Villanueva de San Mancio. Estos municipios fueron elegidos y facilitados por los CEAS de la Diputación de Valladolid, que colaboraron también en la gestión de las Aulas de Cultura donde se realizaron los «focus group» (FG). El «focus group» es una técnica cualitativa moderada por un profesional siguiendo una guía de discusión con la cual se pretende obtener información sobre un producto, temática, etc.

En este estudio se trabajó con tres muestras (M) y cinco «focus group» (FG):

“M1: compuesta por 33 personas mayores (de entre 49 y 85 años) -en su mayoría mujeres-, participantes de las Aulas de Cultura de las localidades de Villalba de los Alcores, Montealegre de Campos, Tordehumos y Medina de Rioseco.

M2: integrada por 21 personas con familiares mayores que viven solos en el medio rural, de las cuales 16 cumplimentaron un cuestionario y 5 participaron en «focus group» (FG).

M3: 7 comercios de proximidad/proveedores de Villalba de los Alcores, Villagarcía de Campos y Medina de Rioseco.

Las Muestras 1 y 2 (M1 y 2) se vincularon con cinco «focus group», cuatro de ellos se localizaron en los pueblos seleccionados, y uno en las instalaciones de Sociograph. Así:

FG1: realizado en Villalba de los Alcores con una muestra de 11 personas, en su mayoría mujeres, con edades comprendidas entre los 49 y 72 años. Vinculado con M1.

FG2: efectuado en Montealegre de Campos con una muestra de 8 personas, todas mujeres, con edades comprendidas entre los 52 y 72 años. Vinculado con M1.

FG3: realizado en Tordehumos con una muestra de 8 personas, en su mayoría mujeres, con edades comprendidas entre los 62 y 76 años. Vinculado con M1.

FG4: llevado a cabo en Medina de Rioseco con una muestra de 6 personas, todas mujeres, con edades comprendidas entre los 62 y 70 años. Vinculado con M1.

FG5: desarrollado en las instalaciones de Sociograph con una muestra de 5 personas, en su mayoría mujeres, con familiares mayores que viven solos en el medio rural. Vinculado con M2" (Lobato Herrero, 2020).

### **3.3. Las herramientas: cuestionarios y tecnología Sociograph**

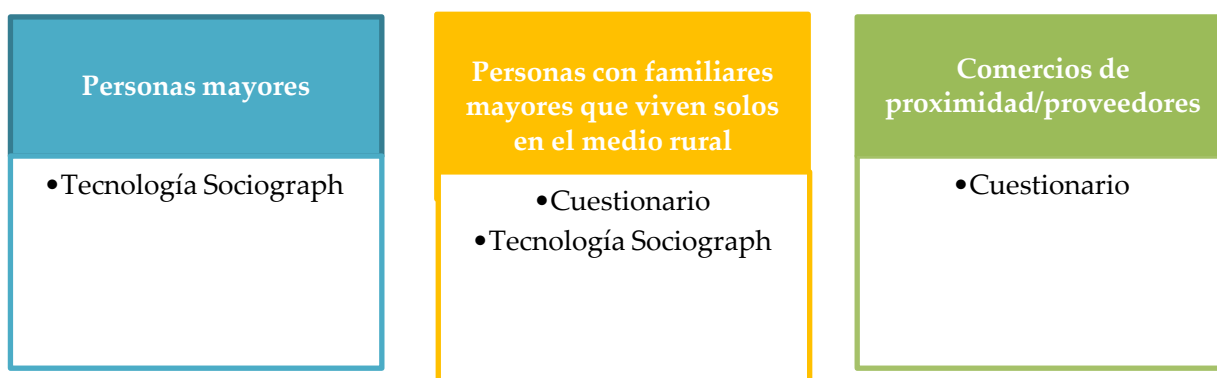
En este estudio exploratorio se siguió una estrategia mixta de recogida de datos que posteriormente se triangularon derivando en el prototipo en construcción. En cuanto a las herramientas, se utilizaron los cuestionarios (Ver Anexo I) y la tecnología Sociograph.

La tecnología Sociograph, integrada en los "Sistemas para la medición de reacciones emocionales en grupos sociales" (que utiliza aparatos semejantes a unos brazaletes) se implementó en todos los FG que se desarrollaron en el estudio para medir variables como: el porcentaje de interés no consciente – permitiendo conocer qué impacto genera un determinado estímulo en comparación con otro de la misma naturaleza-; el «*engagement*» -expone la

reacción que produce un estímulo- y la atención -referida al nivel de atractivo que genera un estímulo- (Ver Anexo II).

**Figura 19**

*Herramientas empleadas en el estudio de campo/mercado*



Fuente: elaboración propia

Con respecto a los cuestionarios, en el estudio se implementaron dos, uno vinculado con la M2 y otro con la M3.

“En relación con la M2, el cuestionario se elaboró en torno a tres bloques que querían averiguar el tipo de relación que las personas seleccionadas mantenían con sus familiares y el contacto con ellos: si les ayudaban o no con alguna tarea de la vida diaria, si sus mayores se encontraban dentro de algún programa (servicio a domicilio, aulas de cultura, gimnasia) y finalmente su interés por la solución que se les presentó.

Por su parte, el cuestionario para la M3 (con la que no se desarrolló FG) se constituyó en torno a seis bloques que pretendían conocer el estado de cada comercio, el perfil de sus clientes, las variaciones en los últimos cinco años de estos negocios, si realizaban reparto a domicilio/venta ambulante; la opinión que les suscitaba la propuesta y si estarían dispuestos a pagar por ella” (Lobato Herrero, 2020).

Los FG1, 2, 3 y 4 se llevaron a cabo con personas mayores de las Aulas de Cultura de Villalba de los Alcores, Montealegre de Campos, Tordehumos y Medina de Rioseco, siguiendo una guía de discusión dividida en cuatro bloques con los cuales se pretendía averiguar sus rutinas diarias y el uso que hacían de las tecnologías; su opinión con respecto a la solución; el formato de la misma; y el precio y el medio de comunicación adecuado para darla conocer (Ver Anexo III).

Por su parte, el FG5 se desarrolló con personas con familiares mayores que viven solos en el medio rural. En cuanto a la guía de discusión, esta también estuvo estructurada en cuatro bloques que buscaban conocer la relación que mantenían con sus familiares mayores y el uso que hacían estos de la tecnología; indagar en su opinión sobre la solución; averiguar qué formato para la misma consideraban más adecuado para sus mayores; y –al igual que la anterior guía- el precio y el medio de comunicación adecuado para que sus familiares conocieran la solución (Ver Anexo IV).

El objetivo fundamental de este estudio de campo/mercado fue conocer -de primera mano- las necesidades de las personas mayores que viven en el medio rural para configurar con y para ellos una herramienta que las satisficiera – dichos resultados se presentarán en el siguiente apartado-, evitando así un éxodo –mayoritariamente- no deseado. Pero en esta fase de la investigación, considerábamos necesario identificar la realidad del medio rural y de los adultos mayores que viven en él desde los ojos de los profesionales que trabajan por y para ellos.

### **3.4. Delphi en perspectiva**

También se recurrió al método Delphi –“técnica de recogida de información que permite obtener la opinión de un grupo de expertos” (Reguant-Álvarez & Torrado-Fonseca, 2016)- con un panel de 10 profesionales con distintos perfiles

que fueron seleccionados bajo el único criterio de su amplio conocimiento sobre el medio rural.

A continuación se presenta el panel de expertos:

**Figura 20**

*Panel de expertos que conforman la muestra*

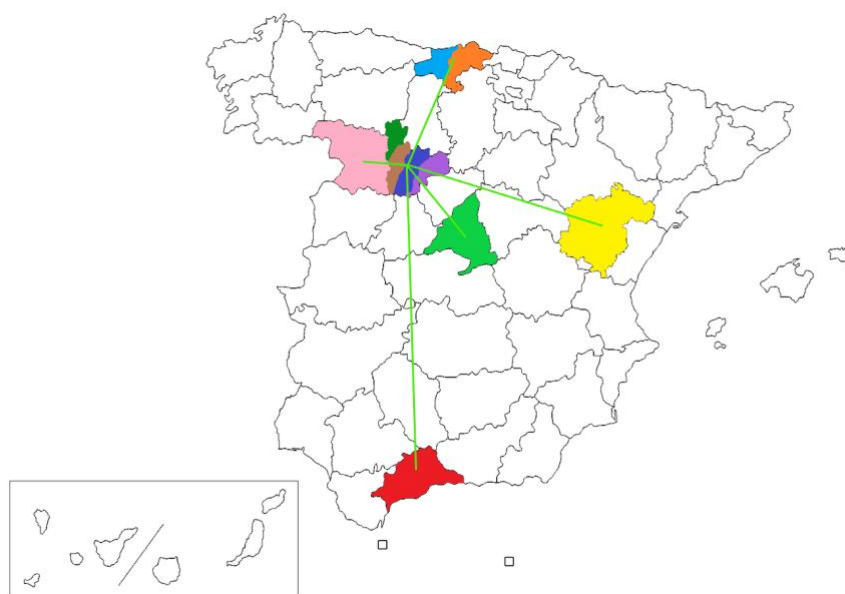
<b>Raúl Santos</b> Coordinador general de Territorio Rural Inteligente Socio y Director General de Zwit Project	<b>Lidia Díaz</b> Presidenta de la Asociación Española Contra la Despoblación	<b>Laura Gascón</b> European Project manager en la Diputación de Teruel	<b>Javier Paniagua</b> Gerente del GAL "Asociación Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos"
<b>Resurrección Hernández</b> Jefa de Innovación Social y Despoblación en la Diputación de Málaga	<b>Virginia Hernández</b> Diputada provincial en la Diputación de Valladolid	<b>Ana Isabel Sanchez</b> Coordinadora de proyectos Europeos en la Diputación de Zamora	<b>Manuel Campo Vidal</b> Fundador, Presidente y Profesor de Next Educación
<b>Juan M<sup>o</sup> Prieto</b> Profesor Titular del Departamento de Sociología y Trabajo Social de la Universidad de Valladolid	<b>Esmeralda Martínez</b> Directora del CDR "El Sequillo"		

Fuente: elaboración propia

Como se observa en la Figura 20, los 10 profesionales desempeñan funciones destacadas en instituciones y entidades señaladas en España como Territorio Rural Inteligente, la Asociación Española Contra la Despoblación (AECD), la «Next Educación», la Diputación de Teruel, la Diputación de Málaga, Diputación Zamora, Diputación de Valladolid, la Asociación Colectivos para el Desarrollo de Tierra de Campos, CDR "El Sequillo" y la Universidad de la Valladolid.

**Figura 21**

*Localización geográfica de la muestra*



Fuente: elaboración propia

Con esta muestra se pretendía construir una definición clara y actual del medio rural pero también identificar el modo de vida de una persona mayor en este entorno (ventajas y necesidades), así como, qué tendría que tener un pueblo para que fuera amable con ellas; además, -como era inevitable- quisimos conocer qué había puesto de manifiesto la pandemia en estas zonas.

La entrevista -no estructurada- fue elaborada en torno a dos bloques relacionados: el medio rural y las personas mayores (Ver Anexo V). El análisis de las mismas, se realizó empleando el programa de análisis cualitativo ATLAS.ti -un potente conjunto de herramientas para el análisis cualitativo de grandes cuerpos de datos textuales, gráficos y de vídeo (ATLAS.ti, 2009)-, con el cual se extrajeron las definiciones y se elaboraron las «*cloudwords*» presentadas en el apartado anterior.



## 4. RESULTADOS

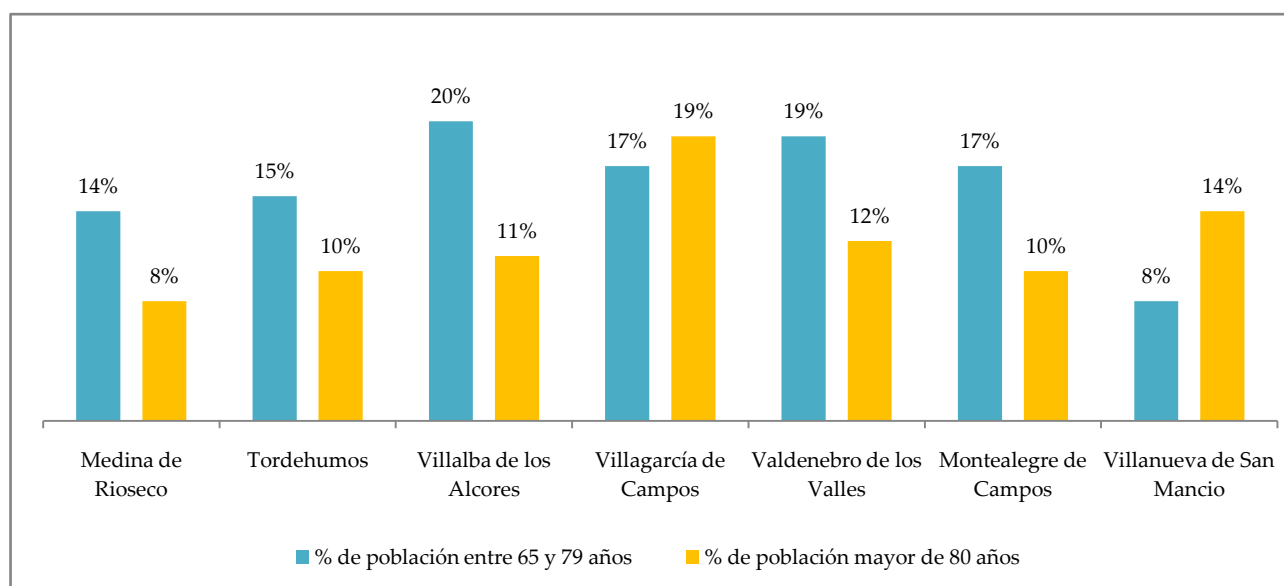
Aquí se presentan los resultados obtenidos, por una parte, con el estudio de campo/mercado que desarrollé durante mi Practicum II y que presenté detalladamente en mi TFG, y por el otro los derivados de, las opiniones de los expertos en torno a dos grandes cuestiones: cuál es la situación actual de las personas mayores en el medio rural y qué tendría que tener un pueblo amable con las personas mayores para poder evitar su éxodo. En todo caso, a continuación se agruparan los resultados en torno a cuestiones que estuvieron contenidas en toda la metodología de este TFM.

### 4.1. Las personas mayores en el medio rural

Las residentes del medio rural –en su mayoría- son personas mayores de entre 65 a 79 años.

**Figura 22**

*Porcentaje de población mayor de 65 años (2019)*



Fuente: elaboración propia

Como se observa en la Figura 22, -a excepción de Villagarcía de Campos y Villanueva de San Mancio con un mayor porcentaje de población de más de 80

años- en la mayoría de los municipios estudiados, en 2019, las personas mayores tenían entre 65 y 79 años y vivían solas.

“En su cotidianeidad desarrollan diversas actividades como: hacer la compra en el propio pueblo o en los cercanos (si su estado físico y cognitivo se lo permite), realizar viajes y talleres, usar dispositivos tecnológicos (TV, móvil, radio), relacionarse con sus familiares, vecinos o amigos y acudir al médico. La compra es una de las principales rutinas diarias de las personas mayores, puesto que no solo les sirve para adquirir un producto o un servicio, sino que se convierte en una actividad social que les permite relacionarse con sus vecinos” (Lobato Herrero, 2020).

La compra como actividad social respondería a una problemática que afecta a las personas mayores en la que la mayoría de nuestros expertos coinciden: la soledad. Gran parte de las personas mayores en el medio rural aunque viven con “mayor calidad de vida, viven más tranquilos, sin estrés, en contextos donde todos se conocen [...]” (Paniagua, 10 de marzo de 2021, [Grabación], 13:49-13:55), están solas en su domicilio, pero la cercanía y el sentimiento de comunidad favorecen que “si una persona se pone mala en el pueblo, el vecino inmediatamente se va a dar cuenta en cuanto vea que no sale al pan, no sale a la fruta, no le vea por la ventana...[...].” (Hernández, 24 de marzo 2021, [Grabación], 13:33-13:44).

Resulta interesante indicar que –atendiendo a los expertos- existen diferencias en cuanto a la época del año, en invierno los pueblos están más vacíos puesto que solo residen en ellos la población fija que –como ya hemos enunciado- en la mayoría de los casos son personas mayores; mientras que en verano, los municipios resurgen al recibir a la población vinculada, reduciéndose –durante unos meses- la soledad de los mayores.

En relación con las compras, las realizan en los comercios de proximidad de sus municipios -que suelen ser de alimentación y tener poca variedad de productos- o a través de la venta ambulante que acude semanalmente a las localidades (panadería, frutería, pescadería), aproximando y facilitando esta actividad a las personas mayores puesto que muchas “se encuentran limitadas a la hora de acercarse a un pueblo vecino o a la capital, al no disponer de vehículo propio, por lo que emplean el transporte público que tiene poca frecuencia [...] y poca variedad horaria” (Lobato Herrero, 2020) estando “poco adaptado a las necesidades que tienen las personas que lo utilizan” (Martínez, 28 de mayo de 2021, [Grabación], 5:34-5:37).

A estos dos servicios básicos debemos añadirle un tercero, el servicio sanitario, que tanto para las personas mayores como para la mayoría de los expertos se constituye como un servicio fundamental para su permanencia en el medio rural puesto que “les da mucha seguridad que el médico les pueda atender fácilmente” (Gascón, 24 de febrero de 2021, [Grabación], 31:40- 31:50).

Este servicio se constituye como uno de los grandes hándicaps del medio rural debido a “la inestabilidad horaria y la inexistencia de sustitución médica en caso de que el profesional sanitario titular no pueda acudir en la fecha y hora habitual de consulta” (Lobato Herrero, 2020), lo que en ocasiones conduce a “ [...] bajar a la comarca y a veces no tienes como bajar, hay muchos ayuntamientos, en este caso, que llamas y te ponen un taxi que te sube y te baja, estas dependiendo de” (Santos, 10 de febrero de 2021, [Grabación], 21:21-21:36), y por tanto, perdiendo autonomía.

Uno de nuestros expertos señala que es necesario conseguir una coordinación sociosanitaria en el medio rural para asegurar una “buena asistencia a las personas mayores porque las personas mayores necesitan una atención integral y coordinada por los servicios sociales e integrada en su entorno y eso solo es

posible mediante la coordinación sociosanitaria y de eso queda mucho por hacer” (Prieto, 26 de abril de 2021, [Grabación de audio], 19:18-20:14).

Pero no todo son carencias: así, por ejemplo, en el medio rural la pandemia “se ha vivido desde un punto de vista más humano [...]” (Hernández, 24 de marzo 2021, [Grabación], 30:31-30:33), debido al sentimiento de comunidad que ha permitido “[...] tejer redes de apoyo mutuo [...]” (Hernández, 24 de marzo 2021, [Grabación], 30:40-30:42), facilitado la vida de las personas mayores y haciendo más llevadero el confinamiento.

Por tanto, en el medio rural, las personas mayores, aunque tienen una mayor calidad de vida que en la ciudad –y así lo ha manifestado la pandemia por el COVID-19-, la mayor parte del año están solas y además, los servicios básicos de comercio, transporte y sanitario son muy escasos y en ocasiones insuficientes para satisfacer sus necesidades y demandas que, inevitablemente, “se acentúan según van pasando los años, lo que les empuja a un éxodo (no deseado) a residencias o a viviendas de familiares” (Lobato Herrero, 2020).

Y ahora más que nunca debemos evitar dicho éxodo puesto que –como indica Virginia Hernández y hemos visto en numerosos titulares- “la pandemia en el ámbito de los mayores y las residencias ha puesto de manifiesto que la atención era absolutamente insuficiente, ineficiente, ineficaz e incluso más, diría que vejatoria para las personas mayores” (Hernández, 24 de marzo 2021, [Grabación], 28:50-29:07), sin olvidar que los mayores “que han vivido siempre en el medio rural quieren envejecer y permanecer en su medio [...], permanecer en sus casas y en su entorno comunitario” (Martínez, 28 de mayo 2021, [Grabación], 8:38-8:50).

#### **4.2. Pueblos amables con y para las personas mayores**

Un pueblo amable con y para las personas mayores, sería aquel en el que se garantizaran los servicios básicos demandados por ellas como son:

- “Servicio médico, de enfermería y farmacéutico permanente, así como una red de sustitución sanitaria eficaz que asegure asistencia las 24 horas;
- Servicio de transporte adaptado y ampliación de los horarios del mismo;
- Comercios que posibiliten el reparto a domicilio para aquellas personas con dificultades de movilidad o cualquier otra dolencia temporal o permanente.

Un servicio sanitario permanente aportaría, tanto a las personas mayores como a sus familiares, seguridad, puesto que si les surge cualquier emergencia estarían atendidos con más rapidez que si tuvieran que desplazarse a una localidad cercana o a la capital.

Por su parte, un servicio de transporte con una más amplia frecuencia horaria y que esté adaptado a la movilidad de las personas mayores, les facilitaría los desplazamientos tanto a localidades cercanas como a la capital para que pudieran realizar sus gestiones (ir al banco y visitar a familiares o amigos, por ejemplo) sin depender de un tercero.

Por último, que los comercios se adapten a las necesidades de las personas mayores repartiendo a domicilio podría provocar un beneficio recíproco, ya que las personas mayores podrían gestionar sus compras y gastos, sin depender de la ayuda de sus familiares, y los comercios verían aumentar sus ingresos debido a que aquellas harían la compra en ellos en vez de depender de sus familiares que, por lo general, la realizan en grandes superficies” (Lobato Herrero, 2020).

Además de ver cubiertos los servicios de comercio, transporte y sanidad, los expertos dan un paso más y manifiestan que la adaptación de los espacios – eliminando o reduciendo las barreras arquitectónicas- y la accesibilidad de los

mismos, resultan esenciales para que un pueblo sea amable con las personas mayores.

Pensar en un pueblo amable con y para las personas mayores no es otra cosa que:

“Pensar en un pueblo teniendo en cuenta lo que es la accesibilidad generalmente, criterios de accesibilidad, de ergonomía, fundamentalmente tener en cuenta la participación de los mayores en los espacios abiertos, [...], todo lo que esté relacionado con la organización, accesibilidad y cuidado a los mayores, el establecer recursos en el propio municipio, garantizar la cobertura de salud y más en los contextos pandemia que estamos viviendo” (Sánchez, 24 de marzo 2021, [Grabación], 25:45-26:35).

Y además de esta accesibilidad deben ser un entorno:

“Muy favorable y de reconocimiento de las personas mayores, muy proactivos, pueblos muy proactivos en la prestación de los cuidados [...] donde los servicios, servicios muy vinculados a su calidad de vida que son los servicios sociales y sanitarios estén coordinados y donde también se involucre a los servicios de proximidad [...], en el que las personas mayores entiendan que son una parte activa y muy importante de la sociedad” (Prieto, 26 de abril de 2021, [Grabación de audio], 28:25-29:47).

Por ello, es necesario preguntarnos –como ya hice en mi TFG-¿Cómo creen los mayores que podrían cubrir todas sus necesidades para continuar viviendo en sus pueblos?

### **4.3. Propuestas de los mayores para los mayores**

Las personas mayores son las que mejor conocen su situación por lo que “se les debe pedir la colaboración en la definición de esos servicios y de esos proyectos,

es decir, el co-diseño y la co-creación” (Prieto, 26 de abril, [Grabación de audio] 23:05-23:10) para responder correctamente a sus demandas y necesidades.

“Las personas mayores quieren estar en su hogar” (Prieto, 26 de abril, [Grabación de audio], 13:00-13:05) pero saben que tener un médico en sus localidades de forma permanente no es viable puesto que un solo profesional asiste a varios municipios, pero ante esta situación propusieron lo que denominaron un “médico a demanda” que les atiende telefónicamente las 24 horas, manifestaban que esta asistencia les haría sentir más seguros y les evitaría esperar al día de consulta que, por lo general, -antes de la pandemia- era solamente uno a la semana.

Con respecto al comercio, valoraban muy positivamente poder ver lo que compran y el contacto con sus vecinos –recordemos que para ellos es una actividad social que les ayuda a paliar la soledad-, no obstante, eran conscientes que con los años sus salidas serán más limitadas –y, debido a la pandemia esta situación se ha adelantado notablemente-, por lo que estimaban que si los comercios -siempre que fueran de confianza-, les facilitaran un número de contacto para pedir sus productos y que se los repartieran en casa, les permitiría seguir viviendo de manera autónoma. Además, consideraban que este sistema era replicable en los productos farmacéuticos.

Ambas propuestas tienen un nexo común, el empleo del teléfono, pero ellas mismas reconocían tener dificultades para recordar los números, aunque les empleen de forma recurrente.

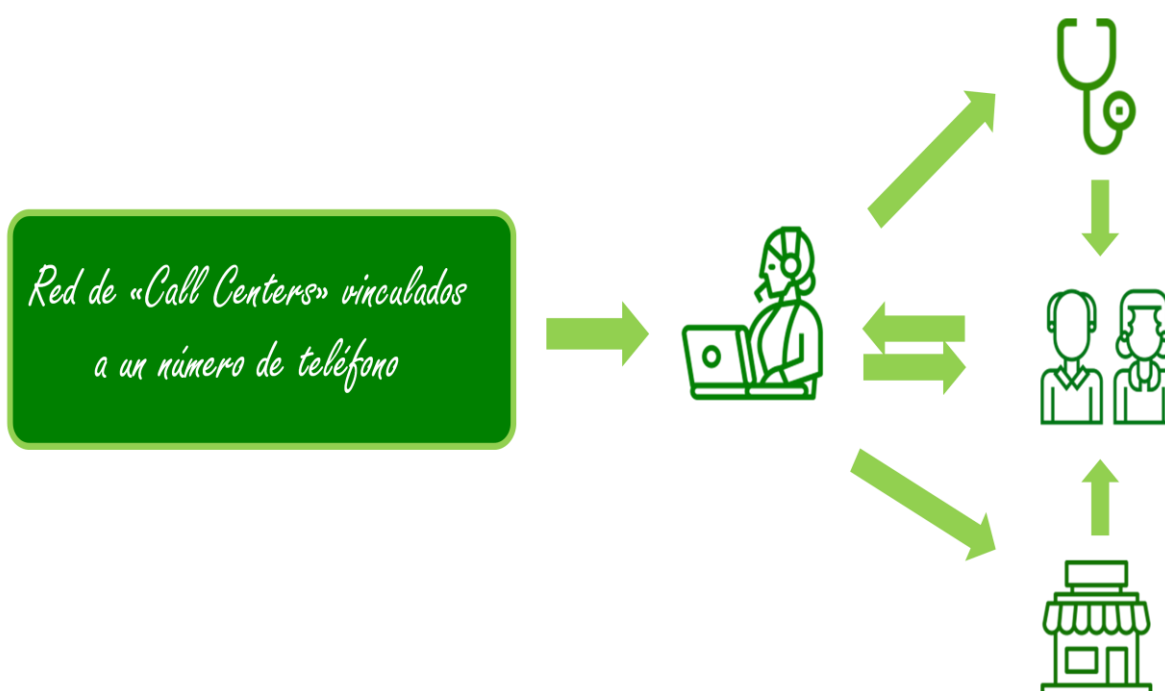
Ante esta limitación de memoria, consideraban que una posible solución sería que ambos servicios (sanitario y comercial) estuvieran aunados en un solo número de teléfono que funcionará de intermediario. En él las personas mayores notificarían sus demandas –ya sean médicas o comerciales- pero además serían contactadas por un teleoperador/a para conocer sus necesidades

y realizar un seguimiento telefónico de la misma para conocer su estado siguiendo el modelo de teleasistencia.

A continuación, se presenta una figura con la propuesta aportada por las personas mayores:

**Figura 23**

*Representación gráfica de la propuesta aportada por las personas mayores*



Fuente: elaboración propia

Como se observa en la Figura 23, las personas mayores propusieron la construcción de una red de «Call Centers» vinculados a un único número de teléfono en el que una persona –porque rechazan los contestadores automáticos- sea un intermediario entre ellos, su médico y sus comercios de referencia.

Por tanto, para avanzar en la investigación, se ha pasado al siguiente punto: construcción de un prototipo de “baja densidad” que nos permita volver a trabajar con las personas mayores y testear la solución aportada.



#### **4.4. El prototipo: ¿Qué quieren o qué necesitan las personas mayores para quedarse en sus casas y en sus pueblos?**

Con los resultados obtenidos del estudio de campo y el cruce de toda la información derivada de las entrevistas a los profesionales, nos propusimos entonces comenzar a trabajar en la construcción del prototipo que nos permitiera, una vez conseguido, volver con “la muestra” y con las entrevistas de solución, ir construyendo la respuesta a las preguntas que guiaron esta investigación y que giraron en torno a los siguientes objetivos:

##### **4.4.1. Objetivos**

1. Contribuir a mitigar la despoblación en los municipios rurales;
2. Promocionar el concepto de “territorio inteligente-sabio” en la dimensión rural;
3. Aumentar la calidad de vida de las personas mayores y fomentar su autonomía;
4. Apoyar el mantenimiento de los comercios y servicios de proximidad;
5. Fomentar el uso de la telemedicina sobre todo en relación con consultas menores y seguimientos de historias clínicas;
6. Co-diseñar una red que integre personas, cosas y servicios en torno a los mayores que quieren vivir en sus casas y en sus pueblos.

##### **4.4.2. Target, antecedentes y datos de partida**

Antes de construir el prototipo (la herramienta/app) se analizaron algunas situaciones.

La herramienta propuesta tiene como target –como no podía ser de otra manera- a las personas mayores, pero también a quienes formen parte del área sociosanitaria, a los comercios y a los comerciantes de proximidad.

Entre las alternativas más novedosas existentes actualmente en el mercado y emparentadas con este prototipo, encontramos –entre otros- a “Acho” -un

asistente de voz para personas mayores que les recuerda cuándo tomarse sus medicamentos, así como sus citas médicas- o “Maximiliana” –un smartphone adaptado que facilita el contacto familiar, también realiza recordatorios a las personas mayores y las geolocaliza. Sin embargo, son aplicaciones que no integran otros servicios como los que se proponen, ni están pensadas para el medio rural con sus particularidades (por ejemplo, ignoran que en muchos pueblos no hay cobertura de telefonía móvil como para geolocalizar a las personas).

Además, existen numerosos productos para auxiliar a las personas mayores como por ejemplo: “«Tinnwork», que simplifica y adapta los móviles a este grupo para facilitarles su uso; «Neki», emprendimiento que incorpora dispositivos GPS a los accesorios (relojes, colgantes, monederos) de las personas mayores para que sus hijos sepan dónde y cómo se encuentran, etc” (Lobato Herrero, 2020), todos ellos aunque se adquieren para mitigar una determinada necesidad, no están integrados en una fuerte estrategia como la que aquí se propone.

Entre los servicios destinados a los mayores encontramos “La Exclusiva” un emprendimiento que a través de una serie de rutas semanales proporciona productos de alimentación, higiene, entre otros; consiguiendo que 596 pueblos en Soria y Burgos tengan sus necesidades básicas cubiertas (ASHOKA, 2019); también destaca Dona Dona, una empresa de ultra-congelados que reparte productos congelados a domicilio tanto al medio rural como a zonas urbanas de la Comunidad de Madrid, Castilla y León, Galicia, Cataluña entre otras (Dona Dona, 2020).

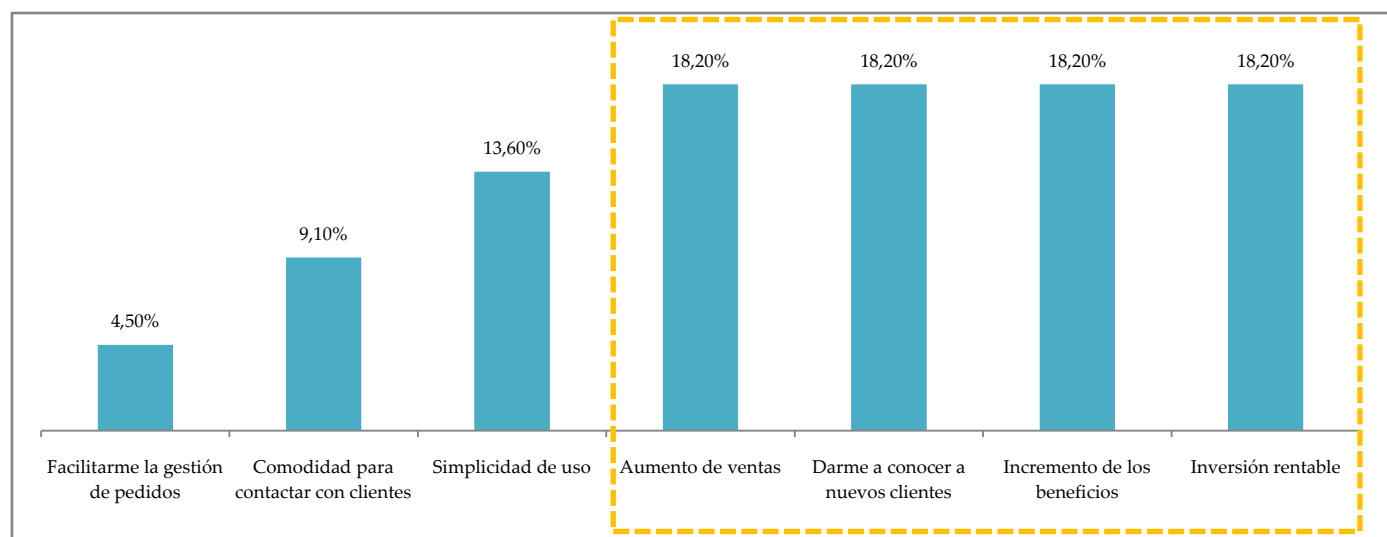
La solución que se propone en este TFM parte de las propuestas de las personas mayores que, recordemos, se basaban en una red de «Call Centers» vinculados a un único número de teléfono en el que una persona funcione como

intermediario entre ellos, su médico y sus comercios de referencia. Para ello, se configurará una App que rebotará en un «Call Center».

La App estará sustentada por proveedores, y en una parte menor por los usuarios. El estudio de campo/mercado reveló que cerca de la mitad de los comercios -el 43.0%- estarían dispuestos a pagar por estar presentes en la aplicación siempre que aumente su notoriedad entre su público objetivo, se incrementen los beneficios, se produzca un aumento de las ventas y la inversión que se haga para adaptarse a la App, sea rentable.

**Figura 24**

*Razones por las que los proveedores pagarían una cuota*



Fuente: elaboración propia

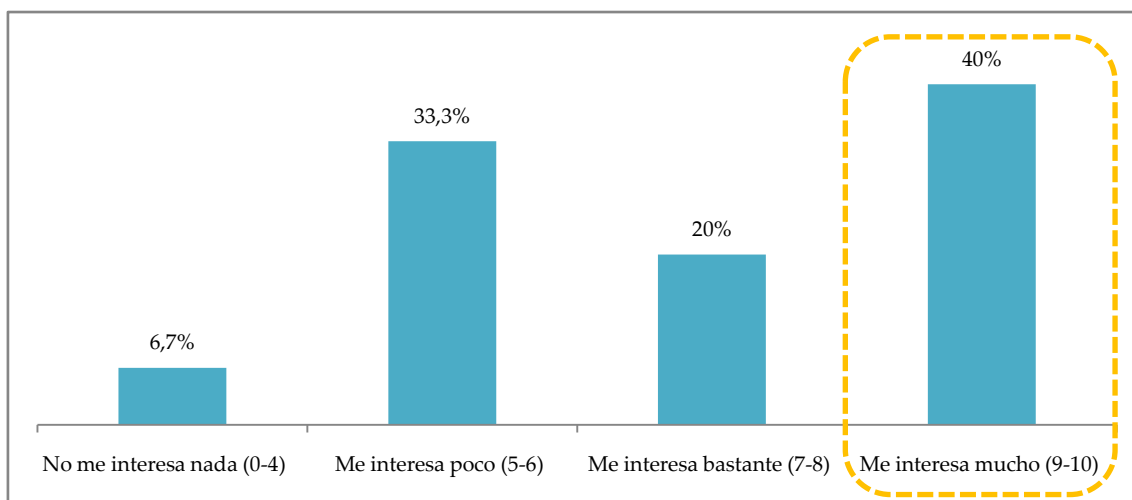
Observando la Figura 24, se evidencia que la motivación de los proveedores para incorporarse en la App pagando una cuota sería económica.

Sobre el precio que la haría viable, en el trabajo de campo se introdujo la discusión con las personas mayores. En general, se parte de la premisa de que será un servicio con un coste: hay una predisposición a pagar una cantidad simbólica (3-20€) por esta solución, siempre y cuando sea práctica, atractiva y sencilla para ayudarles en sus actividades diarias.

La muestra que integró a los familiares de los mayores que viven solos (M2), presentan un interés medio por la solución: notable (7.4). La mayoría de puntuaciones se encuentran en el rango “Me interesa mucho (9-10)”, como se refleja en el siguiente gráfico:

**Figura 25**

*Interés de los familiares de personas mayores que viven solos por el servicio*



Fuente: elaboración propia

Como puede observarse en la Figura 25, el 40% de los familiares de personas mayores que viven solas manifiestan que el servicio les interesa mucho.

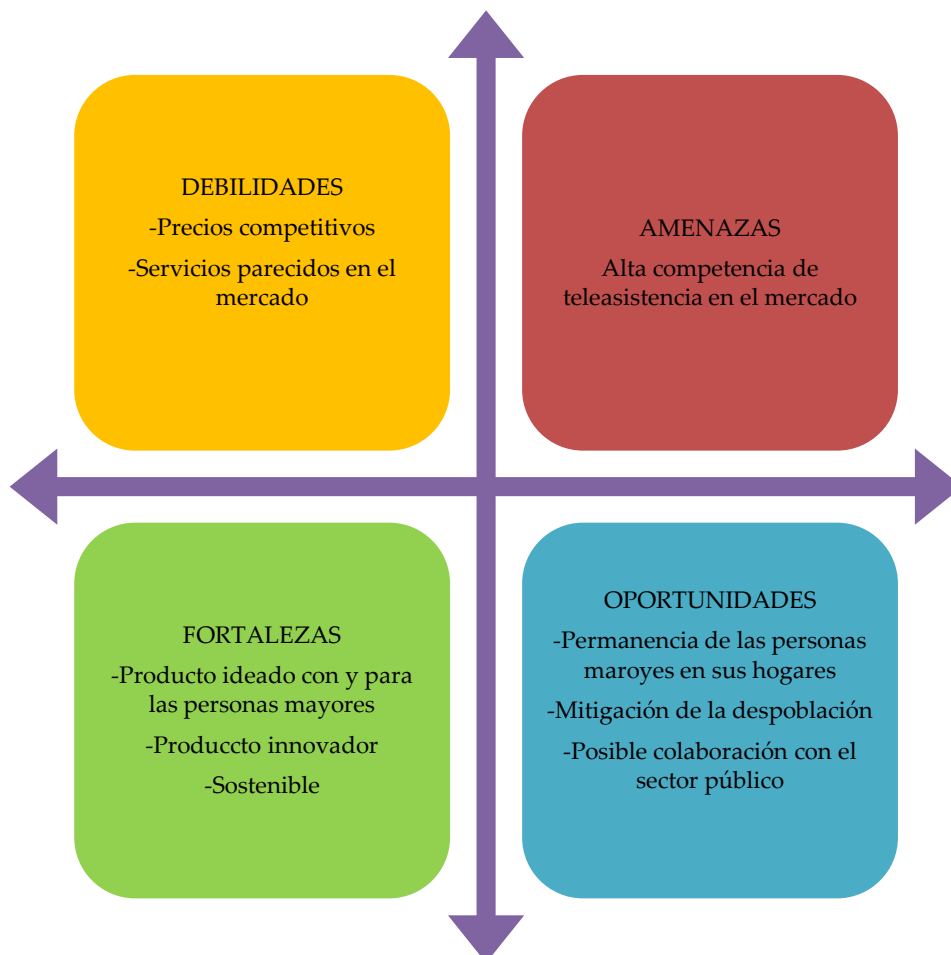
En general, se mantiene la premisa de que el servicio tendrá un coste y los familiares como parte contratante en muchos de los casos, valoran de forma positiva el pago de la solución para darle valor, así como aporta calidad y seguridad. También los familiares están dispuestos a pagar una cantidad simbólica (3-30€), teniendo como referencia los servicios ya contratados (teleasistencia de Cruz Roja) o que se conocen en el mercado o un coste basado en la renta de las personas mayores para que sea un servicio accesible para todo el segmento independientemente de sus ingresos.

#### 4.4.3. Análisis DAFO y Pirámide de Maslow

Para continuar con el diagnóstico que nos ayudara a diseñar el prototipo, se empleó el análisis DAFO, “una herramienta que permite al empresario analizar la realidad de su empresa, marca o producto para poder tomar decisiones de futuro” (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2021) y la Pirámide de Maslow que recoge las cinco categorías de las necesidades humanas.

**Figura 26**

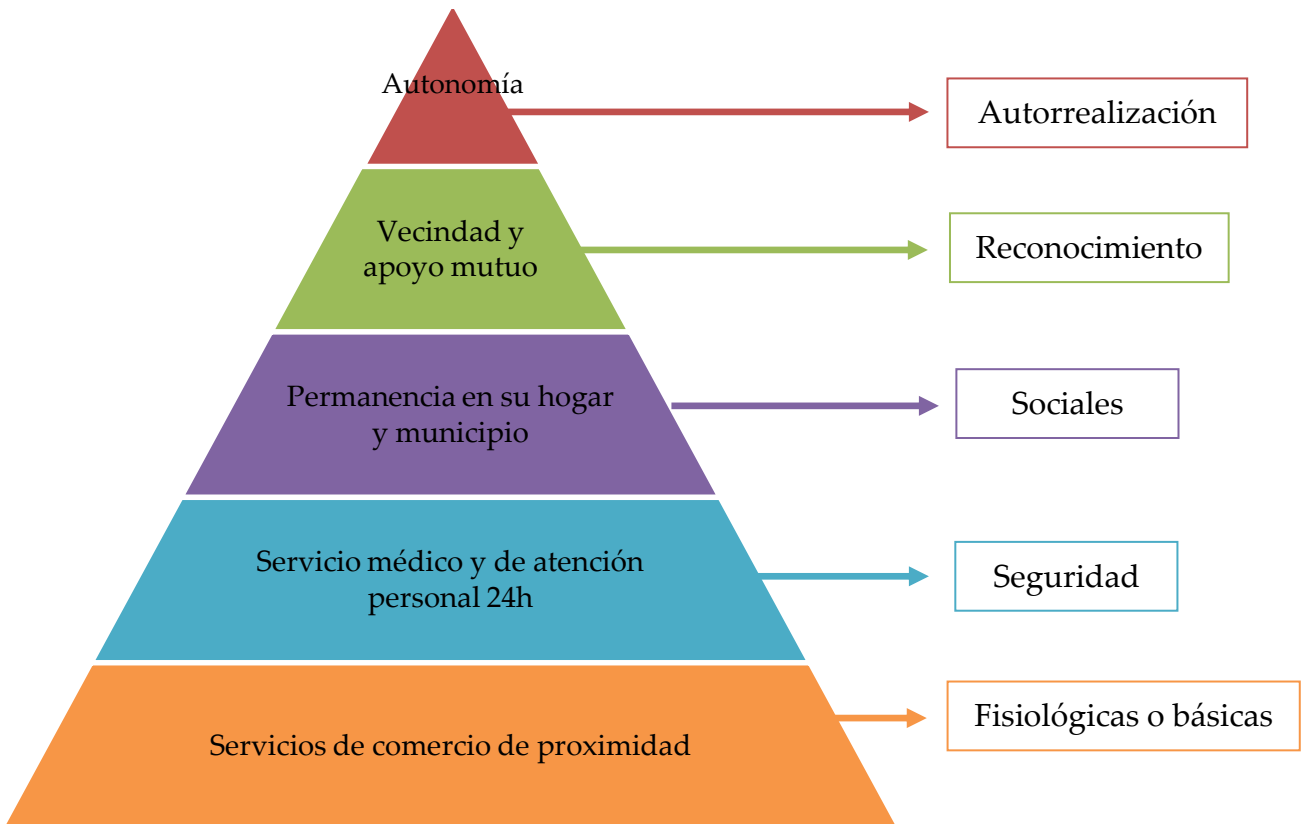
*Análisis DAFO*



Fuente: elaboración propia

**Figura 27**

*Pirámide de Maslow*



Fuente: elaboración propia

Analizando la Figura 26, a nivel externo, en debilidades encontraríamos precios competitivos unidos a la existencia de servicios parecidos en el mercado. A pesar de ello, como fortalezas, destaca que ha sido ideado con y para las personas mayores, lo que le hace innovador; además, este producto es sostenible puesto que desde su inicio –estudio de mercado- está siendo subvencionado y –como se expuso anteriormente- se promueve que el coste de la App sea sustentado por los proveedores, así como por el resto de beneficiarios.

Por su parte, a nivel interno, destacan como amenazas, una alta competencia de teleasistencia en el mercado -al ser uno de los servicios de atención a personas mayores más extendidos-, pero como oportunidades el producto/prototipo

representa una solución que podría permitir a los mayores dilatar (el máximo tiempo posible) su permanencia en sus hogares mitigando –de esta forma- la despoblación, además de posibilitar la colaboración con el sector público - Diputación de Valladolid, CEAS-.

Respecto a la Figura 27, se observa que las necesidades fisiológicas o básicas (alimentación) quedan cubiertas al ofrecer un servicio que facilita las compras a las personas mayores en sus hogares, asimismo, las necesidades de seguridad (seguridad física, familiar y de salud) también lo son puesto que se tendrá un asistente personal las 24 horas así como atención sanitaria. Por su parte, las necesidades sociales (arraigo, grupo social, amistad) son atendidas ya que los mayores permanecen en su entorno y, por tanto, las necesidades de reconocimiento (respeto y confianza) y de autorealización (autonomía e independencia) quedan satisfechas. En definitiva, el prototipo satisface las cinco categorías de las necesidades humanas propuesta por Maslow.

Además, al participar como jurado en el “IV Concurso de proyectos de la sección Germinal del Laboratorio de Emprendimiento Social de la Universidad de Valladolid”, tuvimos la oportunidad de conocer el proyecto RURAL-ES –que consiguió el 3º premio-, en el que sus autoras - Lidia de Blas Álvarez, Susana Castrillejo Blanco y Cristina Sebastián García- proponían crear una red de apoyo en el medio rural, donde jóvenes y/o desempleados ayuden a personas mayores o dependientes a realizar tareas de la vida cotidiana a través de una base de datos en la que deberán registrarse y, así, integrarse en dicha red. En esta línea hemos considerado que todo ello lo tendremos en cuenta como complemento a la propuesta que aquí se presenta.

#### 4.4.4. Descripción del prototipo

El prototipo está formado por:

1. Asistente virtual con conectividad directa a toma de teléfono con conexión Rj11, fabricado en plástico reciclado a través de impresión 3D. Presenta tres botones auxiliares -también elaborados en plástico reciclado y con pegatinas realizadas en vinilo- que siguen un código de colores – rojo: servicios sanitarios, azul: servicios de proximidad, y verde: asistente personal 24h-, para facilitar su diferenciación; además podrán añadirse más botones para guardar números de familiares, si así se desea. En cuanto al sonido, cuenta con una potencia nominal y máxima de salida del altavoz de 1.2 y 5 watis respectivamente; además de un micrófono con nivel de presión acústica máxima de 150dB SPL, nivel de ruido propio de 30dB SPL, relación señal a ruido de 120db, con una sensibilidad de  $-0.9 \text{ V}/\mu\text{bar}$  y una impedancia de 10.000 ohmios. Tanto su tamaño -23 x 36 x 7 centímetros-, su audio envolvente, como su sencilla instalación, permiten colocarlo en cualquier estancia de la vivienda sin necesidad de recurrir a terceros; además no requiere mantenimiento ni actualización por parte de los usuarios.

Además, contará con dos botones SOS, de los cuales incluirá correa para llevarlo como un reloj.

2. La Aplicación -contra la que rebota el asistente virtual- está vinculada directamente con una red «*Call Center*».

Así y con todos los datos obtenidos, se comenzó a trabajar en el diseño del prototipo, en el Laboratorio de la UVa dirigido por el Prof. Alberto Mansilla, MAT4INN, quien está supervisando el aspecto más ingenieril.

Por tanto, a continuación se presenta el prototipo y sus complementos:



**Figura 28**

*Prototipo*



Fuente: elaboración propia

**Figura 29**

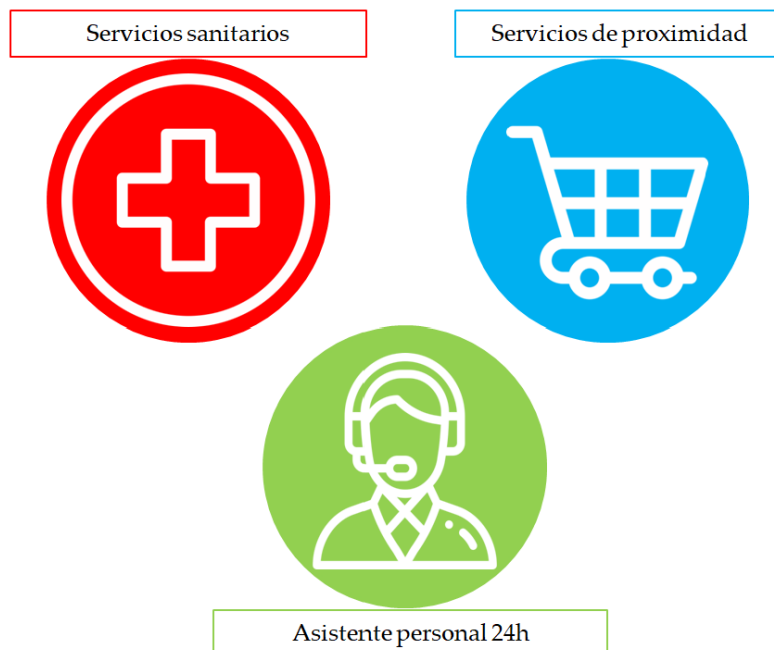
*Complementos del prototipo*



Fuente: elaboración propia

**Figura 30**

*Código de colores de los botones auxiliares*



Fuente: elaboración propia

En definitiva, en el marco de este TFM, se está construyendo un prototipo adaptado a las peculiaridades y necesidades de las personas mayores puesto que su forma y tamaño son compactos, los botones son sencillos y siguen un código de colores llamativos y fácilmente reconocibles y no requiere de conexión «wifi», por ir mediante cable del teléfono. Con todo esto, respondemos a las demandas de las personas mayores obtenidas en las entrevistas de problemas.

Por su parte, el desarrollo de la Aplicación -contra la que rebota el asistente virtual- se avanzará en el contexto de mi tesis doctoral para testarla junto con el prototipo que la integra para modificarla y mejorarla con las entrevistas de solución.

Con respecto a la red de «Call Center», se constituirá –junto con la Aplicación- en el contexto de mi tesis doctoral y la integraran: voluntarios, alumnos –a través del aprendizaje-servicio- y profesionales formados en el área sociosanitaria.

## 5. CONCLUSIONES

Queda claro que, como indicaban Castellano et al. (2018)- el medio rural es difícil de definir y es debido a sus características y peculiaridades, por lo que las definiciones existentes permiten configurar una visión de partida pero no completa de este medio.

A este entorno, se encuentra muy vinculada la despoblación que afecta tanto a la EU-27 -en general- como a España –en particular-, puesto que todos los territorios han visto menguar pero también envejecer a su población dando lugar a la búsqueda de respuestas que cristalizaron en proyectos, iniciativas y buenas prácticas con el fin de hacer frente al Reto Demográfico. Así, y en relación con las personas mayores, destacan las propuestas desde la «Silver

Economy» por ser “la herramienta contra la despoblación más potente que podemos utilizar” (Sánchez, 24 de marzo de 2021, [Grabación], 7:09-7:13); ya que dichos proyectos, iniciativas y buenas prácticas pretenden crear puestos de trabajo, fijar población, paliar la soledad –que como se ha presentado en los resultados, representa una problemática en aumento- y atender las necesidades –vinculadas al cuidado- de las personas mayores del medio rural para prolongar su permanencia en el mismo el máximo tiempo posible, evitando así su éxodo (no deseado) y ofreciendo oportunidades de emprendimiento ya que –recordando a Alcaide (2019)- “el futuro está en la gente con pasado”, pero este emprendimiento, debe entenderse en clave social, es decir, no solo debe buscar el beneficio económico sino que debe responder a una necesidad real que se ajuste a las demandas de sus destinatarios.

En este contexto cobra mayor importancia el concepto de inclusión, ya que en nuestra propuesta se ha convertido a las personas mayores en sujetos activos de su cambio co-diseñando y co-creando respuestas acordes con sus necesidades, siendo esta una de las bases de una de las metodologías empleadas en este TFM -DBR- en la que, recordemos, “los participantes no son "sujetos" asignados a tratamientos, sino que son tratados como co-participantes en el diseño e incluso en el análisis” (Barab & Squire, 2004, p.3). Así, y siguiendo esta línea se está configurando el prototipo presentado, que surgió de los resultados obtenidos del análisis de los datos derivados del estudio de campo/mercado.

En definitiva, incluimos nuestra propuesta en el marco del emprendimiento social entendido como:

“Un hacer que debe ir dirigido hacia la transformación y una transformación que debe orientarse en lo posible a facilitar la vida de quienes habitamos este sistema. El riesgo no es la condición para

emprender y el motivo inicial no es ganar dinero, sino facilitar y trabajar para vivir dignamente” (Möller-Recondo, 2020).

La solución/prototipo recibe el nombre de “CO-COTERU: Cocreando la teleasistencia rural” y persigue alargar (al máximo) la residencia de las personas mayores en sus pueblos, pero también transformar –poco a poco- a dichos pueblos en amables con y para las personas mayores debido a que – como indica Prieto (2021)- “quieren estar en su hogar”, a través de un dispositivo que les permita estar conectados con su médico y los comercios de proximidad a la vez que están atendidos por un asistente personal las 24 horas. Es importante indicar que, durante la redacción de este TFM, esta propuesta ha sido galardonada con el Premio PROMETEO de la FUNGE, lo que se ha constituido en una fabulosa herramienta de validación porque fue evaluado y valorado por D. Enrique Baeyens Lázaro y D. Jesús Galindo Melero con la tercera mayor puntuación.

Su construcción definitiva se llevará a cabo en las instalaciones del FabLab («Fabrication Laboratory») de la Universidad de Valladolid, pero no en el marco de este TFM, sino que se avanzará en el contexto de mi tesis doctoral.

Por tanto, este trabajo se enmarca en las últimas tendencias de la «Silver Economy» al configurar un producto/prototipo co-creado para “beneficiar a las personas mayores, para que puedan quedarse en sus hogares, tanto como sea posible, y disfrutar de su independencia” (Varnai, 2020).

Pero además, -siguiendo a Leonhard- entendemos que la tecnología es el “cómo del cambio pero los humanos somos el por qué” y que “en el futuro inmediato – en 5 o 7 años- necesitaremos ir más allá” puesto que “la creatividad, la imaginación, la intuición, la emoción y la ética serán aún más relevantes en el futuro” porque “cualquier cosa que no pueda ser digitalizada o automatizada

será considerada de un valor extremo". (Leonhard, 2018 citado en Recolons, 2018).

Finalmente, "puede que el futuro esté en la tecnología pero el futuro verdadero es ser trascendentes, (por lo que) vivámoslo y liderémoslo desde esa idea" (Leonhard, 2018 citado en Recolons, 2018).

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- ADELVAL (2021). *Espacios Sénior*. Red Española de Desarrollo Rural. <http://www.redr.es/es/cargarAplicacionProyecto.do?identificador=3054>
- Alcaide, J.C. (2019). Retos y tendencias en la Silver Economy. *ESIC Business & Marketing School*. <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/retos-y-tendencias-en-la-silver-economy>
- Alcaide, J.C. (2020). *Silver Economy. Mayores de 65: el nuevo target*. LID Editorial.
- Anderson, T., & Shattuck, J. (2012). Design-Based Research: A Decade of Progress in Education Research? *Educational Researcher*, 41(1), pp. 16-25. <https://doi.org/10.3102/0013189X11428813>
- ASHOKA. (2019). Victoria Tortosa, La Exclusiva. ASHOKA. <https://spain.ashoka.org/portfolio-items/victoria-tortosa-la-exclusiva/>
- ATLAS.ti. (2009). *ATLAS.ti. El conjunto de herramientas del conocimiento* [Folleto]. [https://atlasti.com/wp-content/uploads/2014/07/atlas.ti6\\_brochure\\_2009\\_es.pdf](https://atlasti.com/wp-content/uploads/2014/07/atlas.ti6_brochure_2009_es.pdf)
- Ayuntamiento Real Sitio de San Fernando de Henares. (11 de marzo de 2021). *La Maleta. Una Historia de Tiempo y Vida*. [Nota de prensa]. [https://www.ayto-sanfernando.com/wp-content/uploads/2021/03/np\\_LaMaleta.pdf](https://www.ayto-sanfernando.com/wp-content/uploads/2021/03/np_LaMaleta.pdf)
- Banco de España. (2021). *Informe Anual 2020*. Banco de España. [https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/20/Fich/InfAnual\\_2020.pdf](https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/20/Fich/InfAnual_2020.pdf)
- Barab, S & Squire, K. (2004). Design-Based Research: Putting a Stake in the Ground. *The Journal of the Learning Sciences*, 13(1), pp. 1-14.

[https://www.researchgate.net/publication/213801788\\_Design-Based\\_Research\\_Putting\\_a\\_Stake\\_in\\_the\\_Ground](https://www.researchgate.net/publication/213801788_Design-Based_Research_Putting_a_Stake_in_the_Ground)

Belarte, M.L. (31 de enero de 2021). Los pueblos luchan por volver a seducir. *La Opinión de Málaga*.  
<https://www.laopiniondemalaga.es/economia/2021/01/31/pueblos-luchan-volver-seducir-33013437.html>

Boya, F. [@RDemográfico]. (2 de febrero de 2021). “España Despoblada: la esperanza de la #recuperación”. [Vídeo adjunto]. [Tweet]. Twitter.  
<https://twitter.com/RDemografico/status/1356672843916980232>

Cabañas, C.M. (2018). Excelencia a la innovación en diversificación de la actividad económica en el medio rural. En Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Secretaria General Técnica, Centro de Publicaciones (Eds.), *Premios de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales*. (pp. 14-17). Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación  
[https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/igualdad\\_genero\\_y\\_des\\_sostenible/subvenciones\\_y\\_premios/premios\\_excelencia/default.aspx](https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/igualdad_genero_y_des_sostenible/subvenciones_y_premios/premios_excelencia/default.aspx)

Caleya, J.F. (17 de mayo de 2021). Territorio Rural Inteligente ¿PERTE de desarrollo rural? *Territorios Inteligentes*. <https://zwitproject.es/territorio-rural-inteligente-perte-desarrollo-rural/>

Campo Vidal, M. (30 de abril de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación de audio]. <https://drive.google.com/file/d/11e13De-avfY4o6T8qLtuXtTjXJD0ubZw/view?usp=sharing>



- Castellano, F.J., Castro, J., & Duran, A. (2019). El Concepto de Medio Rural. Dificultades y perspectivas. *Revista Espacios*, 40(14).  
<http://www.revistaespacios.com/a19v40n14/19401416.html>
- CDR "El Sequillo". (2021). *VIVIR EN CASA CON CALIDAD: Servicio de ayuda a domicilio, peluquería, podología y transporte*.  
<https://www.cdrsequillo.es/que-hacemos/programas-personas-mayores/vivir-en-casa-con-calidad>
- Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos. (2020). *El proyecto ÁGORA*. Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos.  
<https://proyecto-agera.webnode.es/el-proyecto/>
- Comisión Europea, Oxford Economics, Technopolis. (2018). *The Silver Economy*. Publicaciones de la Unión Europea. <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/a9efa929-3ec7-11e8-b5fe-01aa75ed71a1>
- Comisión Europea. (2020). *Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre los efectos del Cambio Demográfico*. Publicaciones de la Unión Europea. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52020DC0241>
- Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades. (22 de mayo de 2018). La Junta pone en marcha el proyecto piloto "A gusto en mi casa" en el medio rural para garantizar que las personas mayores puedan seguir viviendo en sus domicilios. *Junta de Castilla y León*.  
[https://comunicacion.jcyl.es/web/jcyl/Comunicacion/es/Plantilla100Detalle/1281372051501/\\_/1284804555007/Comunicacion](https://comunicacion.jcyl.es/web/jcyl/Comunicacion/es/Plantilla100Detalle/1281372051501/_/1284804555007/Comunicacion)

- de Benito, B & Salinas, J.M. (2016). La Investigación Basada en Diseño en Tecnología Educativa. *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*. <https://doi.org/10.6018/riite2016/260631>
- del Molino, S. (26 de noviembre de 2019). La España vacía: un problema político. *Revista Contexto* (249). <https://ctxt.es/es/20191127/Politica/29570/Doblado-despoblacion%20Sergio-del-Molino-politica-centro-periferia.htm>
- Delgado Urrecho, J.M. (2018). Más allá del tópico de la España Vacía: Una Geografía de la Despoblación. *Informe España 2018*, 232-295. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/38457>
- Diario Oficial de la Unión Europea. (26 de octubre de 2012). Comunicaciones e informaciones. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=OJ:C:2012:326:TOC>
- Díaz, L. (15 de febrero de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y en las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación]. [https://drive.google.com/file/d/1c5KP-cpTRYHSvdMd86nCuM9au\\_3H-Z7B/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1c5KP-cpTRYHSvdMd86nCuM9au_3H-Z7B/view?usp=sharing)
- Diputación de Almería. (2020). *¿Qué es Almería Smart 2023? Almería Smart 2023*. <http://www.dipalme.org/Servicios/cmsdipro/index.nsf/index.xsp?p=SmartAlmeria>
- Diputación de Valladolid. (19 de marzo de 2020). *Conrado Íscar presenta 'conVIVE con MASCOTAS', nuevo programa para ayudar a combatir la soledad no deseada de las personas mayores del mundo rural*. Diputación de Valladolid. <https://www.diputaciondevalladolid.es/web/comunicacion/-/programa-convive-con-mascot-1>

- Dona Dona. (2020). Quiénes somos. *Dona Dona*. <https://donadona.com/quienes-somos>
- Easterday, M. W., Lewis, D. R., & Gerber, E. M. (2014). Design-based research process: Problems, phases, and applications. *Boulder, CO: International Society of the Learning Sciences*. <https://repository.isls.org//handle/1/1130>
- Easterday, M. W., Lewis, D. R., & Gerber, E. M. (2018). The logic of design research. *Learning: Research and Practice*, 4 (2), pp. 131-160. <https://doi.org/10.1080/23735082.2017.1286367>
- España Directo (1 de julio 2019). *Pescueza, un pueblo para mayores*. [Fragmento de programa de televisión]. RTVE. <https://www.rtve.es/alacarta/videos/espana-directo/pescueza-puebñp-para-mayores/5309519/>
- Eurostat. (2020). Estructura demográfica y envejecimiento de la población. *Eurostat Statistics Explained*. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population\\_structure\\_and\\_ageing/es#Tendencias\\_pasadas\\_y\\_futuras\\_del\\_envejecimiento\\_de\\_la\\_poblaci.C3.B3n\\_en\\_la\\_EU-27](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_structure_and_ageing/es#Tendencias_pasadas_y_futuras_del_envejecimiento_de_la_poblaci.C3.B3n_en_la_EU-27)
- Eurostat. (2021). Principios y características. *Eurostat*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/principles-and-characteristics>
- Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Abila. (2020). El Ayuntamiento de Abila se integra en la Red de Ciudades Amigables con los mayores. *La Gaceta de Almería*. <https://lagacetadealmeria.es/el-ayuntamiento-de-abila-se-integra-en-la-red-de-ciudades-amigables-con-los-mayores/>

- GAL “Asociación Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos”. (2019-2021). *CIVITAS, apoyo comunitario en “Campos y Torozos”*. <https://proyecto-civitas.webnode.es/>
- Gascón, L. (24 de febrero de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación]. [https://alumnosuvaes-my.sharepoint.com/:v/g/person/miriam\\_lobato\\_alumnos\\_uva\\_es/EWCooEj\\_OidFiuQ1Y81erKUB4cETMPdeIz-65y\\_W28XbTQ?e=3KgZ5f](https://alumnosuvaes-my.sharepoint.com/:v/g/person/miriam_lobato_alumnos_uva_es/EWCooEj_OidFiuQ1Y81erKUB4cETMPdeIz-65y_W28XbTQ?e=3KgZ5f)
- Hernández, R. (15 de marzo de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación de audio]. <https://drive.google.com/file/d/1nQhulUakXgFarhc716y-y6uleb5wNzOd/view?usp=sharing>
- Hernández, V. (24 de marzo de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación]. <https://drive.google.com/file/d/1fHkuwI0P9dwel623CjfdcwToFmcgerhu/view?usp=sharing>
- Hervás, M. (23 de diciembre de 2018). Villa Olvido, el “pueblo” para enfermos de alzhéimer. *EL PAÍS*. [https://elpais.com/sociedad/2018/12/22/actualidad/1545471875\\_182240.html](https://elpais.com/sociedad/2018/12/22/actualidad/1545471875_182240.html)
- ICAL. (7 de marzo de 2021). “ReInA”, un proyecto europeo que es una oportunidad para impulsar el entorno rural. *Salamanca24horas.com*. <https://www.salamanca24horas.com/texto-diario/mostrar/2824921/reina-proyecto-europeo-oportunidad-impulsar-entorno-rural>
- Iglesias, F.J. (6 de abril de 2021). *Bienvenida por Don Francisco Javier Iglesias, Presidente de la Diputación de Salamanca*. [Resumen de la presentación de

evento]. REInA events.

<https://www.youtube.com/watch?v=BWIXNCnW2Lo>

Iloinen Konkkaronkka. (2016-2020). *The happy Bunch*. [Diapositivas de Power Point]. European Network for Rural Develoment. [https://enrd.ec.europa.eu/projects-practice/iloinen-konkkaronkka-happy-bunch\\_es](https://enrd.ec.europa.eu/projects-practice/iloinen-konkkaronkka-happy-bunch_es)

IMSERSO- Secretaría de Estado de Derechos Sociales-. (2020). *Informe del Grupo de trabajo COVID 19 y Residencias*. Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. [https://www.mscbs.gob.es/ssi/imserso/docs/GTCOVID\\_19\\_RESIDENCIAS.pdf](https://www.mscbs.gob.es/ssi/imserso/docs/GTCOVID_19_RESIDENCIAS.pdf)

Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Indicadores Demográficos Básicos*. Instituto Nacional de Estadística. [https://www.ine.es/metodologia/t20/metodologia\\_idb.pdf](https://www.ine.es/metodologia/t20/metodologia_idb.pdf)

Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Demografía y población*. Instituto Nacional de Estadística. <https://www.ine.es/dyngs/INEbase/listaoperaciones.htm>

INTecum. (2021). *Atención al final de la vida* [Folleto]. <https://serviciosociales.jcyl.es/web/es/personas-mayores/proyecto-intecum-atencion-final.html>

JSC “Švėkšnos ambulatorija”. (2018-2019). *Establishment of a Health Center in Švėkšna villaje*. [Diapositivas de Power Point]. European Network for Rural Develoment. [https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/project/attachments/gp\\_It\\_health\\_center\\_504\\_web\\_fin.pdf](https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/project/attachments/gp_It_health_center_504_web_fin.pdf)

- LAG Northern Jura Partnership Association. (2017-2018). *Workshops to combat digital exclusion in rural areas*. [Diapositivas de Power Point]. European Network for Rural Development. [https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/project/attachments/si\\_pl\\_si-02\\_digital\\_skills\\_training\\_ok\\_dl\\_cdp\\_ok\\_0.pdf](https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/project/attachments/si_pl_si-02_digital_skills_training_ok_dl_cdp_ok_0.pdf)
- Learmount Community Development Group Ltd. (2017-2018). *Tackling Dementia in a rural area*. [Diapositivas de Power Point]. European Network for Rural Development. [https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/project/attachments/gp\\_uk\\_tackling\\_dementia\\_447\\_web\\_final\\_1\\_0\\_0.pdf](https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/project/attachments/gp_uk_tackling_dementia_447_web_final_1_0_0.pdf)
- Ley 45/2007, de 13 de diciembre, Para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural. *Boletín Oficial del Estado*, 299, de 14 de diciembre de 2007. <https://www.boe.es/eli/es/l/2007/12/13/45/con>
- Lobato Herrero, M. (2020). *Emprender en la «Silver Economy». Una respuesta al Reto Demográfico*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/42576>
- López Letón, S. (15 de diciembre de 2019). 'Viejenials': el gran negocio de disfrutar la vejez. *EL PAÍS*. [https://elpais.com/economia/2019/12/13/actualidad/1576232831\\_768222.html?ssm=TW\\_CC](https://elpais.com/economia/2019/12/13/actualidad/1576232831_768222.html?ssm=TW_CC)
- Margaras, V. (2019). *Tendencias demográficas en las regiones de la Unión Europea*. Servicio de Estudios del Parlamento Europeo. <https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/home.html>
- Martín Muñoz, M.Á. (2020). *Emprendimiento social en el medio rural: cáterin social intergeneracional*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/42577>

Martínez, E. (28 de mayo de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación de vídeo].

<https://drive.google.com/file/d/1TiG6HwXlzMWozBb2uJfjtPVhomg2bo25/view?usp=sharing>

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Red Rural Nacional. (2021). *Del medio urbano al rural: Buenas Prácticas de Emprendimiento de nuevos habitantes*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Red Rural Nacional. <http://www.agro-alimentarias.coop/ficheros/doc/06344.pdf>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2021). *Herramienta DAFO*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. <https://dafo.ipyme.org/Home>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (16 de marzo de 2021). *El Plan de Medidas ante el Reto Demográfico destinará más de 10.000 millones y 130 políticas activas a luchar contra la despoblación y garantizar la cohesión territorial y social* [Nota de prensa]. <https://www.miteco.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-plan-de-medidas-ante-el-reto-demogr%C3%A1fico-destinar%C3%A1-m%C3%A1s-de-10.000-millones-y-130-pol%C3%ADticas-activas-a-luchar-contr-la-despoblaci%C3%B3n-y-garantiza/tcm:30-524061>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2021a). *Análisis y cartografía*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. <https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/analisis-cartografia/>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2021b). *¿Qué es el Reto Demográfico?* Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto

Demográfico. <https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/que-es/>

MOAI Labs. (2021). *El proyecto MOIA Labs*. Interreg Sudoe. <https://www.moailabs.eu/el-proyecto/>

Molina de la Torre, I. (17 de noviembre de 2020). *Rural vs. Urbano. Contraste y coexistencia armónica de ambas realidades*. [Resumen de la presentación de la conferencia]. Primer Congreso Europeo de Innovación social frente al Reto del Despoblamiento. [https://www.malaga.es/lanoria/3609/com1\\_md-1/com1\\_md1\\_cd-349345/i-congreso-europeo-de-innovacion-social-frente-al-reto-del-despoblamiento-i](https://www.malaga.es/lanoria/3609/com1_md-1/com1_md1_cd-349345/i-congreso-europeo-de-innovacion-social-frente-al-reto-del-despoblamiento-i)

Möller Recondo, C., Martín Guerra, E. y Lobato Herrero, M. (2020). Co-creando soluciones con las personas mayores y generando servicios entre humanos: Estrategias para Territorios Rurales Inteligentes. Premio de Investigación 2020 de la Diputación de Valladolid (en prensa).

Möller-Recondo, C. (2020). Un PID de Excelencia: El laboratorio de emprendimiento social de la Universidad de Valladolid. *Innovación docente e innovación en ciencias sociales, económicas y jurídicas*, (725-736). Dykinson

Next Educación. (2021). *Estudio de percepción de los avances realizados en la España despoblada desde el 31 marzo de 2019*. Cátedra de Despoblación y Reto Demográfico de Next Educación. <https://www.nextibs.com/wp-content/uploads/2021/03/Next-Educacion-Estudio-de-percepcion-de-los-avances-realizados-en-la-Espana-Despoblada-desde-el-31-marzo-de-2019.pdf>



- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018). *Comprender las economías rurales*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. <http://www.oecd.org/regional/understanding-rural-economies.htm>
- Paniagua, J. (10 de marzo de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación]. [https://drive.google.com/file/d/1-TSsRtSBXUgU4Ek\\_ijryupoh34KsEaoL/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1-TSsRtSBXUgU4Ek_ijryupoh34KsEaoL/view?usp=sharing)
- Paradigma Digital. (2020). *Silver Economy Radar*. Paradigma Digital. <https://silvereconomyradar.paradigmadigital.com/sectores/>
- Pinilla, V., & Sáez, L. A. (2017). La despoblación rural en España: génesis de un problema y políticas innovadoras. *Informes CEDDAR*, 2. [http://www.ceddar.org/content/files/noticiaf\\_362\\_01\\_Informe-CEDDAR-deflogo.pdf](http://www.ceddar.org/content/files/noticiaf_362_01_Informe-CEDDAR-deflogo.pdf)
- Plomp, T. (2013). Educational Design Research: an Introduction. En Plomp, T., & Nieveen, N. (Eds.), *An Introduction to Educational Design Research*. (pp. 10-51). SLO. <https://www.slo.nl/international/@4315/educational-design/>
- Prieto, J. (26 de abril de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación de audio]. <https://drive.google.com/file/d/1CPk4N-AnvzTeHuhUkEoz60PqYvIaj5CA/view?usp=sharing>
- Real Academia Española. (2021). Rural. En el *diccionario de la lengua española*. Consultado el 29 de enero de 2021. <https://dle.rae.es/rural>
- Recolons, G. (9 de junio de 2018). *El Cambio 2 por Gerd Leonhard* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bS2W7v4oTNw>

- Red Española de Desarrollo Rural. (2020a). *Boletín Especial "España, la Agenda 2030 y medio rural"*, dentro la campaña «17 retODS del mundo rural». <https://mailchi.mp/7716d3a344ab/ods?e=e99849b13e>
- Red Española de Desarrollo Rural. (2020b). *Buenas prácticas LEADER: Metodología impulsora y precursora de los ODS y Agenda 2030*. Red Española de Desarrollo Rural. [http://www.redr.es/recursos/doc/2020/octubre\\_2020/2074201893\\_8102020134358.pdf](http://www.redr.es/recursos/doc/2020/octubre_2020/2074201893_8102020134358.pdf)
- Reguant-Álvarez, M. y Torrado-Fonseca, M. (2016). El método Delphi. *REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 9 (1), 87-102. DOI: 10.1344/reire2016.9.1916
- REInA. (2021). Manifiesto de innovación rural. *REInA*. <https://reina.startupole.eu/manifiesto>
- Rius, A. (22 de mayo de 2020). *Economías pandémicas y cuidados: pensando alternativas transformadoras desde la emergencia*. [Resumen de la presentación de la conferencia]. Primer diálogo: Economías pandémicas y cuidados: pensando alternativas transformadoras desde la emergencia. <https://www.youtube.com/watch?v=UPrNnAyTpHE&feature=youtu.be>
- RuralCare. (2021). *RuralCare* [Folleto]. <https://serviciosociales.jcyl.es/web/es/servicios-sociales-innovacion/proyecto-ruralcare.html>
- Sánchez, A.I. (24 de marzo de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación]. <https://drive.google.com/file/d/1twOtXEcu8GXObc23kqTE7yAWDJwkosH2/view?usp=sharing>

- Santos, R. (10 de febrero de 2021). *Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural*. [Grabación]. <https://drive.google.com/file/d/1J-yFbN9aYG3GT2OUOxBncUps-1dRkehk/view?usp=sharing>
- Santos, R. (2017). Red de Municipios Rurales Inteligentes en Manual de buenas prácticas e iniciativas para contribuir a frenar la despoblación (pp.23-24). *Pueblos Vivos*. [pueblosvivosaragon.com/buenas-practicas/](http://pueblosvivosaragon.com/buenas-practicas/)
- Secretaría General para el Reto Demográfico. (2021a). *¿Sabías que...? Despoblación*. [Diapositivas de Power Point]. Secretaría General para el Reto Demográfico. [https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/infografia\\_sabias\\_despoblacion\\_tcm30-522276.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/infografia_sabias_despoblacion_tcm30-522276.pdf)
- Secretaría General para el Reto Demográfico. (2021b). *¿Sabías que...? Áreas rurales EU-27*. [Diapositivas de Power Point]. Secretaría General para el Reto Demográfico. [https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/sabias\\_areasruralesue\\_tcm30-517766.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/sabias_areasruralesue_tcm30-517766.pdf)
- Solís, S. (17 de mayo de 2021). *Ponencia de la eurodiputada Susana Solís*. [Ponencia]. Jornada informativa sobre Fondos Europeos y Despoblación. [https://www.youtube.com/watch?v=0ayVb-5r\\_5w](https://www.youtube.com/watch?v=0ayVb-5r_5w)
- Sosa, M. (10 de diciembre de 2020). La UE prioriza la despoblación en los fondos Feder con una definición de la que se beneficiará España. *EL PAÍS*. <https://elpais.com/sociedad/2020-12-10/la-ue-prioriza-la-despoblacion-en-los-fondos-feder-con-una-definicion-de-la-que-se-beneficiara-espana.html>
- Suodenniemi Assciaton. (2017-2018). *Digi-Hub for the Elderly People*. [Diapositivas de Power Point]. European Network for Rural Develoment.

[https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/project/attachments/gp\\_fi\\_di\\_github\\_elderly\\_web\\_je.pdf](https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/project/attachments/gp_fi_di_github_elderly_web_je.pdf)

Valverde-Berrocoso, J. (2016). La investigación en Tecnología Educativa y las nuevas ecologías del aprendizaje: Design-Based Research (DBR) como enfoque metodológico. *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*. <https://doi.org/10.6018/riite/2016/257931>

Varnai, P. (16 de noviembre de 2020). *La "Silver Economy" como oportunidad ante el Reto Demográfico*. [Resumen de la presentación de la conferencia]. Primer Congreso Europeo de Innovación social frente al Reto del Despoblamiento. [https://www.malaga.es/lanoria/3609/com1\\_md1/com1\\_md1\\_cd-349344/i-congreso-europeo-de-innovacion-social-frente-al-reto-del-despoblamiento-jornada-i](https://www.malaga.es/lanoria/3609/com1_md1/com1_md1_cd-349344/i-congreso-europeo-de-innovacion-social-frente-al-reto-del-despoblamiento-jornada-i)

Vicepresidencia Cuarta del Gobierno y Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2021). *Plan de Recuperación. 130 Medidas frente al Reto Demográfico*. Vicepresidencia Cuarta del Gobierno y Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. [https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/medidas-reto-demografico/plan\\_recuperacion\\_130\\_medidas\\_tcm30-524369.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/medidas-reto-demografico/plan_recuperacion_130_medidas_tcm30-524369.pdf)

Viejo, M. (23 de mayo de 2019). El pueblo de España que se transformó en una residencia de mayores. *EL PAÍS*. [https://elpais.com/politica/2019/05/21/actualidad/1558447360\\_907101.html?id\\_externo\\_rsoc=TW\\_CC](https://elpais.com/politica/2019/05/21/actualidad/1558447360_907101.html?id_externo_rsoc=TW_CC)

Zúñiga, M. (19 de Octubre de 2020). *SSPA elabora un mapa para mejorar la aplicación de las políticas contra la despoblación*. [Nota de prensa]. <http://sspa-network.eu/sspa-elabora-un-mapa-para-mejorar-la-aplicacion-de-las-politicas-contra-la-despoblacion/>

## 7. ANEXOS

### Anexo I. Cuestionario de la M2 y M3

#### Familiares

Muchas gracias por participar en este cuestionario, solo le llevara unos minutos y nos ayudara a obtener información muy valiosa para nuestra investigación acerca de la forma de comunicación entre familiares.

Lo que se busca con este cuestionario es conocer si tiene familiares mayores que vivan solos, cómo mantiene el contacto con dicho familiar, si le ayuda con las compras y si su familiar se encuentra dentro de algún servicio de ayuda.

Muchas gracias por su colaboración.

Información  
familiares

Con estas preguntas se pretende conocer su relación con sus familiares.

1. 1. ¿Tiene algún familiar mayor que viva solo?

*Marca solo un óvalo.*

Sí

No (Ha finalizado el cuestionario)

2. 2. ¿Cuántos?

\_\_\_\_\_

3. 3. ¿Qué le une a eso familiares?

*Selecciona todos los que correspondan.*

Son mis padres

Son mis tíos

Son mis abuelos

Otro:  \_\_\_\_\_

4. 4. ¿Qué edad tienen sus familiares?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Contacto

Con estas preguntas se pretende conocer cómo mantiene contacto con sus familiares que viven solos.

5. 5. ¿Cada cuánto contacta con sus familiares?

*Marca solo un óvalo.*

- Todos los días
- Semanalmente
- Cada dos semanas
- Mensualmente
- No hay ningún contacto

6. 6. ¿Cómo mantiene dicho contacto?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Cara a cara
- Por teléfono
- Por Whatsapp

Otro:  \_\_\_\_\_

**Ayuda a los  
familiares**

Con estas preguntas se pretende conocer si ayuda a sus familiares y en qué tareas.

7. 7. ¿Ayuda en alguna tarea de la vida diaria a alguno de sus familiares que vive solo?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

8. 8. ¿Cuáles son los principales motivos por los que ayuda a sus familiares?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- No pueden valerse por si mismos
- No tienen otro familiar que les ayude
- Mi familiar no dispone de medios para contratar a alguien que le ayude
- Me siento bien cuando ayudo a mis familiares
- No ayudo a ningún familiar

Otro:  \_\_\_\_\_

9. 9. ¿En qué actividades ayuda a sus familiares

*Selecciona todos los que correspondan.*

- La compra
- Ir al médico
- Realizar gestiones
- No ayudo a ningún familiar

Otro:  \_\_\_\_\_

10. 10. Si una de las tareas en las que ayuda a sus familiares es la compra, ¿qué suele comprar?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Productos de alimentación
- Productos de higiene
- Medicamentos
- Ropa

Otro:  \_\_\_\_\_

11. 11. Si ayuda a la compra, ¿cada cuánto lo hace?

*Marca solo un óvalo.*

- Semanalmente
- Cada dos semanas
- Mensualmente
- Otro: \_\_\_\_\_

12. 12. Si ayuda a la compra, ¿dónde la realizan habitualmente?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- En grandes superficies (Mercadona, Carrefour, etc.)
- En los comercios de la localidad
- En las páginas web de las grandes superficies

Otro:  \_\_\_\_\_

Servicios  
de  
ayuda

Con estas preguntas se pretende conocer si su familiar se encuentra dentro de algún servicio de ayuda ( servicio a domicilio, centro de día, actividades, etc.)

13. 13. ¿Sus familiares están dentro de algún programa para personas mayores? (Servicio a domicilio, actividades, centro de día, etc.)

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No

14. 14. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuál?

Selecciona todos los que correspondan.

- Servicio a domicilio  
 Centro de día  
 Catering  
 Actividades como aula de cultura, gimnasia, etc.

Otro:  \_\_\_\_\_

App

Imagina que existiera una app que ayudaría a tus familiares en la compra y que te informará de su estado físico y cognitivo.

Con esta app la autonomía personal de tus familiares podría aumentar puesto que serían ellos quienes gestionarían sus compras y complementar los servicios de ayuda, en el caso de que tengan alguno.

En definitiva, esta app aumentaría tu tranquilidad, al informarte del estado de tus familiares y de sus compras; e incrementaría su autonomía personal.

15. 15. Si existiera esta app, ¿le interesaría utilizarla? Valore en una escala del 0 al 10, siendo 0 "No me interesa nada" y 10 "Me interesa mucho".

Marca solo un óvalo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



16. 16. Indica los motivos por los que te interesaría la app. Valora en una escala del 0 al 10, siendo 0 "No me interesa nada" y 10 "Me interesa mucho". (Seleccione únicamente un número)

*Selecciona todos los que correspondan.*

	0	1	2	3	4	5	6	7
<b>Conocer el estado físico, cognitivo, etc.; de mis familiares en cualquier momento</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Mayor tranquilidad por saber cómo se encuentran mis familiares</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Ayudar a mis familiares en sus tareas diarias</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Complementar los servicios de ayuda de mis familiares</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Aumentar la autonomía personal de mis familiares</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Conocer las compras que realizan mis familiares</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Otros

---



---



---



---




---

18. 17. Indica los motivos por los que no te interesaría la app. Valora en una escala del 0 al 10, siendo 0 "No me interesa nada" y 10 "Me interesa mucho". (Seleccione únicamente un número)

*Selecciona todos los que correspondan.*

	0	1	2	3	4	5	6	7
<b>No la necesito, estoy conforme con la forma de contacto con mi familiar</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dificultad de uso, no estoy acostumbrado a usar apps</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>No considero que mi familiar quisiera usar esta app</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>No la considero útil, ya conozco el estado físico, cognitivo, etc., de mi familiar</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

< 

19. Otros

---

---

---

---

---

## COMERCIO RURAL

Muchas gracias por participar en este cuestionario, solo le llevara unos minutos y nos ayudara a obtener información muy valiosa para nuestra investigación acerca del comercio en el mundo rural.

Lo que se busca con este cuestionario es conocer cómo funciona su negocio y quiénes son sus clientes, la evolución que haya podido tener en los últimos 5 años y si realiza o no repartos a domicilio o venta ambulante y cómo lo hace.

Muchas gracias por su colaboración.

### COMERCIO RURAL

#### Información sobre su negocio

Con estas preguntas se pretende conocer su negocio.

1. 1. Indique el nombre de su empresa.

---

2. 2. ¿Cuántos años lleva abierto su negocio?

---

3. 3. ¿Dónde se encuentra?

*Marca solo un óvalo.*

- Medina de Rioseco  
 Villagarcía de Campos  
 Valdenebro de los Valles  
 Villalba de los Alcores  
 Villanueva de San Mancio  
 Montealegre  
 Torrehumos

4. 4. ¿Cuántos trabajadores tiene?

*Marca solo un óvalo.*

- 1-10  
 11-49  
 50-250  
 +250

5. 5. ¿Cuál es su horario comercial?

---

#### Información sobre sus clientes

Con estas preguntas se pretende conocer a sus clientes.

6. 6. ¿Cuál considera que es el rango de edad más habitual de sus clientes?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- 25-35
- 35-45
- 45-55
- 55-65
- 65-75
- +75

7. 7. En el día a día de su empresa, ¿cómo compran sus productos los clientes?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Cara a cara en el establecimiento
- Por teléfono
- Por Whateapp
- Por correo electrónico
- Por su página web

Otro:  \_\_\_\_\_

8. 8. ¿Cómo pagan habitualmente sus clientes?

*Marca solo un óvalo.*

- En efectivo
- Con tarjeta
- Otro: \_\_\_\_\_

**Evolución de su negocio en los últimos 5 años**

Con estas preguntas se pretende conocer los cambios que haya podido experimentar su negocio en los últimos 5 años.

9. 9. Con respecto a sus clientes, en los últimos 5 años, considera que ¿han aumentado o disminuido?

*Marca solo un óvalo.*

- Aumentado
- Disminuido
- Permanecen

**Reparto a domicilio y venta ambulante**

Con estas preguntas se pretende conocer si su negocio realiza repartos a domicilio, concretando cuánto se tarda en tramitar, los días que se realiza y el perfil de los clientes; de igual forma también se quiere conocer si realiza venta ambulante.

10. 10. ¿Cómo comercializa sus productos?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Venta en tienda
- Reparto a domicilio
- Venta ambulante

Otro:  \_\_\_\_\_

11. 11. Si realiza repartos a domicilio, ¿qué días? (Seleccione todas las opciones que considere oportunas)

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo
- No realizo repartos

12. 12. ¿Cuál considera que es el rango de edad de sus clientes a domicilio habituales? (Seleccione todas las opciones que considere oportunas)

*Selecciona todos los que correspondan.*

- 25-35
- 35-45
- 45-55
- 55-65
- 65-75
- +75
- No realizo repartos a domicilio

13. 13. Una vez se tramita el pedido, ¿cuánto tarda en llegar a los clientes?

*Marca solo un óvalo.*

- En el día
- De un día para otro
- De dos a más días
- Una semana
- No realizo repartos
- Otro: \_\_\_\_\_

14. Si realiza venta ambulante, ¿qué días? (Seleccione todas las opciones que considere oportunas)

Selecciona todos los que correspondan.

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo
- No realizo venta ambulante

15. ¿A qué localidades acude?

\_\_\_\_\_

16. Si realiza venta ambulante ¿se desplaza por el pueblo o existe un punto de encuentro para recoger los productos?

Marca solo un óvalo.

- Me desplazo por el pueblo
- Punto de encuentro
- No realizo venta ambulante
- Otro: \_\_\_\_\_

App

Imagine que existiera una app donde sus clientes pudieran contactarle rápidamente y en cualquier momento simplificándole la gestión de sus pedidos. Esta nueva forma de contacto le podría dar a conocer a nuevos posibles clientes tanto en su localidad como en otras, llegando a ampliar su negocio.

Con esta app podría ayudar a su comunidad, sobre todo a las personas mayores en una de las tareas diarias como es la compra, repartiendo los pedidos que realizan por la app. Además, de manera sencilla, podría informar de su estado a sus familiares si así lo quisiera.

En definitiva con esta app podría crear una red de comunicación entre usted, sus clientes y sus familiares de forma rápida y sencilla.

17. Si existiera esta app, ¿te interesaría utilizarla? Valora en una escala del 0 al 10, siendo 0 "No me interesa nada" y 10 "Me interesa mucho".

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
"No me interesa nada"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	"Me interesa mucho"

18. Indica los motivos por los que te interesaría la app. Valora en una escala del 0 al 10, siendo 0 "No me interesa nada" y 10 "Me interesa mucho".

*Selecciona todos los que correspondan.*

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Incremento de ventas</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fomento del comercio rural</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Competencia a las grandes superficies</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dar a conocer el propio negocio a otras localidades</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Impulsar el propio negocio en la propia localidad</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fomento del empleo de localidad</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Compromiso con la comunidad</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Aumentar la tranquilidad de los familiares de los clientes con algún tipo de dificultad motora, cognitiva, etc</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Establecimiento de una red de comunicación entre proveedores, clientes y familiares</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Otros

\_\_\_\_\_

20. 19. Indica los motivos por los que no te interesaría la app. Valora en una escala del 0 al 10, siendo 0 "No me interesa nada" y 10 "Me interesa mucho".

Selecciona todos los que correspondan.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No la necesito, estoy conforme con mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dificultad de uso, no estoy acostumbrado a usar apps	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inversión inicial, no tengo recursos para afrontarlos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No me gusta repartir a domicilio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pérdida de tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No quiero implicarme con la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No necesito establecer una red de comunicación entre mi negocio, mis clientes y sus familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Otros

Cuota

Con estas preguntas se pretende conocer su disponibilidad a pagar una cuota al mes por la app

22. 20. ¿Estaría dispuesto a pagar por esta app?

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No



23. 21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar al mes por la app?

\_\_\_\_\_

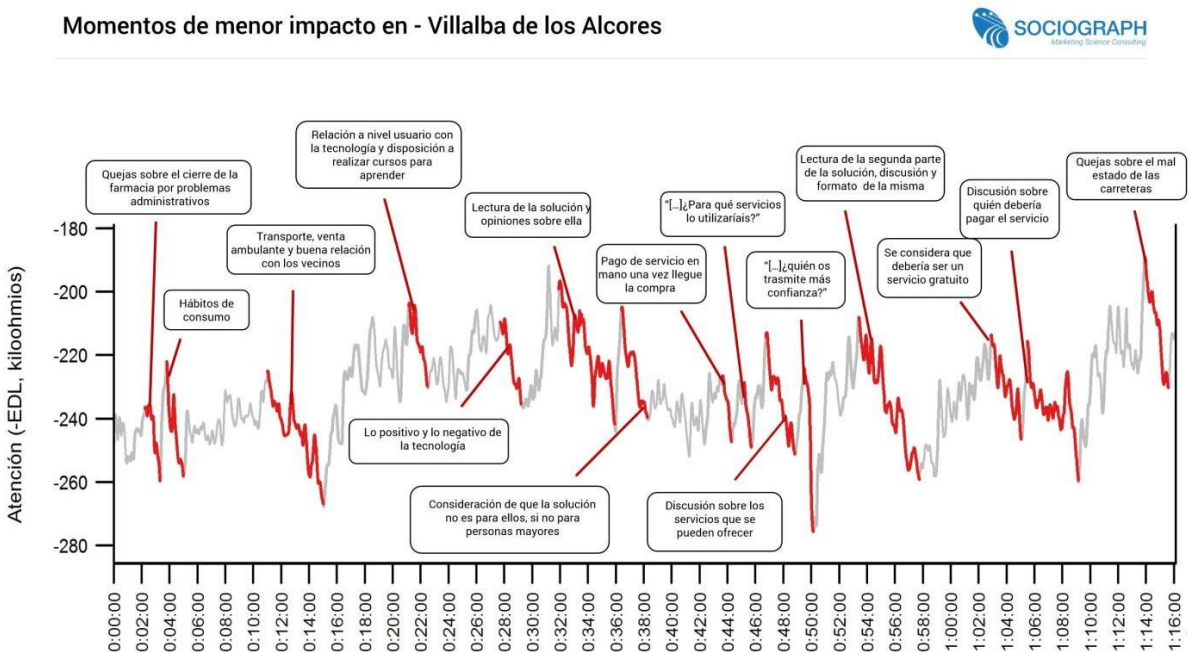
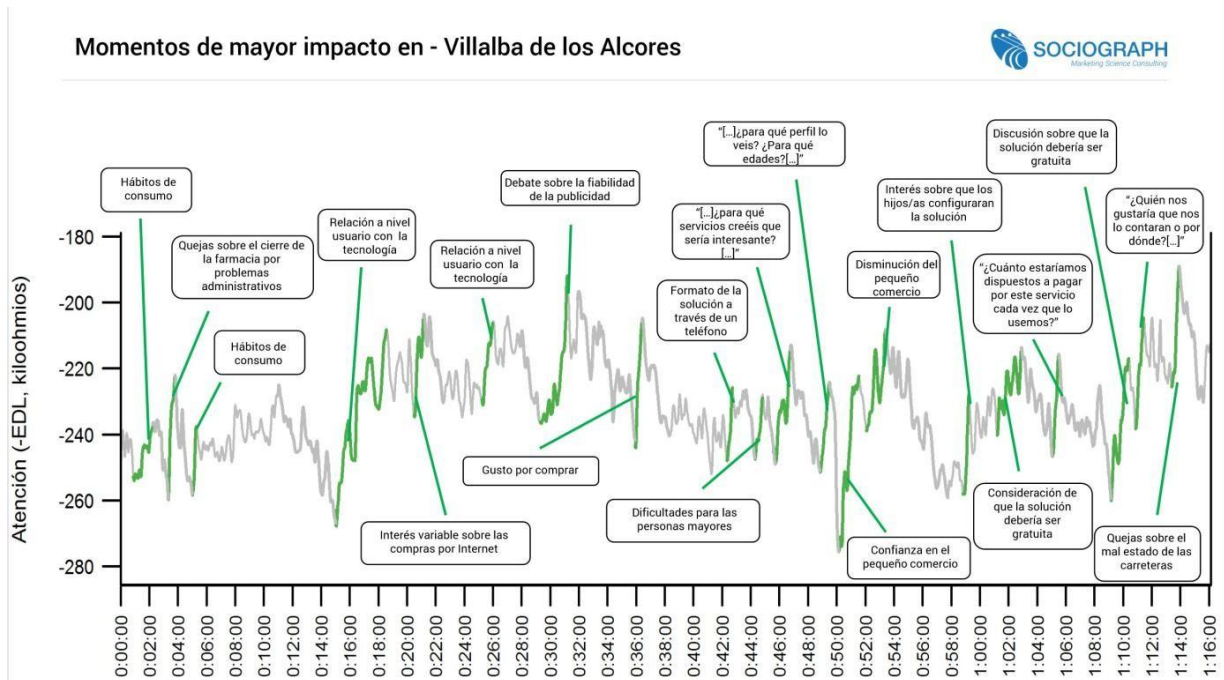
24. 22. ¿Qué condiciones deberían darse para que estuviera dispuesto a pagar una cuota de uso por la app? Señala todas aquellas condiciones que consideres.

*Selecciona todos los que correspondan.*

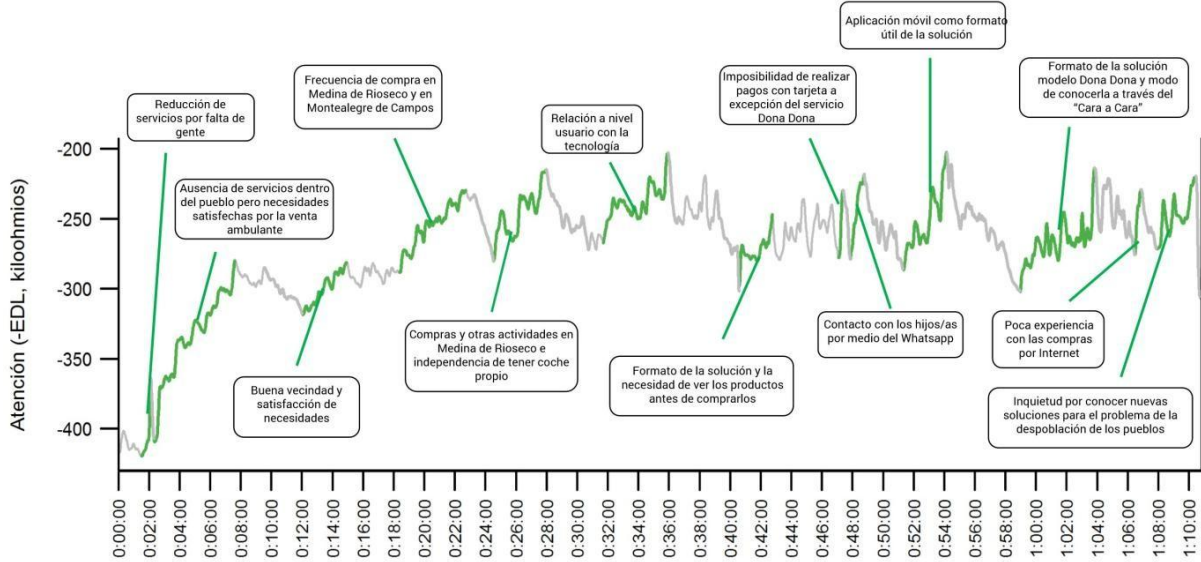
- Aumento de ventas
- Inversión rentable, puede incrementar los beneficios de mi negocio
- Simplicidad de uso
- Poder darme a conocer a nuevos clientes de mi localidad y de otras
- Comodidad para contactar con mis clientes
- Facilitarme la gestión de pedidos

Otro:  \_\_\_\_\_

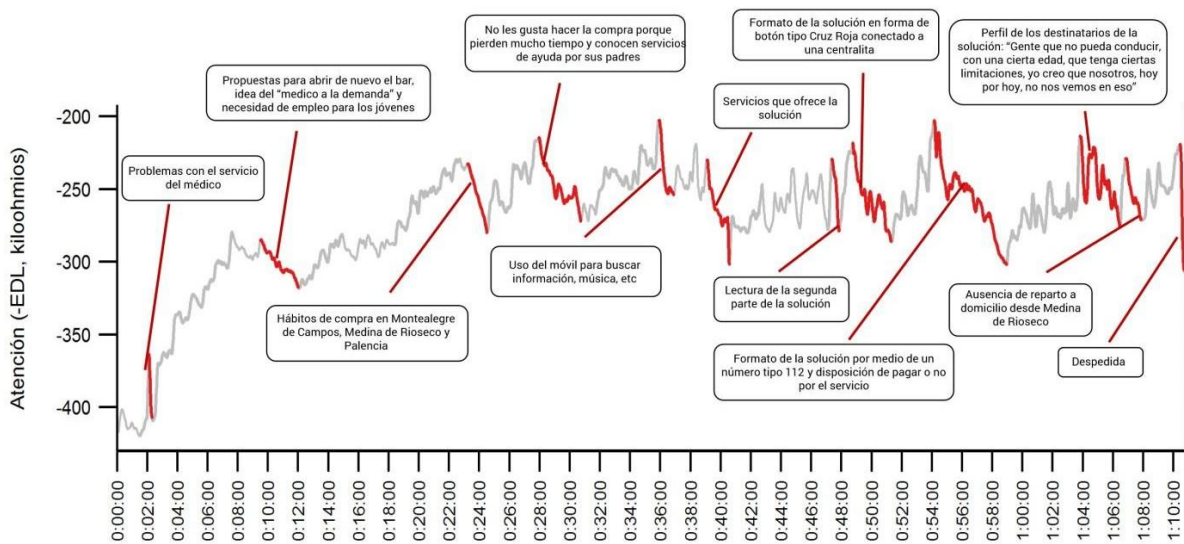
## Anexo II. Mediciones de la Tecnología Sociograph



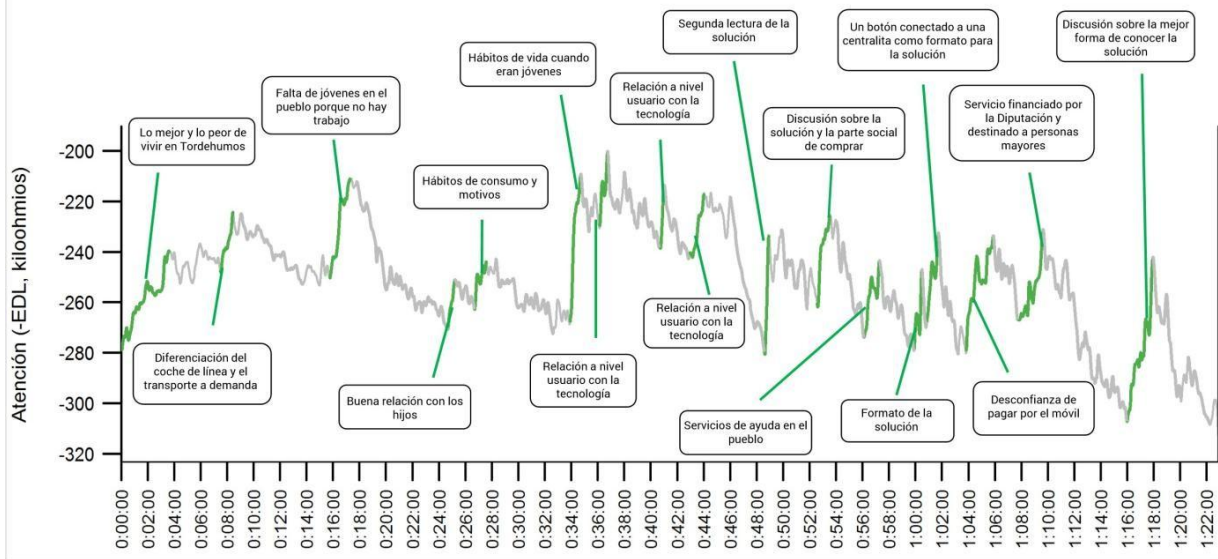
## Momentos de mayor impacto en - Montealegre



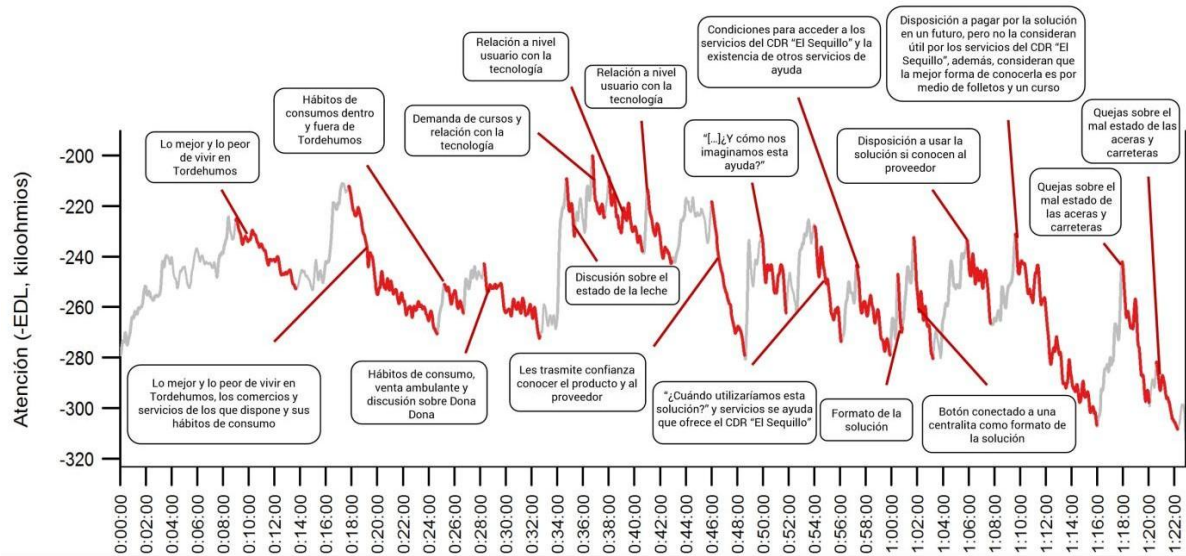
## Momentos de menor impacto en - Montealegre



## Momentos de mayor impacto en - Tordehumos

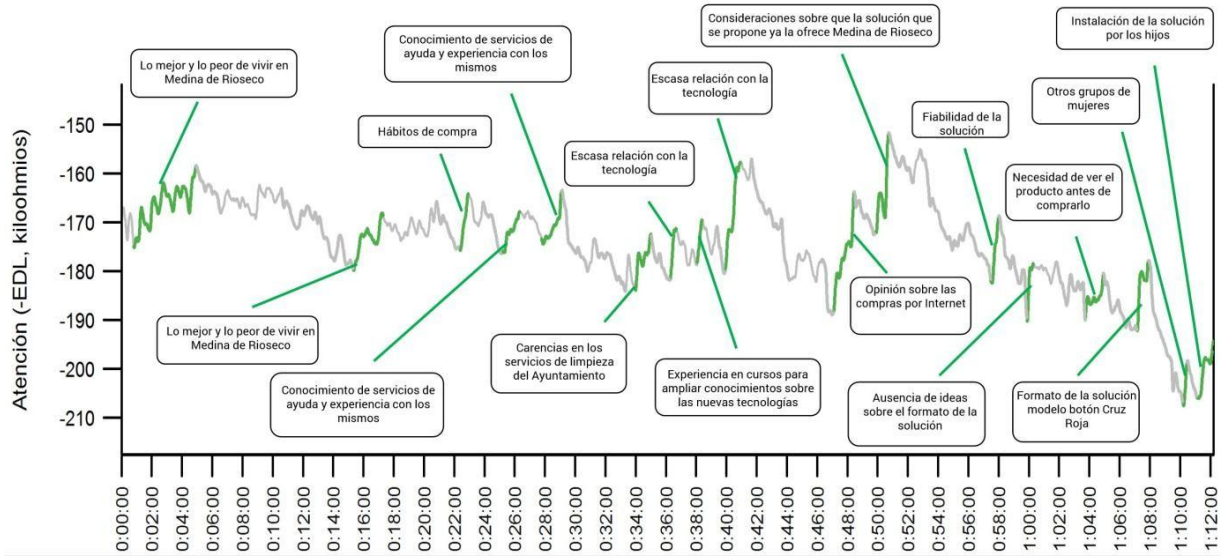


## Momentos de menor impacto en - Tordehumos

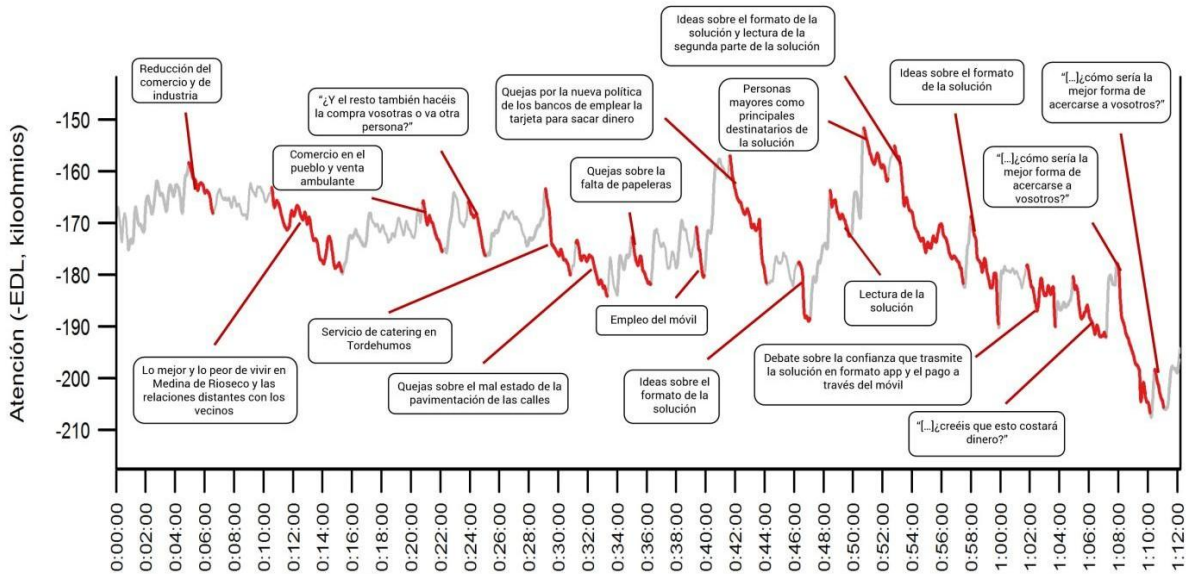




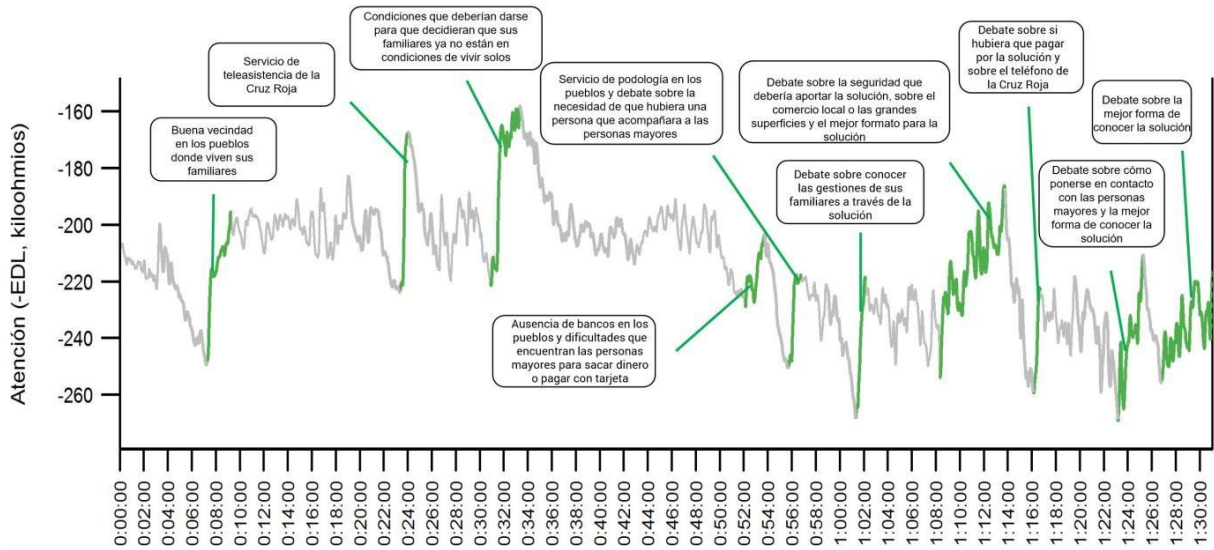
## Momentos de mayor impacto en - Medina de Rioseco



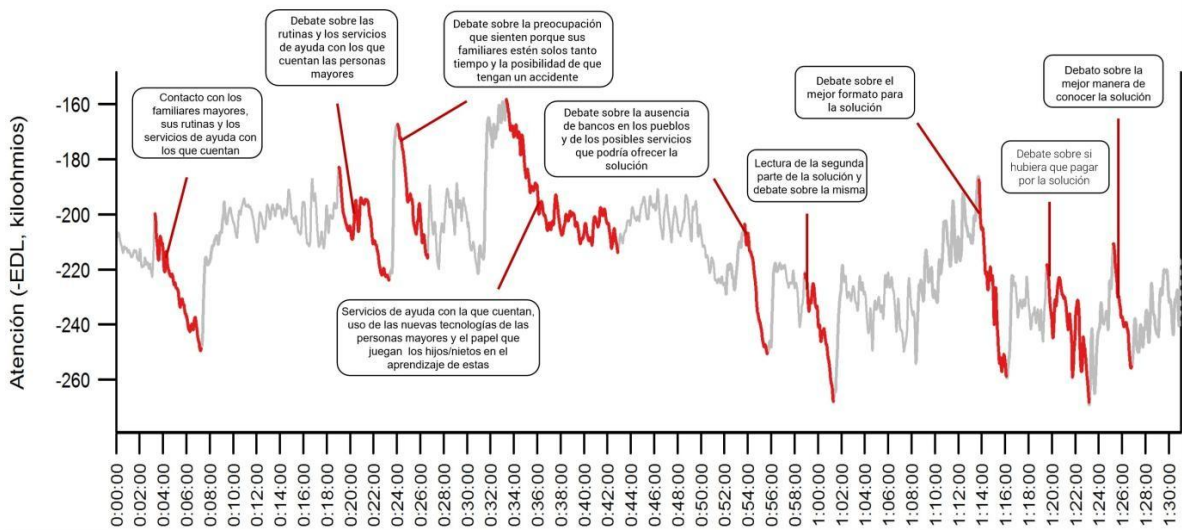
## Momentos de menor impacto en - Medina de Rioseco



## Momentos de mayor impacto en - Familiares



## Momentos de menor impacto en - Familiares



## **Anexo III. Guía de discusión para M1**

### **PARTE 1: PRESENTACIÓN (15')**

#### **PRESENTACIÓN**

Entrega de la POLÍTICA DE PRIVACIDAD: firmar la hoja de consentimiento y se explica dinámica:

- Buenas tardes a todos, me llamo... y mis compañeros son... (presentar a todos como equipo. Trabajamos para un instituto de investigación de mercados llamado Sociograph. Hacemos estudios de todo tipo, y hoy estamos interesados en conocer vuestras opiniones sobre cómo es el día a día en (nombre del pueblo) y qué servicios/comercios encontramos en él.
- Básicamente, lo que vamos a hacer es charlar, pero os vamos a pedir dos cosas, hablar todos pero de uno en uno por la grabadora.
- Lo primero os vamos a colocar este dispositivo (se explica el uso de la tecnología mientras se va colocando el dispositivo a cada participante).

Breve presentación por parte de cada uno de los participantes y conocer cómo es su día a día en (nombre del pueblo).

- Cómo viven (solos, en pareja, con hijos...)
- Reparto de tareas del hogar
- Contacto con familiares/amigos (sistemas de asistencia)

### **PARTE 2: NECESIDAD EN EL MERCADO 30'**

#### **RUTINAS/HÁBITOS DIARIOS:**

- ¿Pros y contras de vivir en el pueblo? ¿Qué condiciones se tendrían que dar para vivir siempre en el pueblo?
- ¿Qué servicios hay (nombre del pueblo)? ¿Y soléis ir? Sí/no ¿Por qué? ¿Cómo?

- ¿Os gusta ir hacer... (la compra, ir a la peluquería...)?
- Imaginad esos días que hace mucho frío y no os apetece salir de casa ¿Qué echaríais de menos de no hacer la compra? ¿Por qué? (Si no sale ¿es importante ver los productos antes de comprarlos?).
- ¿Hay algo que echáis de menos en (nombre del pueblo)?
- ¿Tenéis o sabéis de algún servicio de ayuda? Sí/no ¿Por qué? ¿Cuál?
- ¿Pros y contras de esos servicios?

### **PROBLEMAS A LOS QUE SE ENFRENTA EN SUS RUTINAS**

- ¿Cuándo vais a la compra, peluquería... os encontráis con algún problema? Sí/no ¿Cuál?
- ¿Algún otro problema que queráis comentar?
- ¿Y cómo creéis que se podría solucionar?
- ¿Y ese día que estás más pachucho...? ¿Qué haríais si necesitáis algo? ¿Por qué?

### **USO DE LA TECNOLOGÍA**

- ¿Qué tecnologías soléis usar (móvil/teléfono fijo/ tablet/ ordenador, TV...)? ¿Por qué? ¿Pros y contras?
- ¿Para qué soléis usarlo?
- ¿Tenéis alguna aplicación? Sí/no ¿Cuál? ¿Por qué?
- ¿Qué es lo que más os gusta de la tecnología? ¿Y lo que menos?

### **PARTE 3: IDEA – SOLUCIÓN 30'**

#### **PROYECTO**

Os cuento, se quiere desarrollar una solución para que os sea más fácil/cómodo hacer las compras desde casa. Esta solución os pondrá en contacto con aquel comercio donde queráis comprar y os llevará a casa lo que pidáis.



- ¿Qué os parece? ¿Por qué?
- ¿Ya lo conocíais/novedad? Sí/no ¿Dónde?
- ¿A quién se quiere dirigir?
- ¿Lo usaríais? (por tiempo en aprender y coste) ¿Por qué?
- ¿Y en que situaciones lo usaríais (grandes compras, fiestas...)?
- ¿En qué tipo de servicios le veis aplicación (farmacia, comercio...)?
- ¿Cómo os lo imagináis?
- ¿Creéis que cambiaría vuestra vida? ¿Cómo?
- ¿Os transmite confianza que os lleven los productos (vs engaño)?
- ¿Pros e inconvenientes?
- Si tuvierais que recomendarlo a vuestra vecina, ¿Cómo lo haríais?

¿Y si además vuestros familiares pudieran estar informados de estas actividades y vuestro estado de salud/necesidades?

- ¿Qué os parece ahora? ¿Por qué?
- ¿Y ahora a quién se quiere dirigir?
- ¿Cómo os lo imagináis ahora? ¿Igual que antes? ¿Diferente? ¿Por qué?
- ¿En qué gana? ¿En qué pierde?

#### **PARTE 4: FORMATO 30'**

- ¿En qué aparato/formato/soporte os lo imagináis? ¿Por qué?
- ¿Cómo creéis que sería el contacto con los proveedores (a través de Pictogramas, colores, audio...)?

#### **FORMATO APP**

¿Y si os digo que fuera una aplicación móvil/tablet?

- ¿Qué os parece? ¿Por qué?
- ¿A quién se dirige este formato?
- ¿Cómo os lo imagináis?
- ¿Cómo es el contacto (audio, botón, chat, llamada...)?
- ¿Lo veis útil en este formato? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Lo usaríais? Sí/no ¿Por qué?
- ¿De qué otra forma lo podrían hacer?

### **OTRO FORMATO**

- ¿Cómo sería? En caso de no tener opciones en el espontáneo, se dirá un mando
- ¿Cómo os lo imagináis?
- ¿Lo veis más útil en este formato? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Lo usaríais? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Qué mejora con este formato vs la APP del móvil?

### **PARTE 5: PRECIO Y COMUNICACIÓN DEL SERVICIO 10'**

#### **PRECIO**

- ¿Y creéis que habrá que pagar? Sí/no ¿Por qué?
- Si hubiera que pagar que lo desconozco ¿Cuál sería vuestro precio ideal?
- ¿Sería un servicio por el que pagaríais? Sí/no ¿Por qué?

#### **COMUNICACIÓN DE LA APP**

Pensad que tenemos el producto diseñado, ¿Cómo conocería la gente este producto? ¿En la TV, Radio, Médico...?

- ¿Quién podría recomendar/anunciar este producto?

- ¿Os transmite ese perfil confianza?
- ¿Cómo/dónde se debería transmitir?

## **PARTE 6: CIERRE 5'**

### **DESPEDIDA**

- ¿Algo más que queráis comentar?
- Despedida y agradecimiento a los participantes

## **Anexo IV. Guía de discusión para la M2**

### **PARTE 1: PRESENTACIÓN (15')**

#### **PRESENTACIÓN**

Entrega de la POLÍTICA DE PRIVACIDAD: firmar la hoja de consentimiento y se explica dinámica:

- Buenas tardes a todos, me llamo... y mis compañeros son...  
(presentar a todos como equipo. Trabajamos para un instituto de investigación de mercados llamado Sociograph. Hacemos estudios de todo tipo, y hoy estamos interesados en conocer vuestras opiniones sobre cómo es el día a día en (nombre del pueblo) y qué servicios/comercios encontramos en él.
- Básicamente, lo que vamos hacer es charlar, pero os vamos a pedir dos cosas, hablar todos pero de uno en uno por la grabadora.
- Lo primero os vamos a colocar este dispositivo (se explica el uso de la tecnología mientras se va colocando el dispositivo a cada participante).

Breve presentación por parte de cada uno de los participantes y conocer si tienen familiares mayores de los que se encargan.

- Cómo viven (solos, en pareja, con sus padres...) y dónde.
- Se encargan del cuidado de algún familiar que viva solo (padres, tíos). Características de esos familiares (edad, situación de salud...), relación y contacto con ellos.

### **PARTE 2: NECESIDAD EN EL MERCADO 30'**

## RELACIÓN CON FAMILIARES MAYORES QUE CUIDAN Y VIVEN SOLOS

- ¿Vosotros vivís cerca de vuestros familiares? Sí/No ¿Por qué?
- ¿Y tenéis contacto con vuestros familiares? Sí/No ¿Cómo?
- ¿Con qué frecuencia los visitáis?
- ¿Cómo se organizan vuestros familiares para realizar la compra y otras actividades? ¿Sabéis donde compran (localidad y comercios) y con qué frecuencia? ¿Os preocupa este tema como encargados de personas mayores?
- ¿Os suelen pedir ayuda con algo? ¿Y los ayudáis? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Cuándo vais a la compra, farmacia... soléis avisar a vuestros familiares por si necesitan algo? Sí/no
- ¿Tienen ayuda en casa? Sí/no ¿Quién?
- ¿Cómo actuaríais si vuestros padres tuvieran algún problema para hacer la compra?
- ¿Están vuestros familiares apuntados en algún servicio de ayuda? Sí/no ¿Cuál/es?
- Si vuestros familiares tienen algún servicio de ayuda, ¿cómo de importante es para vosotros que hagan actividades de la vida diaria de manera independiente?
- ¿Pros y contras de esos servicios?

## PROBLEMAS A LOS QUE SE ENFRENTAN VUESTROS FAMILIARES EN SUS RUTINAS

- ¿Algún problema con el que se suelen enfrentar vuestros familiares?
- ¿Y cómo creéis que se podría solucionar?
- ¿Qué apoyos estáis utilizando para que sigan viviendo de manera independiente? ¿Cuál creéis que sería necesario y no tenéis?

- ¿En qué situación no dejarías que vuestros familiares siguieran viviendo solos?

## USO DE LA TECNOLOGÍA DE SUS FAMILIARES

- ¿Qué tecnologías suelen usar (móvil/teléfono fijo/tablet/ordenador, TV....) vuestros familiares mayores? ¿Por qué? ¿Pros y contras?
- ¿Para qué suelen usarlo?
- ¿Tienen alguna aplicación en el móvil, tablet...? sí/no ¿Cuál? ¿Por qué? ¿Les ayudáis a usar APPs?
- ¿Qué es lo que más les gusta de la tecnología? ¿Y lo que menos?

¿Suelen realizar algún curso para saber usar la tecnología?

## PARTE 3: IDEA-SOLUCIÓN

### PROYECTO

Os cuento, se quiere desarrollar una solución para facilitar la comunicación de las personas mayores con sus principales servicios de primera necesidad. Es decir, esta solución les pondrá en contacto con aquel comercio o servicio que suelen utilizar para ayudarles en sus actividades diarias:

- Impresiones: ¿Qué os parece? ¿Por qué?
- ¿Ya lo conocíais/novedad? Sí/no ¿Dónde?
- ¿A quién se quiere dirigir?
- ¿Lo usarían vuestros familiares mayores? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Y en que situaciones lo usaríais (grandes compras, fiestas...)?
- ¿En qué tipo de servicios le veis aplicación (farmacia, comercio...)?
- ¿Cómo os lo imagináis?
- ¿Creéis que cambiaría su vida? ¿Cómo?
- ¿Os transmite confianza que os les lleven los productos (vs engaño)?
- ¿Pros e inconvenientes?

¿Y si además vosotros podéis estar informados de estas actividades y su estado de salud/necesidades?

- ¿Qué os parece ahora? ¿Por qué?
- ¿Y ahora a quién se quiere dirigir?
- ¿Cómo os lo imagináis ahora? ¿Igual que antes? ¿Diferente? ¿Por qué?
- ¿En qué gana? ¿En qué pierde?
- ¿Cómo veis de necesaria vuestra participación para que vuestro mayor participe en la aplicación?
- ¿Algún aspecto que consideréis que esta aplicación no cubre?

Propuesta: ¿Vosotros se lo configuraríais?

#### **PARTE 4: FORMATO**

¿En qué aparato/formato/soporte os lo imagináis? ¿Por qué?

¿Cómo creéis que sería el contacto con los proveedores (a través de Pictogramas, colores, audio...)?

#### **FORMATO APP**

¿Y si os digo que fuera una aplicación móvil/tablet?

- ¿Qué os parece? ¿Por qué?
- ¿Se dirige este formato a vuestros familiares mayores? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Cómo os lo imagináis?
- ¿Cómo es el contacto (audio, botón, chat, llamada...)?
- ¿Lo veis útil en este formato? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Lo usaríais/an? si/no ¿por qué? Si uno de los motivos de no uso es por falta de conocimiento preguntar si la usarían si alguien especializado les enseñara

- ¿De qué otra forma lo podrían hacer?
- ¿Cuántas veces creéis que lo usarían (semana, mes)? ¿Creéis que habría diferencias en función de la época del año?

## OTRO FORMATO

- ¿Cómo sería? En caso de no tener opciones en el espontáneo, se dirá un mando ¿Cómo os lo imagináis?
- ¿Lo veis más útil en este formato? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Lo usaríais/an? Sí/no ¿Por qué?
- ¿Qué mejora con este formato vs la APP del móvil o tablet?
- 

## PARTE 5: PRECIO Y COMUNICACIÓN DEL SERVICIO 10'

### PRECIO

- Y creéis que habrá que pagar? Sí/no ¿Por qué?
- Si hubiera que pagar que lo desconozco ¿Quién debería pagar (usuario, comercios,...)?
- Si hubiera que pagar ¿Cuál sería vuestro precio ideal?
- ¿Sería un servicio por el que pagaríais? Sí/no ¿Por qué? ¿Qué preferiríais un pago mensual fijo o proporcional por cada compra?

### COMUNICACIÓN DE LA APP

- Pensad que tenemos el producto diseñado, ¿a quién creéis que se debe ofrecer (a vosotros o a vuestros familiares)?
- ¿Cómo os gustaría conocer que existe? ¿En la TV, Radio, médico, familiares...?
- ¿Y quién os gustaría que os lo recomendara?
- ¿Os transmite ese perfil confianza? Sí/no ¿Por qué?



- ¿Cómo/dónde se debería transmitir?

## **PARTE 6: CIERRE**

### **DESPEDIDA**

- ¿Algo más que queráis comentar antes de irnos?
- Despedida y agradecimiento a los participantes

## **Anexo V. Entrevista a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural**

1. ¿Cómo definiría el medio rural?
2. Hace 10 años: ¿Cómo recuerda que era el medio rural?
3. En relación con el reto demográfico, la España vacía... ¿Conoce algún programa o acción/medida que se esté aplicando en el medio rural con resultados interesantes?
4. ¿España es un buen “país para viejos” como dice la película? ¿Considera que los gobiernos (tanto central como autonómicos) preparan los espacios o lugares que albergan o vayan a albergar a las personas mayores?
5. ¿Envejecimiento en positivo o en negativo?
6. ¿Cuál es la situación actual de nuestros mayores en el medio urbano? Y ¿En el medio rural?
7. A las personas mayores: ¿Se les garantiza una atención asistencial y sanitaria adaptada a sus necesidades inmediatas y futuras? ¿Hay diferencias entre el llamado mundo rural y el urbano en este sentido?
8. ¿Se está haciendo algo por las personas mayores, tanto en lo público como en lo privado? Y ¿Ellos hacen algo por ellos mismos?
9. Describa el día a día, en un pueblo cualquiera, de una persona mayor, en invierno y en verano. (Indique cuántos habitantes aproximadamente tiene ese pueblo en el que se inspira)
10. ¿Cómo describiría y qué tendría que tener un pueblo amable con las personas mayores?
11. ¿Cómo considera que será el medio rural en diez años?
12. ¿Qué ha puesto de manifiesto la pandemia en estas zonas?
13. Podría nombrarme 2 o 3 de sus referentes en los temas anteriormente tratados.

## **Anexo VI. Enlaces de las grabaciones de las entrevistas a personas especialistas en el medio rural y a las personas mayores que viven en el medio rural**

Por medio de los siguientes enlaces pueden acceder a las grabaciones de las entrevistas hasta el día de la lectura de este TFM:

1. Manuel Campo Vidal: <https://drive.google.com/file/d/11e13De-avfY4o6T8qLtuXtTjXJD0ubZw/view?usp=sharing>
2. Lidia Díaz: [https://drive.google.com/file/d/1c5KP-cpTRYHSvdMd86nCuM9au\\_3H-Z7B/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1c5KP-cpTRYHSvdMd86nCuM9au_3H-Z7B/view?usp=sharing)
3. Javier Paniagua: [https://drive.google.com/file/d/1-TsRtSBXUgU4Ek\\_ijryupoh34KsEaoL/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1-TsRtSBXUgU4Ek_ijryupoh34KsEaoL/view?usp=sharing)
4. Raúl Santos: <https://drive.google.com/file/d/1J-yFbN9aYG3GT2OUOxBncUps-1dRkehk/view?usp=sharing>
5. Resurrección Hernández: <https://drive.google.com/file/d/1nQhulUakXgFarhc716y-v6uIeb5wNzOd/view?usp=sharing>
6. Laura Gascón: [https://drive.google.com/file/d/15VolDFmMfKBwrL7dwj\\_TWcTHQ0kd\\_xZ7/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/15VolDFmMfKBwrL7dwj_TWcTHQ0kd_xZ7/view?usp=sharing)
7. Juan Prieto: <https://drive.google.com/file/d/1CPk4N-AnvzTeHuhUkEoz60PqYvIaj5CA/view?usp=sharing>
8. Ana Isabel Sánchez: <https://drive.google.com/file/d/1twOtXEcu8GXObc23kqTE7yAWDJwkosH2/view?usp=sharing>
9. Virginia Hernández: <https://drive.google.com/file/d/1fHkuwI0P9dwel623CjfdcwToFmcgerhu/view?usp=sharing>

10. Esmeralda

Martínez:

<https://drive.google.com/file/d/1TiG6HwXlzMWozBb2uIfjtPVhomg2bo25/view>