

The logo features a stylized orange figure with arms raised, resembling a person or a plant, positioned to the left of the text. The text 'Green Up' is in a bold, green, sans-serif font, and 'Yourself' is in a bold, orange, sans-serif font. A green leaf is attached to the end of the word 'Yourself'.

Green Up Yourself

Training needs in Green Competences
and Entrepreneurship for the European
young rural population



Co-funded by
the European Union

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVOS DEL PROYECTO	4
3. METODOLOGÍA.....	4
4. ESTADO DE LA CUESTIÓN	6
4.1. EL EMPLEO VERDE EN EUROPA, ORIGEN Y DEFINICIÓN.....	6
4.2. OPORTUNIDADES DE EMPRENDIMIENTO VERDE ENTRE LA JUVENTUD EUROPEA Y EN LOS ENTORNOS RURALES	7
4.2.1. EL EMPRENDIMIENTO ENTRE LA JUVENTUD EUROPEA	7
4.2.2. EL EMPRENDIMIENTO JOVEN Y VERDE EN ENTORNOS RURALES	10
4.3. NECESIDADES FORMATIVAS PARA EL EMPLEO Y EL EMPRENDIMIENTO VERDE.	11
5. RESULTADOS.....	14
5.1. NICHOS DE EMPLEO VERDE Y OFERTA FORMATIVA	14
5.1.1. NICHOS DE EMPLEO VERDE DETECTADOS EN EL ÁMBITO DEL CLIMA Y REDUCCIÓN DEL RIESGO DEL CAMBIO CLIMÁTICO	15
5.1.2. NICHOS DE EMPLEO VERDE DETECTADOS EN EL ÁMBITO DE LA BIODIVERSIDAD	16
5.1.3. NICHOS DE EMPLEO VERDE TRANSVERSALES	17
5.1.4. OFERTA FORMATIVA EN EL ACCESO A NICHOS DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO VERDE	18
5.2. BUENAS PRÁCTICAS EMPRENDEDORAS DETECTADAS	19
5.3. NECESIDADES FORMATIVAS Y OPORTUNIDADES VERDES PARA LA POBLACIÓN JOVEN RURAL	20
5.3.1. NECESIDADES FORMATIVAS DE LA JUVENTUD RESIDENTE EN ENTORNOS RURALES PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS VERDES Y EMPRENDEDORAS	20
5.3.2. NECESIDADES DE SERVICIOS PARA LA POBLACIÓN JOVEN RURAL EN RELACIÓN A LA FORMACIÓN PARA ACCEDER AL EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO VERDE	30
5.3.3. LA NECESIDAD DE PROMOCIONAR EL EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO VERDE ENTRE EL COLECTIVO JOVEN RURAL	34
6. CONCLUSIONES.....	41
7. RECOMENDACIONES PARA SATISFACER NECESIDADES FORMATIVAS DE LA POBLACIÓN JOVEN RURAL.....	42
ANEXO I: FORMACIONES QUE HABILITAN PARA EMPRENDER VERDE Y EL DESEMPEÑO DE EMPLEOS VERDES	52
ANEXO II: BUENAS PRÁCTICAS DE EMPRENDIMIENTOS VERDES DETECTADAS	55

GREEN UP YOURSELF
Erasmus+ Project:
2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446



The project Green Up Yourself is co-funded by the Erasmus+ programme of the European Union. The content of this presentation is the sole responsibility of the partnership and neither the European Commission nor the Spanish National Agency (ANE) is responsible for any use that may be made of the information contained therein.

1. INTRODUCCIÓN

El proyecto Green Up Yourself, se encuentra enmarcado en el programa “Erasmus +”. Su objetivo final es **impulsar la capacidad emprendedora y la empleabilidad de las personas jóvenes residentes en entornos rurales en la Unión Europea (UE)**.

El proyecto, que contempla la elaboración de un programa formativo dirigido a promover la empleabilidad de la población joven rural en el empleo verde, parte de la realización de una investigación cuyos resultados se presentan en este informe.

Así pues, **el objetivo del presente estudio es identificar las necesidades formativas en relación a las competencias descritas por los marcos europeos de competencias verdes (GreenComp) y emprendedoras (EntreComp) entre la población joven rural, recopilar Buenas Prácticas sobre emprendimiento verde e identificar nichos de empleo verde en cada uno de los países participantes.**

El proyecto liderado por España a través de la Fundación Santa María la Real (FSMLR) cuenta con la participación de cinco entidades distribuidas en diferentes países miembros de la UE que son: Chipre (CARDET)¹, Eslovenia (STEP)², Grecia (IED)³, Italia (CIAPE)⁴, Macedonia del Norte⁵ (LAG)⁶, países sobre los que se ha realizado la presente investigación y cuyas entidades han participado en la recopilación de la información obtenida.

Este documento recopila los objetivos del proyecto en el apartado número dos, seguido de la metodología empleada que se detalla en el tercer apartado; el cuarto presenta el estado de la cuestión en torno al empleo y emprendimiento verde joven y rural y las necesidades de formación latentes; el quinto apartado reflejan los resultados obtenidos, subdivididos a su vez en tres apartados; el sexto concluye con los principales hallazgos de la investigación y finalmente el último apartado presentan las recomendaciones a tener en cuenta para la elaboración del programa formativo.

¹ Centre for Advancement of Research and Development in Educational Technology LTD-CARDET.

² STEP Institut, zavod za psihologijo dela in podjetnistvo.

³ Institute of Entrepreneurship Development.

⁴ CIAPE - Centro Italiano per l'apprendimento permanente.

⁵ Según el Consejo de la Unión Europea, Macedonia del Norte se encuentra en proceso de adherirse a la UE y desde diciembre de 2005 cuenta con la condición de país candidato. <https://bit.ly/471a4zz>

⁶ LAG Agro Lider Krivogastani.

2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

El Objetivo General del proyecto Green Up Yourself es "Impulsar la capacidad emprendedora y la empleabilidad de las personas jóvenes residentes en entornos rurales en la Unión Europea a través de la capacitación en competencias verdes y emprendedoras, así como a través del fomento del emprendimiento verde".

Concretamente, el presente informe tiene como fin dar respuesta al **Objetivo Específico n.º1** que consiste en "**Identificar necesidades formativas, nichos de empleo verde y buenas prácticas relacionadas con el empleo verde en la Unión Europea**" para, posteriormente, elaborar un Módulo de capacitación dirigido a jóvenes residentes en entornos rurales y promocionar su empleabilidad y emprendimiento verde en la UE.

Este programa formativo se nutrirá de la investigación aquí presentada, que incluye un "Estado de la Cuestión" actualizado del empleo y emprendimiento verde en los seis países miembros de la UE participantes. Además, ayudará a determinar los contenidos que deban conformar las unidades didácticas de dicho programa formativo y pondrá sobre la mesa las iniciativas innovadoras relacionadas con el empleo y el emprendimiento verde.

3. METODOLOGÍA

Para la consecución de este objetivo, se ha empleado una **metodología mixta** compuesta por varias técnicas que aúnan la revisión de fuentes secundarias y métodos de carácter tanto cuantitativo como cualitativo, que se han dividido en las siguientes fases:

1. Fase de revisión de fuentes secundarias:

Primero, se realizó un estudio previo sobre la situación actual del empleo verde en Europa y las características emprendedoras de los países miembros del proyecto para, finalmente, revisar sobre la literatura las oportunidades que ofrece el emprendimiento joven, verde y en entornos rurales. En total, se han revisando **83 referencias bibliográficas**. Y, en segundo lugar, tras esta revisión, **se han identificado nichos emergentes el empleo verde y las posibles formaciones para acceder a los mismos, que fueron complementados posteriormente con la información obtenida de las entrevistas**.

2. Fase de recopilación de buenas prácticas:

Las entidades pertenecientes al proyecto han **recopilado un total de 68 buenas prácticas de negocios verdes**⁷, entre las cuales se ha considerado iniciativas promovidas por jóvenes y/o implementadas en zonas rurales.

3. Fase de análisis cuantitativo:

Una vez analizado el contexto del empleo y emprendimiento verde joven y rural en los seis países miembros de la UE partícipes del proyecto, se procedió a la implementación de las técnicas de carácter cuantitativo, **realizando un total de 4**

⁷ Para ser considerados negocios "verdes", deben dedicarse a una o más de las siguientes actividades, siguiendo la definición de la OIT (2016): aumentar la eficiencia del consumo de energía y materias primas; contribuir a limitar las emisiones de gases de efecto invernadero; minimizar los residuos y la contaminación; y, contribuir a proteger y restaurar los ecosistemas.

encuestas a diferentes perfiles y alcanzando a un total de 430 participantes: 322 jóvenes procedentes de entornos rurales⁸, 14 empresas pertenecientes a sectores verdes, 71 profesionales que trabajan con población joven y rural y 23 profesionales pertenecientes a la administración pública y del tercer sector⁹.

4. Fase de análisis cualitativo:

En cuarto lugar, con el fin de profundizar en la información detectada previamente, se han realizado **32 entrevistas:** 12 a jóvenes rurales; 11 a profesionales que trabajan con población joven rural o con interés por trabajar en zonas rurales; y, 9 a empresas verdes cuyas actividades principales están relacionadas con el cuidado del planeta.

5. Fase de análisis final:

Por último, se ha triangulado la información obtenida a través de las diferentes metodologías de investigación para reproducir este análisis en la sección de resultados. Y se ha procedido a la redacción del presente informe, concluyendo con un conjunto de recomendaciones a seguir para la elaboración del posterior módulo de capacitación.

4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

4.1. EL EMPLEO VERDE EN EUROPA, ORIGEN Y DEFINICIÓN

La intensificación de los efectos del cambio climático a nivel global ha promovido cada vez mayores compromisos políticos dedicados a preservar la biodiversidad y frenar la degradación del medio ambiente. En 2015, se adoptó a nivel internacional el Acuerdo de París, un tratado comprometido a frenar y reducir la temperatura media global (Naciones Unidas, 2015) y, desde ese entonces, **reducir el número de emisiones de gases efecto invernadero (GEI) se ha convertido en una prioridad para Europa**, donde se han desarrollado diversas directivas y reglamentos con el objetivo de liderar la transición energética hacia un mayor uso de energías renovables, **comprometiéndose a alcanzar la neutralidad climática para 2050** (Comisión Europea, 2019).

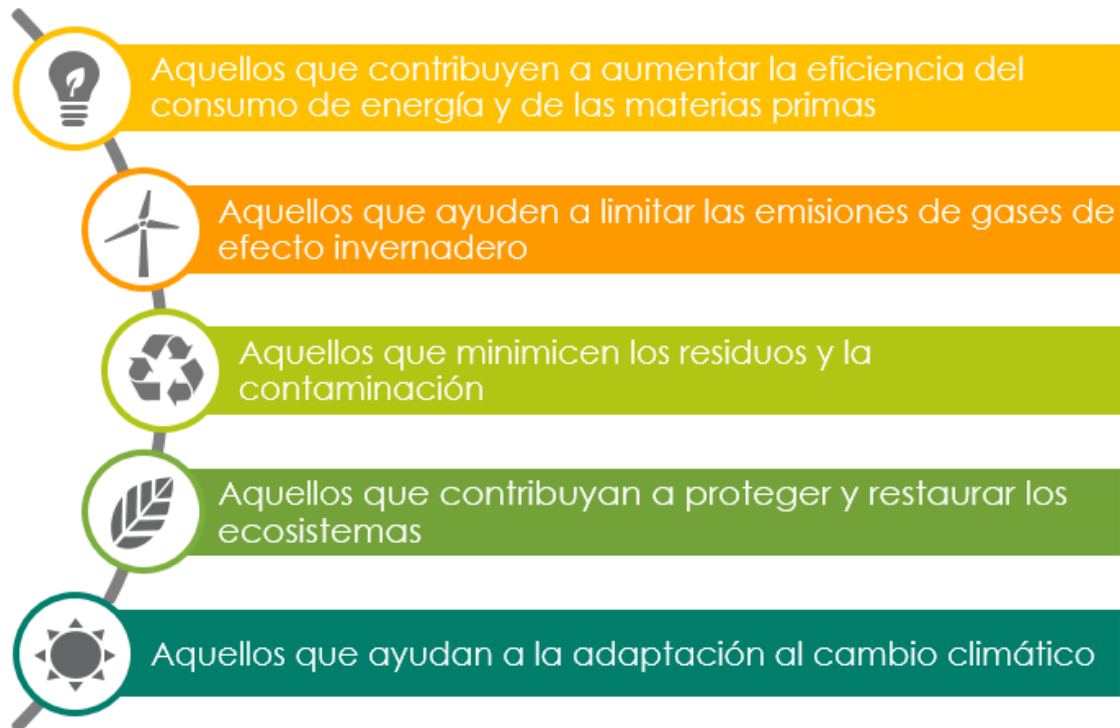
Este contexto ha impulsado, durante las dos últimas décadas, el **surgimiento de nuevos empleos enfocados a alcanzar y contribuir a un desarrollo más sostenible**, conocidos popularmente como **“empleos verdes”**. Actualmente, no existe una definición unificada sobre lo que se considera un empleo verde, pero sí en cuanto a las actividades que están involucradas en él. Instituciones como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) identifican el empleo verde como aquellos que contribuyen a alcanzar un desarrollo sostenible, es decir, aquellos

⁸ Para la selección de la población rural, se ha seguido la clasificación “DEGREE of URbanisation” (DEGURBA), identificando a aquellos/as jóvenes residentes en las categorías 2 y 3, es decir, aquellos/as que residen en áreas de densidad intermedia (donde menos del 50% de la población vive en celdas rurales y menos del 50% en clústeres de alta densidad); y áreas escasamente pobladas (donde más del 50% de la población vive en celdas rurales) (Eurostat, 2022).

⁹ Nota aclaratoria: Las encuestas fueron traducidas del inglés por cada entidad a su idioma nacional, a excepción de Italia y Eslovenia, donde las encuestas fueron distribuidas en inglés. En el caso de Chipre, las encuestas fueron traducidas al griego.

“empleos decentes que contribuyen a preservar y restaurar el medio ambiente” (OIT, 2016:1). Estos empleos pueden ubicarse tanto entre los sectores tradicionales, como la manufactura o la construcción, o en nuevos sectores emergentes, como las energías renovables y la eficiencia energética (PNUMA, 2008). Por tanto, **en el contexto de este proyecto, se han considerado como empleos verdes todos aquellos, independientemente del sector en el que se ubiquen, que permitan la realización de una o varias de las actividades que contempla la OIT (2016) presentadas en la figura 1:**

Figura 1. Listado de empleos verdes



Fuente: elaboración propia

A nivel internacional, **se han creado decenas de millones de empleos verdes y se espera aún un mayor crecimiento del mismo** (PNUMA, 2011), pudiendo crear hasta un total de 24 millones de trabajos para 2030 a nivel global (OIT, 2018). El Pacto Verde Europeo (Comisión Europea, 2019) establece que la transición hacia una nueva economía descarbonizada debe ser justa, especialmente para aquellos colectivos afectados negativamente por la transición y aquellos ubicados en áreas geográficas más vulnerables, como las zonas rurales (OIT, 2018).

4.2. OPORTUNIDADES DE EMPRENDIMIENTO VERDE ENTRE LA JUVENTUD EUROPEA Y EN LOS ENTORNOS RURALES

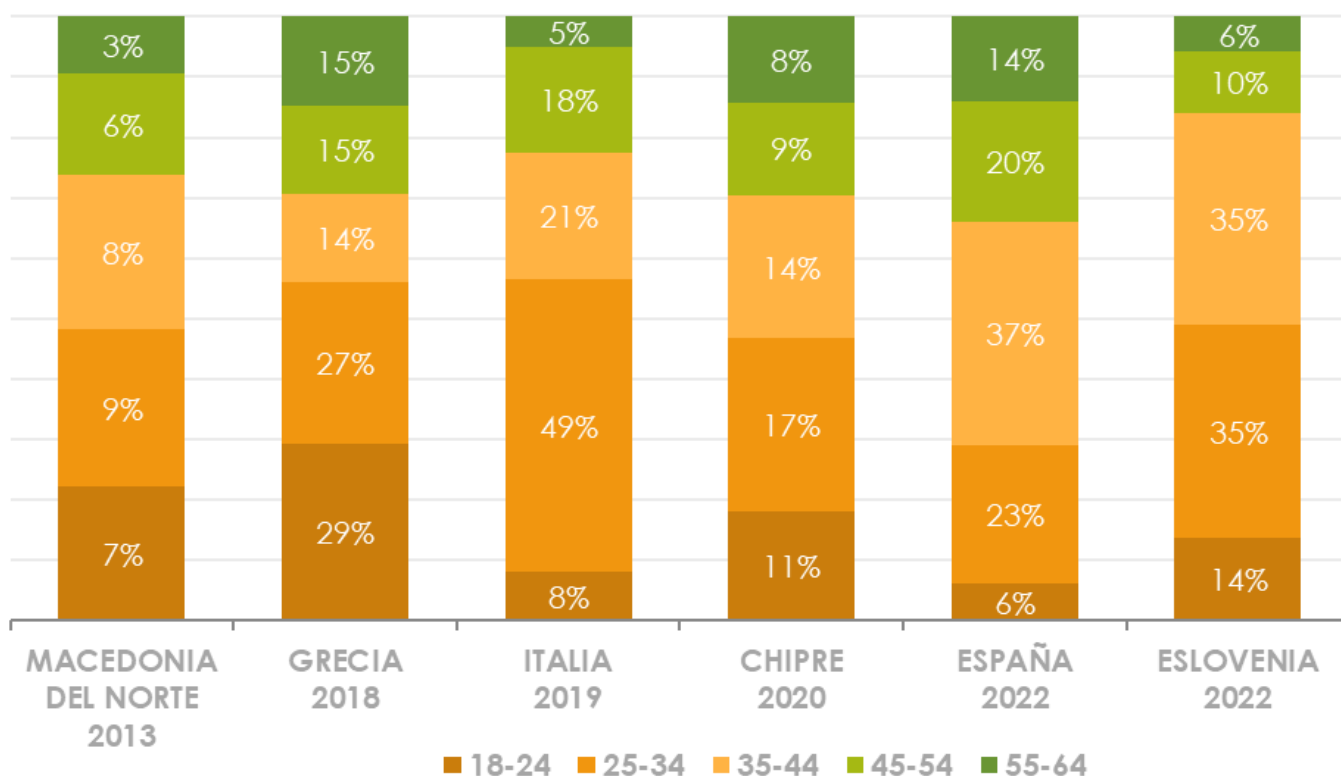
4.2.1. EL EMPRENDIMIENTO ENTRE LA JUVENTUD EUROPEA

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el mayor referente en cuanto al estudio del estado del emprendimiento a nivel global, el emprendimiento se refiere a aquel proceso en el que una persona se convierte en propietaria, copropietaria o fundadora de una o varias empresas que hayan persistido en el mercado por un periodo comprendido entre los 0 y 42 meses (3,5 años) (GEM, 2023a). De esta forma, el **emprendimiento verde es entendido como la fundación de un negocio dedicado a preservar y/o restaurar el medio ambiente**. Los perfiles emprendedores son muy diversos y se refiere a aquellas personas que se encuentran en las fases iniciales de consolidación de una empresa (Díaz-Catalán y Díaz-Chorne, 2016).

Según GEM, **la iniciativa emprendedora se encuentra relacionada con factores relativos a las características del individuo, por un lado, y a las condiciones favorables que ofrece el entorno, por otro** (GEM, 2023b) y será en función de las herramientas e instrumentos desplegados por el Gobierno, que esta actividad empresarial alcanzará un mayor o menor desarrollo (González-Morales et al., 2020). En lo que respecta a las características del individuo, el perfil del/a emprendedor/a joven se caracteriza por su mayor entusiasmo y conocimiento de las nuevas tendencias y tecnologías, aun disponiendo de un menor conocimiento y experiencia en el mundo empresarial (GEM, 2023a); sus motivaciones se encuentran más vinculadas a motivos no monetarios, como el deseo de autonomía, autorrealización, utilidad y valía (Soto-Simeone y Kautonen, 2020). En lo que se refiere a las condiciones aportadas por el contexto, en Europa existen diversas líneas de actuación para fomentar el emprendimiento motivadas por la **Estrategia Europea 2020** (Comisión Europea, 2010) que, en colaboración con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), incluyen líneas de financiación para que los países miembros de la Unión Europea mejoren sus políticas y medidas de apoyo al emprendimiento. **La microfinanciación ha sido hasta el momento uno de los instrumentos europeos más importantes para estimular la creación de empresas** (González-Morales et al., 2020) **y determinados colectivos, como la población joven o las mujeres, cuentan con líneas de financiación específicas para impulsar un emprendimiento joven y equitativo** (Comisión Europea, 2010).

Sin embargo, existen diferencias reseñables sobre la situación del emprendimiento entre los países miembros de la UE, siendo **más favorables aquellas líneas de actuación presentes en países pertenecientes a la zona euro** (Serrasqueiro et al., 2018; González-Morales et al., 2020). Según el último informe publicado por GEM, en términos generales, **la población joven entre 18 y 35 años presenta más probabilidades de emprender nuevos negocios**, con una Tasa de Actividad Empresarial Temprana (TEA) superior a la población entre 35 a 64 años en 37 de las 49 economías de la UE. Esta situación **sitúa a aquellos países con mayor presencia de población joven en situaciones más ventajosas para emprender**, en detrimento de aquellas con una población más envejecida, como predomina en gran parte de los países del norte de Europa (GEM, 2023a). Atendiendo al indicador propuesto por GEM para medir el emprendimiento a nivel nacional, presentamos a continuación las **tasas de Actividad Empresarial Temprana** (a partir de ahora según sus siglas en inglés: TEA, Total early-stage Entrepreneurial Activity) **de los países miembros del proyecto: Macedonia del Norte, Grecia, Italia, Chipre, España y Eslovenia**.

Gráfico 1. Porcentaje de emprendimiento (TEA) por grupos de edad en los países miembros del proyecto



Fuente: elaboración propia a partir de los informes GEM nacionales de España (OEE, 2023), Italia (FAM, 2020), Eslovenia (Širec, K. y Crnogaj, 2023), Grecia (Yiotopoulos et al., 2019), Chipre (Polyviou et al., 2021) y Macedonia del Norte (GEM, 2014). Este gráfico se ha realizado con los datos de la Tasa de Actividad Empresarial Temprana (TEA) desglosados por edad más actualizados disponibles de cada país. En los casos de Grecia, Italia, España y Eslovenia, el cálculo del TEA se ha realizado en función al total de emprendedores/as. Mientras que, en los casos de Chipre y Macedonia del Norte, el TEA ha sido calculado en relación al total de la población de los diferentes grupos de edad.

En términos generales, **en las regiones más desarrolladas, la actividad empresarial parece estar liderada por personas adultas, mientras que en los países en desarrollo, el espíritu empresarial se encuentra más presente entre la población joven** (GEM, 2019). Sin embargo, el presente estudio muestra la existencia de importantes diferencias entre los países miembros del proyecto; en el caso de **Grecia**, es el país donde encontramos un mayor nivel de emprendimiento entre la población más joven (entre los 18 y 24 años), seguidos de aquellos adultos más jóvenes (entre 25 y 34) que predominan en **Italia** (49%), **Chipre**, (17%) **Macedonia del Norte** (9%) y **Eslovenia** (35%). La prevalencia de los/as emprendedores con mayor edad (entre los 35 y los 44) destacan en **Eslovenia** (35%) y **España** (37%).

En **Grecia**, encontramos un mayor nivel de emprendimiento en fases tempranas entre la población más joven, **posiblemente motivado por el elevado desempleo juvenil del país**. Sin embargo, esta situación corre el riesgo de no ser favorable, dado que el emprendimiento temprano puede aumentar el riesgo de fracaso debido a la escasa experiencia y formación de los/as emprendedores/as, a pesar de la pasión y dinamismo asociados a los/as jóvenes (Yiotopoulos et al., 2019). En el caso de **Italia**, la actividad emprendedora ha descendido tanto en los grupos de mayor como menor edad, según los últimos datos disponibles de 2019, siendo **la escasez de oportunidades para adquirir experiencia laboral y el acceso tardío al mercado de trabajo algunos de los factores que han condicionado un menor nivel de**

emprendimiento entre la población joven (FAM, 2020). De la misma forma, las cifras de **Chipre y Macedonia del Norte**, reflejan el interés de la población joven y adultos jóvenes por emprender durante fases tempranas de su carrera profesional (GEM, 2014; Polyviou et al., 2021).

En esta misma línea, el caso de **Eslovenia** ilustra cómo, a pesar del envejecimiento de la población, aquellos entre 25 y 44 años tienen más probabilidades de emprender (Širec, K. y Crnogaj, 2023), similar al caso de **España**, que presenta un escenario más contrario al resto de miembros, con una predominancia de emprendedores adultos entre los 35 y 44 años. **La población joven, por su parte, prima entre aquellos negocios asociados a niveles tecnológicos medios-altos, impulsados mayoritariamente por hombres jóvenes** (OEE, 2023).

En lo que respecta a las diferencias percibidas en torno al género, encontramos que **los hombres**, en general, **siguen siendo más propensos a emprender** y por cada 7 de ellos, emprenden 4 mujeres, según los datos más recientes de 2022 (GEM, 2023a).

4.2.2. EL EMPRENDIMIENTO JOVEN Y VERDE EN ENTORNOS RURALES

Desde la publicación del Libro Verde en 2003, y el Programa europeo en favor del espíritu empresarial, en 2004, se ha destacado la relevancia de **potenciar el emprendimiento para contribuir al desarrollo rural y alcanzar el crecimiento sostenible** e integrador, ambos objetivos recopilados por la estrategia Europa 2020 (Comisión Europea, 2010). Por este motivo, **el fomento del espíritu empresarial rural y la creación de nuevas empresas verdes se encuentran en el núcleo central de esta estrategia** que incluye ayudas concretas para tal fin en el marco de los programas de desarrollo rural, cofinanciadas por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) (UE, 2013).

Sin embargo, **las condiciones para el emprendimiento rural, no han venido siendo favorables debido al envejecimiento de la población y la creciente competitividad fruto de la globalización** (UE, 2012), provocando el declive del empleo y las rentas agrarias. En 2007, el 82% del empleo en las zonas rurales europeas correspondía a sectores no relacionados con la agricultura y el 35% de los/as agricultores/as desempeñaban otra actividad remunerada de manera adicional (Comisión Europea, 2017). Esta situación ha incentivado la implementación de medidas políticas concretas desde los países miembros de la UE destinadas a promover la innovación en la creación de negocios agrónómicos, especialmente (UE, 2012) al tiempo que se busca fomentar el espíritu emprendedor entre la población joven (Comisión Europea, 2010).

Por desgracia, el contexto predominante de despoblación de las zonas rurales en Europa (Comisión Europea, 2021) conlleva que **la población emprendedora rural se enfrente a desafíos particulares como la accesibilidad, la baja densidad poblacional o su estructura socioeconómica** (UE, 2012), **presentándose un escenario aún más complejo para los/as emprendedores rurales jóvenes**. Cada vez son menos los agricultores jóvenes interesados en continuar la tradición agraria familiar y las barreras de entrada para aquellos/as nuevos/as jóvenes interesados/as en el sector son cada vez mayores; como por ejemplo, las dificultades de acceso a la tierra, al crédito y las reducidas tasas de rendimiento de las empresas agrícolas (UE, 2012).

Afortunadamente, **la aparición del teletrabajo, la diversificación de las economías rurales y los negocios verdes están favoreciendo las oportunidades para emprender en el medio rural**. Con la posibilidad del teletrabajo, cada vez más población joven se plantea volver a habitar zonas rurales y emprender un negocio en dichos entornos, siendo el emprendimiento agroalimentario y turístico aquellos más elegidos, especialmente en el caso de España (UPTA,

2020). Por su parte, los fondos europeos destinados al desarrollo rural (Feader), están incentivando la creación de nuevas actividades económicas y diversificando las actividades no agrícolas, haciendo énfasis en facilitar la inserción de la población joven y las mujeres en el ámbito rural, fomentando su espíritu empresarial al tiempo que se hace una gestión sostenible de los recursos (UE, 2013).

Este contexto plantea un escenario en el que, a pesar de las dificultades propias del entorno rural, los desafíos globales emergentes vinculados a la seguridad alimentaria, la conservación de la biodiversidad y el cambio climático, presentan nuevas **oportunidades en el marco del empleo y el emprendimiento verde dada su esencial vinculación con materias primas esenciales** e incluso actividades turísticas y de ocio (UE, 2012).

4.3. NECESIDADES FORMATIVAS PARA EL EMPLEO Y EL EMPRENDIMIENTO VERDE

La descarbonización de la economía está trayendo consigo grandes cambios en el mercado laboral por su afección a la totalidad del sistema de producción (Gobierno de España, 2016; 2019) que, a su vez, requerirán nuevas necesidades formativas (CEDEFOP, 2022) **no solo vinculadas a la creación de negocios, sino también a la búsqueda de emprendimientos más sostenibles, o verdes**, que contribuyan a la transición hacia una nueva economía descarbonizada (Comisión Europea, 2019). En este sentido, la Unión Europea ha publicado dos modelos de competencias que contribuyen a alcanzar este objetivo: el modelo de competencias en sostenibilidad **GreenComp** (Comisión Europea, 2022a) y el modelo de competencias emprendedoras **EntreComp** (Bacigalupo et al., 2016).

El modelo GreenComp de competencias en sostenibilidad, o también conocidas como competencias verdes, ha sido **recomendada para el desarrollo de capacidades en torno al aprendizaje para la sostenibilidad medioambiental y son entendidas como aquellos conocimientos, capacidades y actitudes, que reflejan la valoración y las ganas de actuar para proteger el planeta** (Comisión Europea, 2022a). Este modelo incluye un total de 12 competencias, agrupadas en 4 ámbitos, presentadas en la siguiente tabla 1:

Tabla 1. Competencias de sostenibilidad según modelo GreenComp:

ÁMBITOS COMPETENCIALES	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN
Competencias vinculadas a valores de sostenibilidad	Apreciación de la sostenibilidad	Reflexión sobre el propio actuar y su repercusión
	Respaldo a la ecuanimidad	Entendimiento de la vinculación entre la justicia ambiental y social
	Promoción de la naturaleza	Reflejo de una actitud empática hacia el planeta
Competencias vinculadas a la complejidad de la sostenibilidad	Pensamiento sistémico	Entendimiento de la interconexión entre sistemas
	Pensamiento crítico	Capacidad para cuestionar y enfrentar la incertidumbre
	Contextualización de problemas	Identificación de problemas en contextos determinados para su resolución

Competencias vinculadas a la previsión de futuros sostenibles	Capacidad de proyecciones de futuro	Comprensión del futuro como una variedad de alternativas y compatible con la sostenibilidad
	Adaptabilidad	Capacidad para gestionar y tomar decisiones ante desafíos de sostenibilidad complejos
	Pensamiento exploratorio	Capacidad de relacionar y vincular pensamientos procedentes de diferentes disciplinas
Competencias vinculadas a las actuaciones para la sostenibilidad	Actuación política	Saber identificar la responsabilidad política y exigir medidas eficaces para la sostenibilidad
	Acción colectiva	Actuar en favor de la sostenibilidad en colaboración con otros
	Iniciativa individual	Saber ver el potencial propio y actuar de forma activa para contribuir a la sostenibilidad

Fuente: elaboración propia a partir del modelo GreenComp propuesto por la Unión Europea (Comisión Europea, 2022a).

Por su parte, las competencias emprendedoras, reflejadas en el modelo EntreComp, son aquellas que **reflejan la capacidad de convertir ideas en acciones que generen valor para alguien distinto a uno mismo**, conocidas popularmente como el espíritu empresarial, aquella competencia transversal que busca convertir las oportunidades en valor para cualquier ámbito, incluyendo el emprendimiento social y ecológico (Bacigalupo et al., 2016). El modelo EntreComp se compone de 3 dimensiones principales desglosadas en 15 competencias, presentadas en la Tabla 2.

Tabla 2. Competencias emprendedoras según modelo EntreComp

ÁMBITOS COMPETENCIALES	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN
Competencias vinculadas a ideas y oportunidades	Detectar oportunidades	Capacidad para identificar oportunidades para la creación de valor
	Creatividad	Capacidad para desarrollar ideas creativas e innovadoras
	Visión	Visualizar escenarios futuros y orientar mis esfuerzos y acciones para alcanzarlos
	Valorar las ideas	Capacidad para reconocer el potencial de las ideas y sacar su máximo partido
	Pensar de forma ética y sostenible	Capacidad para evaluar las consecuencias y el impacto de las acciones para actuar con responsabilidad
Competencias vinculadas a la gestión de recursos	Autoconciencia y autoeficacia	Poder para verse a sí mismo/a capaz de influir en el curso de los acontecimientos
	Motivación y perseverancia	Capacidad para mantener la concentración y no rendirse a pesar de las presiones
	Movilizar recursos	Capacidad para obtener y gestionar recursos, ya sean materiales o inmateriales, y aprovecharlos todo lo posible

	Alfabetización financiera y económica	Poseer conocimientos financieros y económicos que permitan estimar los costes de llevar a cabo una idea y gestionar su financiación
	Movilizar a otros	Capacidad de inspirar y animar a los demás miembros de un equipo
Competencias vinculadas a la acción	Tomar la iniciativa	Capacidad para actuar de forma independiente para alcanzar objetivos
	Planificar y gestionar	Capacidad para definir prioridades y desarrollar planes de acción
	Afrontar la incertidumbre, la ambición y el riesgo	Capacidad para tomar decisiones aun cuando el resultado de la acción es incierto
	Trabajar con otros	Capacidad para cooperar con otros y resolver conflictos
	Aprender a través de la experiencia	Capacidad para aprender tanto de los éxitos como de los fracasos

Fuente: elaboración propia a partir del modelo EntreComp propuesto por la Unión Europea (Bacigalupo et al., 2016).

La formación en competencias verdes, en conjunto con las competencias emprendedoras, supone un objetivo estratégico para contribuir a la creación de modelos de negocio que reconozcan la complejidad de alcanzar la sostenibilidad. Las primeras permiten desarrollar una mentalidad en favor de la sostenibilidad que contribuya a pensar, planificar y actuar con empatía (Comisión Europea, 2022a) y, las segundas, al desarrollo de la autonomía y responsabilidad a la hora de actuar al tiempo que se genera valor para la sociedad (Bacigalupo et al., 2016). **La formación en ambas, contribuye a la capacitación de profesionales que sepan optimizar las oportunidades que presenta el contexto actual,** contribuyendo a la creación de modelos de negocio sostenibles.

5. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos divididos en tres subsecciones. La primera recopila las oportunidades de empleo verde detectadas en los países colaboradores del proyecto; la segunda, presenta las buenas prácticas recopiladas en materia de emprendimiento verde; y, la tercera, recopila las necesidades formativas detectadas en la población joven rural en lo que se refiere a la adquisición de competencias verdes y emprendedoras, así como sus necesidades de acceso a las mismas y al mercado laboral verde.

5.1. NICHOS DE EMPLEO VERDE Y OFERTA FORMATIVA

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la transición hacia un modelo económico más sostenible traerá consigo cambios en el mercado laboral a nivel mundial; y, aunque se estima, que puede llegar a provocar la pérdida de 6 millones de puestos de trabajo vinculados a aquellas actividades económicas menos sostenibles, se prevé paralelamente un crecimiento de unos 24 millones de empleos. En total, **el empleo verde puede llegar a generar alrededor de 18 millones de puestos de trabajo a nivel mundial,** especialmente a consecuencia de los avances en cuanto a eficiencia energética de los edificios, el consumo de energía de fuentes renovables y el incremento en el uso de vehículos

eléctricos (OIT, 2018). De acuerdo con PNUMA (2011), en los próximos años serán hasta ocho sectores los que experimentarán los mayores cambios durante esta transición, estos son: la agricultura, silvicultura, pesca, energía, industria manufacturera, reciclaje, construcción y transporte.

A continuación, gracias a la revisión de fuentes secundarias y entrevistas realizadas a empresas verdes, presentamos los **nichos de empleo verde detectados entre los países miembros del proyecto: Italia, Grecia, Chipre, Eslovenia, Macedonia del Norte y España**; donde encontramos un compromiso generalizado. En todos los casos se está buscando aumentar el número de empleos verdes y se están tomando medidas políticas para impulsarlo, en mayor o menor medida.

Como se mencionaba previamente, la economía verde ofrece enormes oportunidades de creación de empleo que abarcan desde aquellos sectores tradicionalmente asociados al medio ambiente, como la gestión de energías renovables o el reciclaje, hasta otros sectores emergentes como la movilidad sostenible (Avsec y Kaučič, 2018). Dada la amplitud y diversidad de los nuevos nichos de empleo verde detectados en los países analizados, seguiremos la categorización planteada por Fundación Biodiversidad (2023) dividiendo **los empleos en tres ámbitos**: en primer lugar, **aquellos vinculados al clima**, es decir, aquellas actividades dedicadas a reducir las emisiones de gases efecto invernadero (GEI) y mitigar el riesgo de cambio climático; en segundo lugar, **aquellos vinculados a la protección de la biodiversidad**, es decir, sectores económicos dedicados a la conservación y gestión responsable de los recursos naturales y biológicos; y, en tercer lugar, **aquellos relacionados de forma transversal con ambos**.

5.1.1. NICHOS DE EMPLEO VERDE DETECTADOS EN EL ÁMBITO DEL CLIMA Y REDUCCIÓN DEL RIESGO DEL CAMBIO CLIMÁTICO

En este ámbito, se han detectado especialmente aquellas **actividades económicas dedicadas a la producción de energías renovables, la rehabilitación energética de edificios y la implementación de medios de transporte más sostenibles**.

En lo que respecta a los **nichos de empleo ubicados en los sectores de las energías renovables**; en términos generales, la transición hacia el uso de energías renovables tiene un gran potencial para crear empleo, según el informe "A 100% Renewable Energy Vision for the European Union", publicado por el Consejo Europeo de Energías Renovables, **el empleo en este sector podría incrementarse en un 30-36% de forma anual hasta 2030 en la UE** (en comparación a datos de 2009) si se cumple el objetivo del 45% de energía renovable en el consumo final de energía para 2030 (Gospodarska zbornica Slovenije, 2017). En este caso, **se han descubierto nichos de empleo en la totalidad de los países miembros del proyecto**. La mejora y optimización de los sistemas energéticos está dando lugar al surgimiento de nuevos empleos técnicos relacionados con la implementación de fuentes de energía renovables, especialmente de la energía solar fotovoltaica y eólica (IRENA, 2023), así como otros puestos de trabajo especializados como gestores energéticos (Gelasio y Gisotti, 2019). Se espera un mayor incremento en un futuro próximo de estos nichos de empleo en Grecia (IEA, 2020) y Chipre (IRENA, 2023) especialmente.

La búsqueda de una mayor eficiencia energética, está favoreciendo paralelamente nichos de empleo verde en el sector de la construcción, concretamente, están emergiendo aquellas **actividades dedicadas a la rehabilitación energética de los edificios**, especialmente en los

casos de Eslovenia (Avsec y Kaučič, 2018), Macedonia del Norte (Nedanovski, 2013), Italia (Unioncamere, 2021a) y España (Fundación Biodiversidad, 2023). Estos nichos de empleo se caracterizan por su demanda de perfiles especialistas como ingenieros/as energéticos o perfiles más técnicos como profesionales electricistas o fontaneros (Russo, 2022; Forética, 2022; ATEI, 2022a).

De manera transversal, están emergiendo nichos de empleo verde vinculados a las nuevas **innovaciones tecnológicas asociadas a la búsqueda de mayor eficiencia energética**, tanto de los edificios como de los materiales, por ejemplo, fabricación e instalación de sistemas de control energético, aislamiento térmico o tecnología de iluminación LED. Esto supone una gran oportunidad para la generación de nuevas empresas y puestos de trabajo, especialmente allí donde aún escasean las medidas de eficiencia energética, como es el caso de Macedonia del Norte (Nedanovski, 2013; Mitevaska et al., 2019). En consecuencia, también están emergiendo **nichos de empleo en el sector de la manufactura**, como es el caso de Eslovaquia, donde se espera un importante crecimiento en el desarrollo de tecnologías dedicadas a aumentar la eficiencia energética o de los materiales (especialmente en las industrias dedicadas a la transformación de la madera, la metalurgia, eléctrica y electrónica) (Avsec y Kaučič, 2018). O en Italia o España, donde se está desarrollando notablemente las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el campo de la construcción y se están demandando cada vez más perfiles informáticos e ingenieros de sistemas TIC para la realización de actividades vinculadas a la optimización de los sistemas energéticos (Russo, 2022; Unioncamere, 2022a; ATEI, 2022b; Fundación Biodiversidad, 2023;)

Y, por último, en el **sector de la movilidad y el transporte** también se están impulsando importantes nichos de empleo, especialmente en España, donde se están adoptando medidas encaminadas a la introducción de fuentes de energía renovables para el transporte eléctrico (con el objetivo de poner en marcha un total de 5 millones de vehículos eléctricos para 2030) o que empleen biocombustibles (ATEI, 2021a; Fundación Biodiversidad, 2023). Sucede lo mismo en los casos de Italia donde están demandándose puestos de carácter técnico como reparadores de vehículos de motor (Unioncamere, 2021a) o especializados como "gestores de movilidad" (Ecnopoly, 2022); Eslovenia, donde las oportunidades de empleo están surgiendo más en relación al transporte público (Avsec y Kaučič, 2018); o, en Macedonia del Norte, donde, a pesar de aún estar poco estudiadas las posibilidades de empleo en este sector, al ser uno de los más contaminantes del país (WBG, 2014), se esperan grandes cambios en el mismo dada su iniciativa a la hora de trabajar en la electrificación de los vehículos personales, sobre todo aquellos relacionados con los cargadores eléctricos.

En consecuencia a los cambios en el sector del transporte, también se espera una intensificación del empleo en **sectores industriales** dedicados a productos metálicos, sobre todo aquellos relativos a la fabricación de maquinaria, equipos y medios de transporte; esto afectará a las industrias metalúrgicas y de productos metálicos (Unioncamere, 2022a) y a la industria eléctrica y electrónica (Unioncamere, 2021a), incluyendo también servicios mecánicos (Unioncamere, 2021a). Estos nichos de empleo han sido detectados especialmente en los casos de Italia y España.

5.1.2. NICHOS DE EMPLEO VERDE DETECTADOS EN EL ÁMBITO DE LA BIODIVERSIDAD

Aunque con menor presencia que los nichos de empleo detectados en el ámbito del clima, también se han detectado oportunidades de empleo en el ámbito de la conservación y protección de la biodiversidad, **particularmente en los campos de la agricultura sostenible, el turismo y la gestión forestal.**

En Eslovenia, la agricultura ecológica está generando importantes oportunidades de empleo (Avsec y Kaučič, 2018). Al igual que en Grecia, donde se está haciendo especial hincapié en potenciar las oportunidades de empleo en la **agricultura sostenible** (Comisión Europea, 2022b). En España, por su parte, están emergiendo oportunidades de empleo, en general, para trabajar en explotaciones agropecuarias que incluyen agricultura, ganadería y apicultura por su potencial a la hora de paliar la despoblación de los entornos rurales (Fundación Biodiversidad, 2023).

En la misma línea, la variante de un **turismo sostenible** es una actividad por la que cada vez se está apostando más en diversos países, como es el caso de Grecia, impulsando aquellos empleos vinculados también a la venta de productos locales (Comisión Europea, 2022b), o en Italia (Gelasio y Gisotti, 2019) y España, donde también están emergiendo nichos de empleo relacionados con el turismo de naturaleza, especialmente están ganando mayor protagonismo empleos como guías de naturaleza e intérpretes del medioambiente (Fundación Biodiversidad, 2023).

Por último, también se han identificado nichos de empleo en los **sectores forestales** de Eslovenia (Avsec y Kaučič, 2018) y España (Morgan y Konecna Fundación, 2021; ATEI, 2021b; Fundación Biodiversidad, 2023). Estos empleos se vinculan a las actividades de gestión de los recursos forestales de forma sostenible y promueven empleos concretos como peones/as forestales dedicados a la limpieza, mantenimiento y reforestación de los bosques. Estos empleos resultan particularmente importantes en la prevención de incendios forestales (Fundación Biodiversidad, 2023) que, en los últimos años, están incrementando su afección en los seis países miembros de este proyecto (EP, 2021a; 2021b; 2022; EuroNews, 2023).

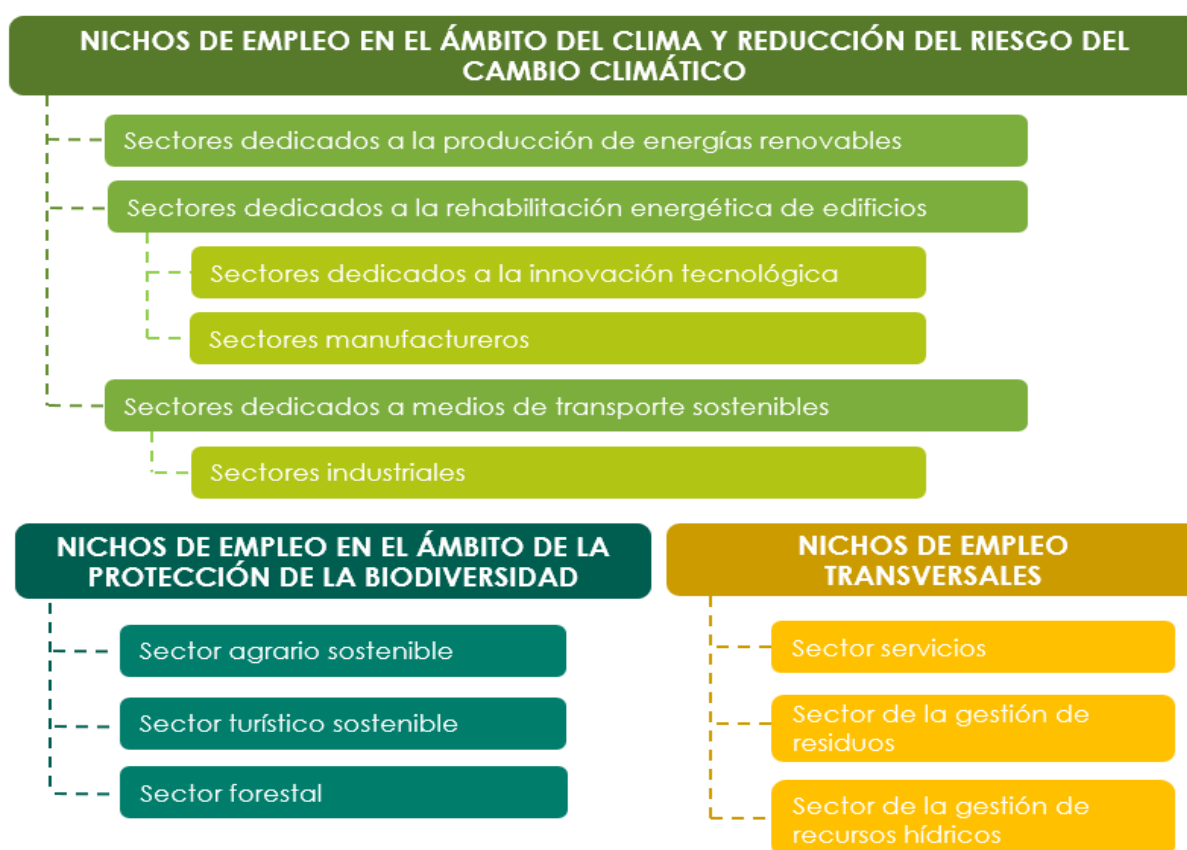
5.1.3. NICHOS DE EMPLEO VERDE TRANSVERSALES

Paralelamente, hemos identificado nichos de empleo verde que pueden abordar ambos objetivos: la lucha contra el cambio climático y la preservación de la biodiversidad. Las funciones de estos empleos se encuentran más vinculadas a profesiones de carácter más especializado, y se ubican especialmente en el **sector servicios y la gestión de recursos como los residuos o el agua.**

En los casos de Italia y España, se han identificado notables oportunidades de empleo vinculadas con puestos de trabajo más especializados en el **ámbito de los servicios**, como en el campo del derecho (abogados/as medioambientales), el diseño (diseñadores/as ecológico), el marketing (expertos/as en marketing medioambiental), la informática (especialista en informática medioambiental), auditoría (certificadores/as de calidad ambiental) o las finanzas (contables ecológicos/as) (Unioncamere, 2021b; Unioncamere y Fondazione Symbola, 2022; Fundación Biodiversidad, 2023).

De la misma forma, la **gestión de residuos**, tanto urbanos como procedentes de las diferentes industrias y sectores, también está favoreciendo el número de empleos, sobre todo en la medida que los distintos países apuesten por alcanzar una economía circular¹⁰ y se comprometan con el desempeño de actividades como el reciclaje. Este es el caso de España, Italia y Eslovenia, donde la gestión de residuos actualmente ofrece un alto nivel de empleo a nivel nacional y se espera que crezca aún más en el futuro (Avsec y Kaučič, 2018; Russo, 2022; ISTAS y Ecoembes, 2019; Forética, 2022). Por su parte, encontramos en Macedonia del Norte, una mayor implicación con el **sector de la gestión de los recursos hídricos**, dada la ineficacia del sistema actual, por lo que se espera que con la mejora de la gestión del agua, emerja un gran número de empleos en Macedonia del Norte vinculados a esta actividad (WBG, 2014). De la misma forma, Chipre, presenta oportunidades futuras tanto en la gestión de residuos como de recursos hídricos debido al elevado número de cambios que se espera en ambos sectores (ICEX, 2022).

Figura 2. Sectores detectados que contienen nichos de empleo verde



Fuente: elaboración propia

¹⁰La economía circular hace referencia a la implementación de un sistema de producción circular, cuyo objetivo es la optimización de los recursos al mantenerlos el máximo tiempo posible en el proceso de producción, reintroduciendo en el mismo todas las veces posibles los residuos generados (Gobierno de España, 2020).

5.1.4. OFERTA FORMATIVA EN EL ACCESO A NICHOS DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO VERDE

En términos generales, los países miembros de la UE aún cuentan con deficiencias en cuanto a formaciones que limitan su capacidad para aprovechar las oportunidades que ofrece el crecimiento verde, muchas de estas **necesidades formativas se encuentran vinculadas al desempeño de técnicas específicas en puesto de trabajo relacionados con la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas junto con la escasez de "nuevas" competencias verdes** (CEDEFOP, 2010).

La demanda de empleos verdes que **están emergiendo a nivel internacional requiere de perfiles profesionales tanto técnicos como especializados** y, en ambos casos, se requerirá cada vez más formación en torno a cuestiones medioambientales como la ecosostenibilidad, el ahorro energético o la economía circular (Unioncamere, 2021b). Por este motivo, en Europa, aún resulta pertinente actualizar los sistemas educativos que aborden estos retos y, **aunque se aprovechen las cualificaciones existentes, se requieren actualizaciones tanto a nivel sectorial como transversal** para continuar promoviendo una economía más ecológica y sostenible (CEDEFOP, 2021). En el [Anexo 1](#) mostramos algunas formaciones actualmente **vigentes en los países miembros** del proyecto que dan acceso a algunos de los empleos verdes detectados o capacitan para el desarrollo de emprendimientos verdes.

5.2. BUENAS PRÁCTICAS EMPRENDEDORAS DETECTADAS

Tras la revisión de los potenciales nichos de empleo emergentes, se ha procedido a la recopilación y análisis de un total de **68 buenas prácticas en materia de emprendimiento verde presentes en los países miembros**. Para poder ser considerada una buena práctica, se han seleccionado a aquellas empresas emprendedoras verdes o proyectos, programas, iniciativa o actividades que promueven la actividad emprendedora verde y que, además, ofrece beneficios no solo al conjunto de la población, sino también a colectivos específicos como la población joven y/o rural. Para su selección, se ha tenido en cuenta, principalmente, que su actividad principal sea considerada como emprendimiento verde, pero también se han incluido iniciativas que promuevan especialmente el empleo y emprendimiento en entornos rurales y/o entre la población juvenil.

El **listado de las buenas prácticas detectadas se encuentra disponible en el Anexo II**, donde figuran los nombres de los proyectos, su ubicación y actividad, junto con otros detalles de su aplicación como los beneficios concretos que aporta el negocio para la población, su carácter innovador o las barreras y/o problemas detectados durante su implementación¹¹.

Se han detectado un gran número de iniciativas que corresponden con nichos de empleo detectados, especialmente en los sectores agrario, de rehabilitación energética e implementación de energías renovables, gestión de residuos y forestal. **El mayor número de iniciativas se concentran en la producción de productos alimentarios ecológicos y orgánicos, así como productos de manufactura reciclados**, seguidas de aquellas dedicadas a la **implementación de medidas energéticas** y la **reutilización de residuos para la producción de nuevos productos, especialmente del sector maderero**. Se aprecia un gran número de iniciativas que contemplan de forma transversal **la implementación de sistemas circulares** e incluso alguna de ellas se dedica a aportar servicios a otras empresas para este fin. Y, aunque

¹¹ Durante la selección de estas buenas prácticas por parte de las entidades, se priorizó la búsqueda a nivel nacional y, en aquellos casos donde no fue posible, se amplió la búsqueda a nivel internacional.

en menor medida, también han sido recopiladas iniciativas enfocadas a la protección ambiental, la gestión responsable de recursos materiales y turismo sostenible.

De la misma forma, se han identificado **iniciativas enfocadas en promover un impacto social y ejercer como motivadoras en el surgimiento de nuevos modelos de negocio sostenibles**. Entre ellas, destacan, por ejemplo, iniciativas de servicios dedicados a promover la planificación de futuros sostenibles, programas de aprendizaje en torno a herramientas digitales y ventajas económicas y sociales de modelos empresariales sostenibles o programas de desarrollo empresarial creativo.

5.3. NECESIDADES FORMATIVAS Y OPORTUNIDADES VERDES PARA LA POBLACIÓN JOVEN RURAL

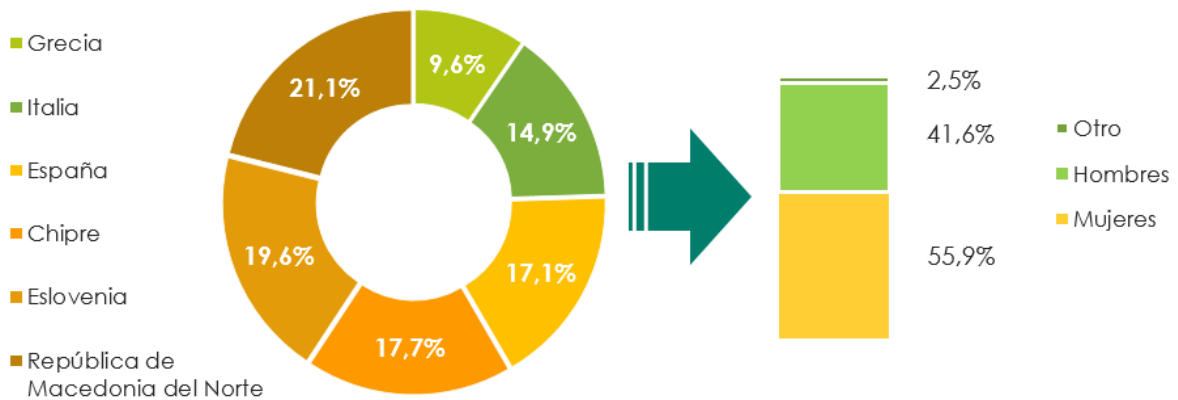
La detección de las necesidades formativas entre la población joven rural se ha nutrido de diversas técnicas de investigación, tanto de carácter cuantitativo como cualitativo, que han sido sintetizadas en tres subapartados. Cada uno de ellos se introduce presentando los detalles de las muestras de cada encuesta y continúa con los resultados obtenidos de la triangulación de ambas técnicas de investigación, encuestas y entrevistas.

5.3.1. NECESIDADES FORMATIVAS DE LA JUVENTUD RESIDENTE EN ENTORNOS RURALES PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS VERDES Y EMPRENDEDORAS

Gracias a la metodología de análisis mixta de encuestas y entrevistas a personas jóvenes pertenecientes a entornos rurales y empresas verdes, **se han detectado las principales necesidades formativas de los primeros en cuanto a competencias para poder participar óptimamente en el mercado laboral verde**. Para ello, se han tomado como referencia los conocimientos relativos a las competencias en sostenibilidad y emprendedoras definidas por los marcos europeos GreenComp y EntreComp.

- Se han entrevistado a 12 y encuestado a 322 jóvenes pertenecientes a entornos rurales de los países miembros del proyecto, con una proporción de 41,6% de hombres y 55,9% de mujeres. En total, **han participado un total de 334 jóvenes rurales** en la investigación.

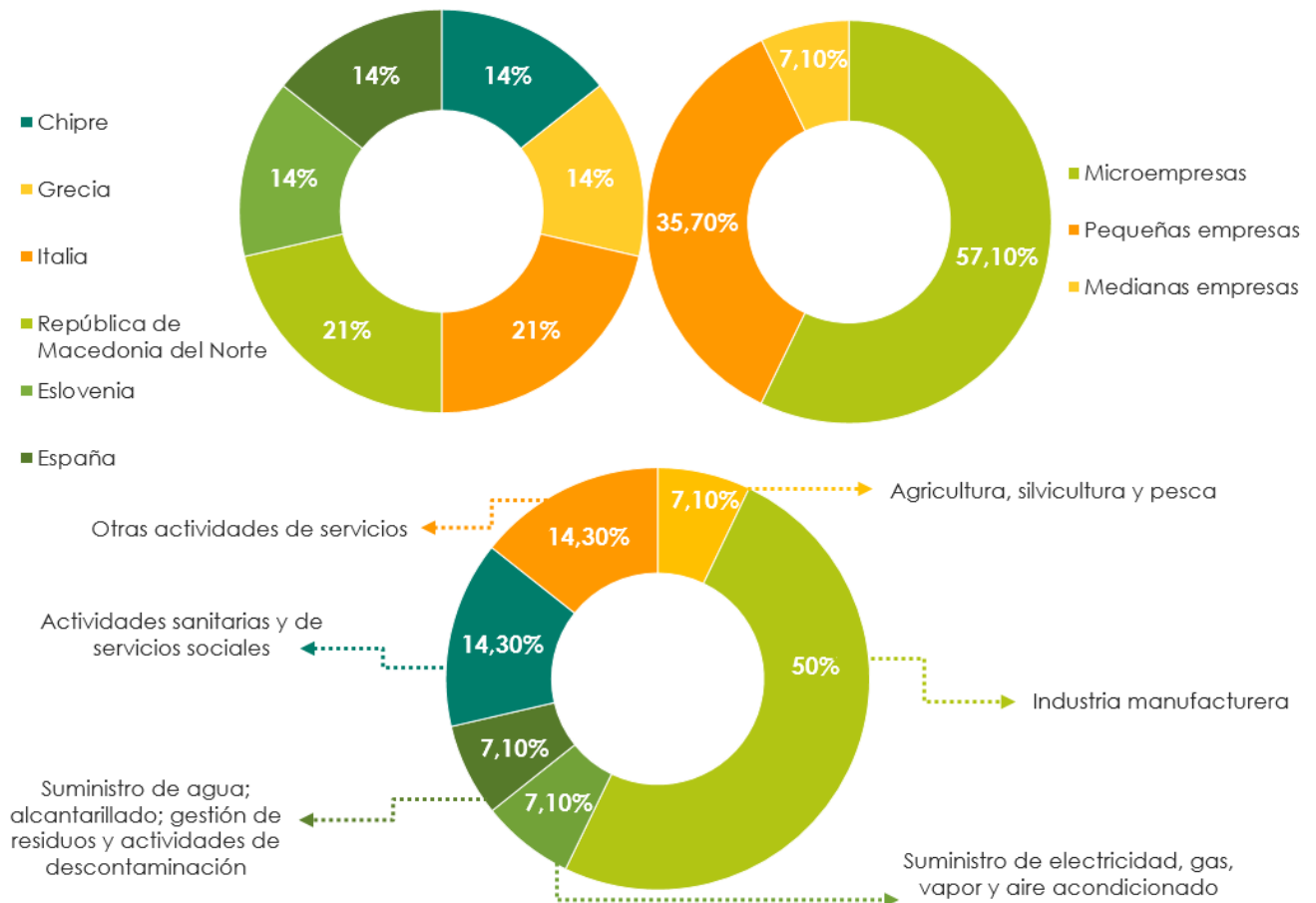
Gráfico 2. Distribución de la muestra de la encuesta a jóvenes (de 16 a 30 años) rurales:



Fuente: elaboración propia

- Por su parte, se ha contado con la **participación de 23 empresas verdes**, 9 de ellas han sido entrevistadas y 14 encuestadas. Estas empresas se encuentran presentes a lo largo de los seis países miembro del proyecto y se encuentran dedicadas a actividades vinculadas al cuidado del medio ambiente.

Gráfico 3. Distribución de la muestra de la encuesta a empresas verdes por países, tamaño y sector (%):



Fuente: elaboración propia

- ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE COMPETENCIAS EN SOSTENIBILIDAD ENTRE LOS/LAS JÓVENES Y SU DEMANDA POR PARTE DEL MERCADO LABORAL

De la información obtenida de las entrevistas como en las encuestas a jóvenes, se obtiene que **la mayoría de los jóvenes europeos del ámbito rural no se encuentran familiarizados con el concepto formal de “competencias en sostenibilidad” o “competencias verdes”, pero sí con el conocimiento más genérico al que hacen referencia: el cuidado del planeta.** El 42,9% de los /las jóvenes europeos de entornos rurales **ha oído hablar pocas veces de las competencias verdes**, con una diferencia de casi 14 puntos por encima de aquellos que han oído hablar de ellas bastantes (29,2%) o muchas veces (10,2%)¹².

Al describirles el significado de estas competencias, más de la mitad de la muestra, **un 56,8% consideran que las poseen**, seguidos de un 29,8% que no sabe si las tiene y un 13,4% que manifiesta no tenerlas. De la misma forma, cuando preguntamos por estas competencias de forma desglosada¹³, encontramos que, en términos generales, **la mayoría de jóvenes rurales considera disponer de la mayoría de competencias relacionadas con valores de sostenibilidad y la comprensión de su complejidad, pero presentan mayor diversidad en relación a aquellas vinculadas a su capacidad para prever futuros sostenibles y actuar en favor de la sostenibilidad.**

- En lo que respecta a las **competencias relacionadas con valores de sostenibilidad**, la competencia más valorada por las empresas verdes es la **apreciación de la sostenibilidad** (en un 71,4% de los casos), que también es la que se encuentra más presente entre la población joven rural, con un 66,1%. Mientras, **el apoyo a la justicia y la promoción de la naturaleza** se demandan ambas en un 50% de los casos, por debajo incluso de las cifras manifestadas por los/as jóvenes rurales, cuya autovaloración indica que disponen de ellas en un 64,3% y 59,6%¹⁴, respectivamente, presentando un escenario positivo para los jóvenes rurales.
- Sucede lo mismo con las **competencias relacionadas con la comprensión de la sostenibilidad y su complejidad**, donde las más demandadas son **pensar de forma crítica** y la **capacidad de contextualizar problemas**, ambas en un 64,3% (que son poseídas por el 63,4% y 69,3% de los/as jóvenes). Y, aunque el **pensamiento sistémico** es más valorado en un 57,1% de los casos, pero no tan demandado (por un 42,9%), los/as jóvenes rurales consideran disponer de ella en un 60,6%.
- Sin embargo, en las **competencias relacionadas con la capacidad para prever futuros sostenibles**, encontramos cifras menos elevadas a la hora de contemplar la autovaloración de la población joven rural y, aunque siguen predominando aquellos jóvenes que manifiestan poder proyectar un futuro (46,9%), adaptarse (60,9%) y pensar de forma exploratoria (58,1%); la diferencia con aquellos que manifiestan no saber si tienen dichas competencias es menor (37%, 32,6% y 32,3%, respectivamente). Sin embargo, estas tres competencias son igualmente demandadas por el mercado laboral en un 57,1% en todos los casos.

¹² Un 17,7% no ha oído hablar nunca de las competencias en sostenibilidad o verdes.

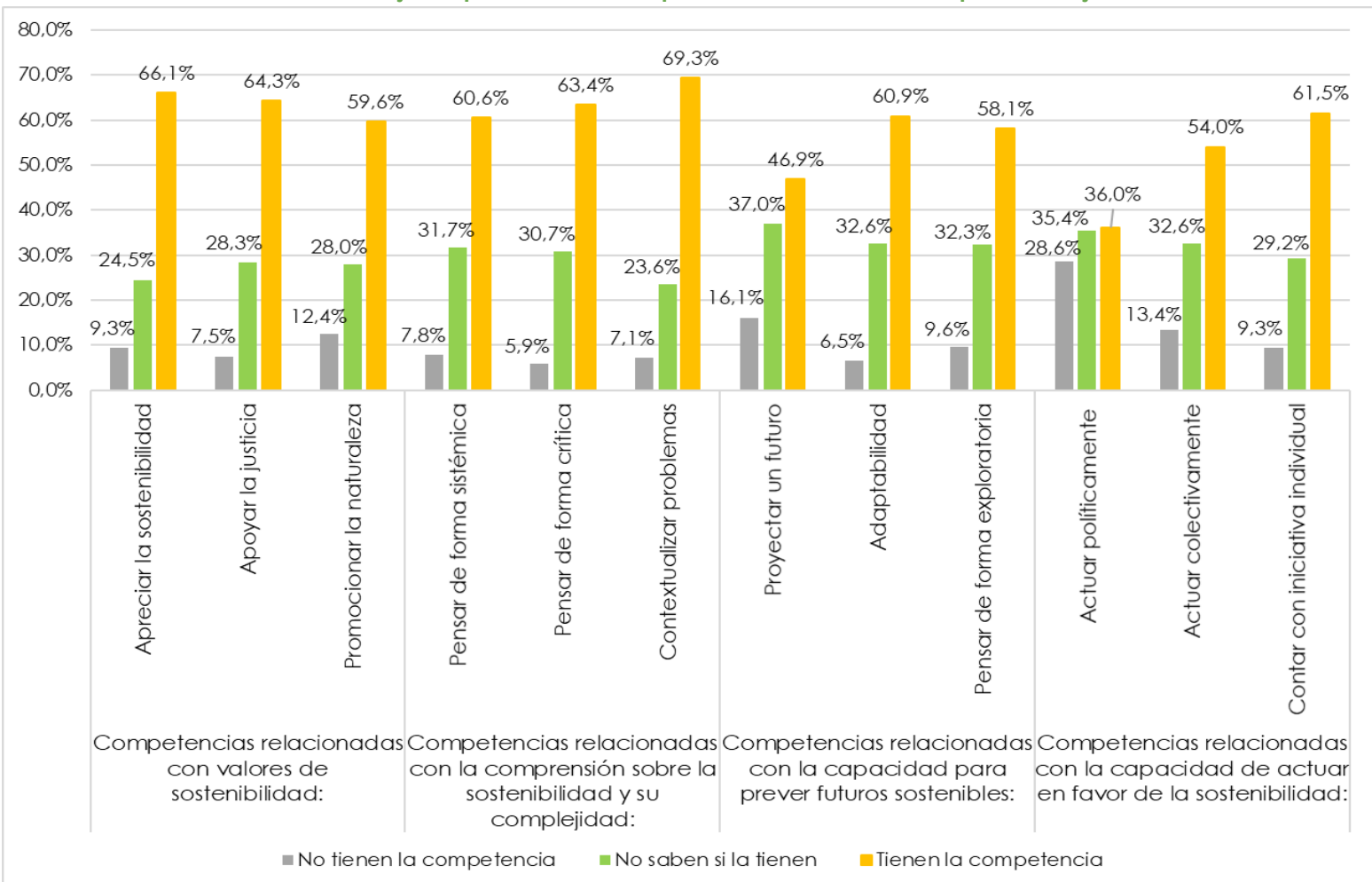
¹³ Las preguntas destinadas a conocer si la población joven rural disponía de competencias verdes y emprendedoras incluían un listado de las mismas junto con su definición y ejemplos. Las opciones de respuesta a elegir eran las siguientes: a) No, no tengo esta competencia, b) No sé si tengo esta competencia, porque no la aplico gran parte del tiempo y c) Sí, tengo esta competencia, porque la aplico gran parte del tiempo.

¹⁴ En todos los casos, estos colectivos son seguidos por aquellos que manifiestan no saber si poseen dichas competencias al no aplicarlas gran parte del tiempo, alcanzando porcentajes entre el 28 y 31%.

- Y, de la misma manera, con respecto a aquellas **competencias relacionadas con la capacidad de actuar en favor de la sostenibilidad**, encontramos mayor confusión entre la población joven rural, mostrando porcentajes cada vez más similares entre aquellos que manifiestan tener y los que no sabe si las tienen: las competencias relacionadas con la **capacidad de actuar política** (36% vs. 35,4%) **y colectivamente** (54% vs. 32,6%). Aunque estas diferencias se disipan en cuanto a la **capacidad de contar con iniciativa individual**, en la cual vuelven a predominar aquellos/as jóvenes que consideran que las tienen (en un 61,5%). Sin embargo, de nuevo, el mercado laboral valora positivamente todas ellas, actuar políticamente, en un 57,1% colectivamente y con iniciativa individual, en un 50%.

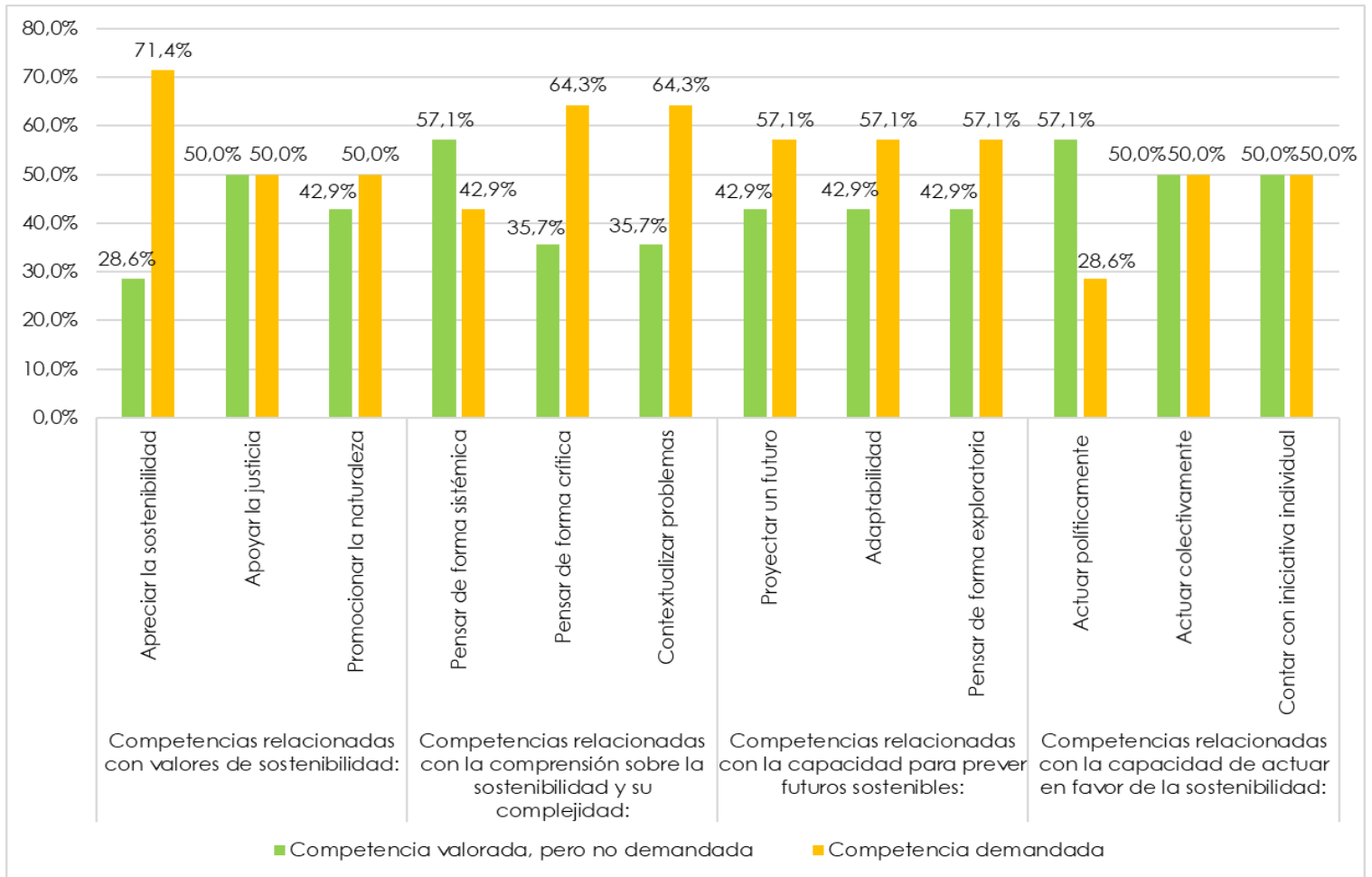
El Gráfico 4 muestra las competencias más presentes entre la población joven rural, de acuerdo a su autovaloración, y el Gráfico 5 las más demandadas y valoradas:

Gráfico 4. Porcentaje de posesión de competencias verdes entre la población joven rural:



Fuente: elaboración propia

Gráfico 5. Porcentaje de competencias verdes más valoradas y demandadas por parte de las empresas verdes:



Fuente: elaboración propia

A modo de conclusión, a **pesar de la existencia de una elevada autopercepción entre la población joven rural de la posesión de competencias verdes, la proporción de aquellos/as que manifiesta no tener o no saber si posee dichas competencias resulta reseñable y se mantiene entre el 33,8% y el 53,1% a lo largo de todas las competencias analizadas.** Y, en aquellos grupos de competencias más vinculados a prever futuros sostenibles y actuar en favor de la sostenibilidad, a pesar de encontrar mayor confusión entre los/as jóvenes sobre si poseen dichas competencias o no con respecto a otros grupos de competencias, los niveles de demanda del mercado laboral de estas se mantienen, mínimo en un 50% de los casos (a excepción de la competencia "actuar políticamente", aunque esta sigue siendo valorada positivamente).

La información obtenida de las entrevistas a jóvenes rurales señala que estas **formaciones en competencias se encuentran desactualizadas en los sistemas universitarios** y, aunque la encuesta a empresas verdes refleja que el 57,1% de ellas ofrece formación en estas competencias a sus trabajadores, todavía hay un importante número que no la ofrece (42,9%); **limitando ambos factores las posibilidades de los/as jóvenes rurales para formarse en competencias verdes.**

El 100% de las empresas verdes encuestadas manifiesta demandar competencias verdes a sus candidatos/as y la mayoría de la población joven rural es conocedora de esta alta demanda: un 62,4% cree que estas competencias se **demandan en el mercado laboral** y un 69,9% considera que **formarse en ellas podría aumentar sus posibilidades de conseguir un empleo verde o emprender un negocio verde**. En consonancia, el 71% está interesado en formarse para adquirir o ampliar sus competencias verdes.

Adicionalmente a las competencias transversales mencionadas, las empresas manifestaron durante las entrevistas la **demanda particular de conocimientos más técnicos relacionados con la gestión de residuos, energías renovables, producción agrícola sostenible, medición de la huella de carbono o certificaciones verdes**.

Por su parte, en las entrevistas a la población joven, se reconoce de forma generalizada la importancia de estas formaciones tanto para mejorar su empleabilidad como para aprender a cuidar el medio ambiente, pero han mencionado **no haberse formado en las mismas principalmente por desconocimiento sobre la existencia de estas formaciones**. Aunque también han destacado algunas limitaciones externas para formarse en ellas, como la dificultad para encontrar programas de formación completos y acreditados, la excesiva especialización de oferta existente aportada por las empresas para la población joven y la **desactualización de la formación aportada por los ámbitos universitarios** en referencia a las necesidades del mercado laboral.

- ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS ENTRE LOS/LAS JÓVENES Y SU DEMANDA POR PARTE DEL MERCADO LABORAL

A diferencia de las competencias verdes, la población joven rural se encuentra más familiarizada con el término y la gran mayoría, un 91,7% han oído hablar de ellas (un 38,2% poco, un 40,1% bastante y un 13,4% muchas veces). Y, de la misma forma, a la hora de preguntar si poseen dichas competencias o no en términos generales, existe **mayor diferencia de proporción entre las respuestas en comparación a las competencias verdes**: un 46,9% considera tenerlas, seguidos de un 37,9% que no lo sabe y un 15,2% que no.

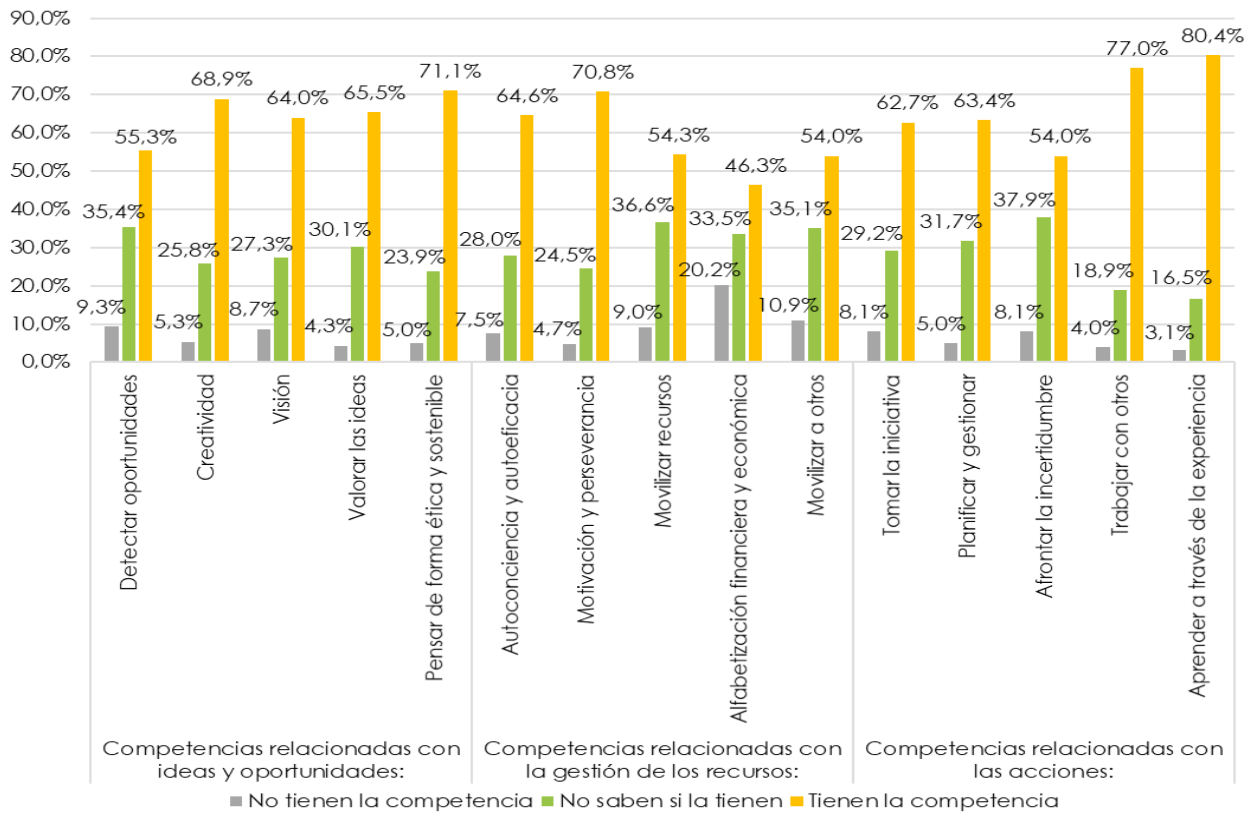
Siguiendo el modelo EntreComp, desglosamos la posesión de estas competencias emprendedoras y las comparamos con las demandas por el mercado laboral verde y **encontramos una mayor alineación con lo que se demanda o valora en el mercado laboral verde y las competencias autodetectadas de los/as jóvenes rurales**, coincidiendo en todos los grupos de competencias aquellas más demandadas con las más poseídas. Aunque, **se aprecia una menor demanda de competencias que podrían ser especialmente favorables para el emprendimiento**:

- En lo que respecta a las **competencias relacionadas con ideas y oportunidades**, es donde encontramos mayor proporción entre la posesión y la demanda del mercado laboral verde: la competencia más demandada de este grupo es la **capacidad de pensar de forma ética y sostenible** (71,4%), la cual manifiesta poseer el 71,1% de la población joven rural; en segundo lugar, el mercado laboral demanda la **capacidad de visión** (64,3%), que también se encuentra presente en un 64% de los/as jóvenes y, en tercer lugar, demanda en un 50% **creatividad y capacidad para valorar ideas**, competencias que la población joven considera que tienen en un 68,9% y 65,5%, respectivamente. Por último, menos de la mitad de empresas (42,9%) demanda la

- capacidad de detectar oportunidades, aunque esta competencia es valorada por un 57,1%, coincidiendo relativamente con un 55,3% de jóvenes que dicen poseerla.
- Entre las **competencias relacionadas con la gestión de los recursos**, la competencia que más manifiesta tener la población joven rural es la **motivación y la perseverancia** (70,8%), que es, además, la más demandada por las empresas de este grupo en un 57,1%. Y, a pesar de manifestar tener la **capacidad de autoconocimiento y autoeficacia** en un 64,6% de los casos, esto es demandado tan solo en un 42,9% de las empresas (aunque se valora en el 57,1% de los casos). Por su parte, la **capacidad de movilizar a otros y los conocimientos financieros** son valorados entre un 57,1% y 64,3%, pero no demandados específicamente y, de la misma forma, cerca de la mitad de los/as jóvenes (54% y 46,3%, respectivamente) manifiesta tenerlas (aunque un 35,1% y 33,5% no sabe si tiene estas competencias). Y, por último, la **capacidad de movilizar recursos** resulta igual de valorado y demandado en un 42,9% de los casos, a pesar de que el 54,3% de los jóvenes dice poseerla.
 - Del grupo de **competencias relacionadas con las acciones**, las competencias que la población joven rural más manifiesta tener son la **capacidad de aprender mediante la experiencia** (80,4%) y la **capacidad para trabajar con otros** (77%), que son también las más demandadas por el mercado laboral: aprender a través de la experiencia en un 71,4% y capacidad para trabajar con otros en un 85,7%. En segundo lugar, las competencias relativas a **tomar la iniciativa y la capacidad de planificar y gestionar** son demandadas en un 64,3% y 50%, similares a los porcentajes de jóvenes que dicen poseerlas, en un 62,7% y 63,4%, respectivamente. Por último, **afrontar la incertidumbre** también se encuentra demandada solo en un 50%, coincidiendo con las dudas de la población joven: un 54% manifiestan tenerla, aunque les sigue un 37,9% que no sabe si tiene dicha competencia.

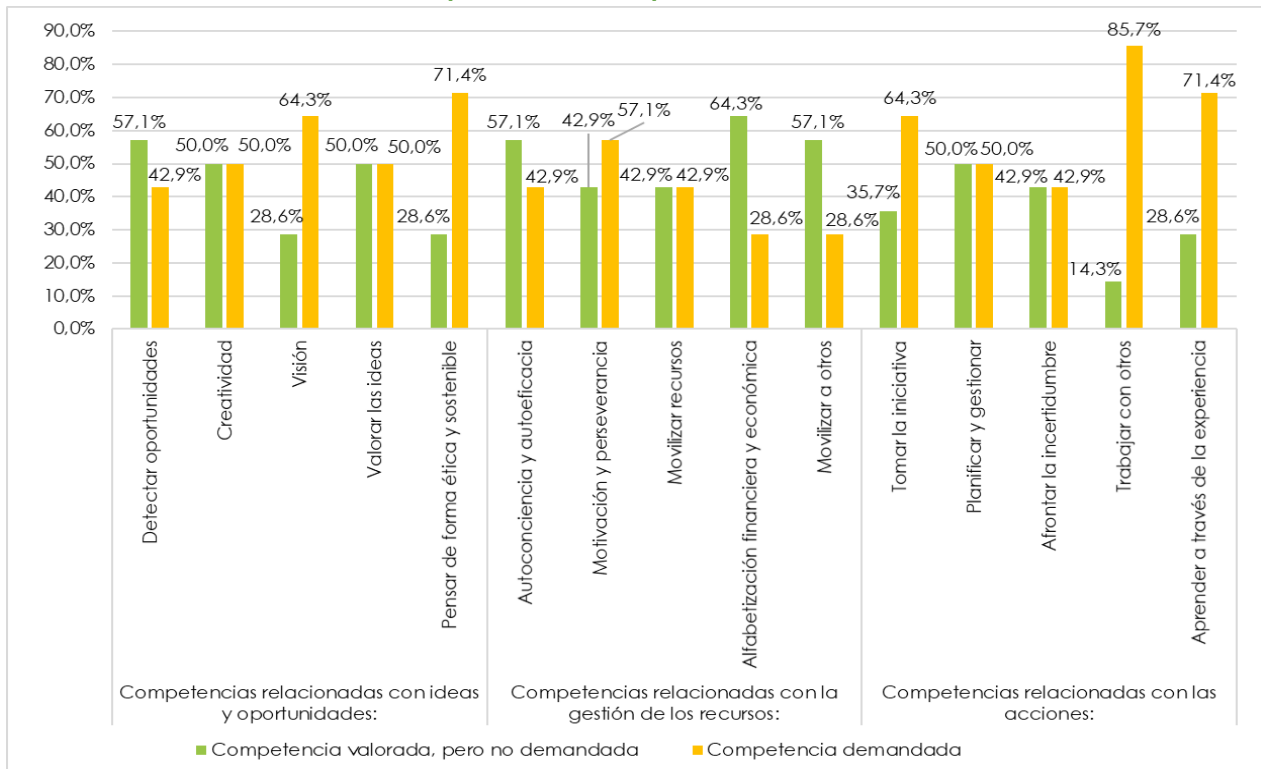
Los siguientes gráficos 6 y 7 muestran las competencias emprendedoras más presentes en la población rural joven, de acuerdo a su autovaloración, y las más demandadas o valoradas por parte de las empresas verdes:

Gráfico 6: Porcentaje de posesión de competencias emprendedoras entre la población joven rural:



Fuente: elaboración propia

Gráfico 7: Porcentaje de competencias emprendedoras más valoradas y demandadas por parte de las empresas verdes:



Fuente: elaboración propia

A pesar de la correlación entre las competencias emprendedoras demandadas y poseídas, **encontramos que aquellas competencias más favorables para la actividad emprendedora son menos demandadas por el mercado laboral verde**, como por ejemplo, las competencias relativas a la detección de oportunidades, autoconciencia y autoeficacia, alfabetización financiera y capacidad para movilizar a otros. Estas competencias resultan valoradas positivamente, pero no demandadas específicamente en las encuestas, pero son también algunas de las más mencionadas durante las entrevistas a la hora de potenciar el emprendimiento verde. A la hora de preguntar por las competencias emprendedoras más demandadas en las entrevistas a empresas verdes, **se ha señalado la importancia de competencias como la confianza, el liderazgo, la creatividad, tener habilidades comunicativas o saber identificar oportunidades como elementos clave para construir negocios.**

El 71,4% de las empresas verdes encuestadas demanda competencias emprendedoras, de acuerdo con lo percibido con la población joven rural, quienes consideran en un 73,6% que estas competencias son demandadas actualmente y un **73,3% cree que formarse en ellas aumentaría sus posibilidades de conseguir un empleo verde o emprender un negocio verde.** En consonancia, un 69,6% está interesado en adquirir o ampliar sus competencias emprendedoras.

En cuanto a las **oportunidades formativas** en competencias emprendedoras, en las entrevistas a población joven rural ha destacado la falta de interés por formarse en estas competencias o el desconocimiento de la existencia de estas formaciones. **El interés por el emprendimiento es percibido más como una cuestión individual para la que se tienen habilidades naturales o se desarrollan después de una larga experiencia profesional, desincentivando el interés en formarse en ellas.** Al profundizar en las limitaciones a estas formaciones, aunque manifiestan que abunda la formación online y gratuita, la formación existente al respecto resulta superficial y la obtenida durante su etapa educativa resulta escasa. Al mismo tiempo, se han detectado, en algunos casos, un mayor conocimiento sobre cómo acceder a estas formaciones, dónde encontrar información al respecto o a quién consultar. De esta forma, queda latente la **necesidad de la población joven rural de recibir más servicios de apoyo que se encuentren orientados a dar a conocer estas competencias y sus beneficios para promover su interés.**

- ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRESENCIA DE COMPETENCIAS VERDES Y EMPRENDEDORAS ENTRE JUVENTUD RURAL Y URBANA

En lo que respecta a las diferencias detectadas con respecto a la población urbana, **aparentemente, no se ha detectado una especial necesidad formativa en comparación a la población joven urbana.** Las empresas no encuentran diferencias reseñables en relación a la presencia de competencias verdes o emprendedoras entre la población joven que llega a sus empresas en función de su condición rural o urbana. La encuesta a empresas verdes muestra que un 38,4% manifiestan que los jóvenes residentes en entornos rurales que llegan a ellos sí disponen de competencias verdes, pero un 38,4% manifiesta no saberlo. Y, de la misma forma, tan solo un 38,4% de ellas considera que tienen competencias emprendedoras. La información obtenida de las **entrevistas a empresas verdes resulta diversa:** por un lado, solo en dos casos se ha mencionado que la población joven rural dispone de mayores competencias verdes que la urbana; en una ocasión, que la población joven rural no dispone de estas competencias verdes y que la población joven urbana se muestra más competitiva que la rural (haciendo referencia a la mayor presencia de competencias emprendedoras);

pero, la mayoría (5 informantes), **no relacionan estas competencias con la condición rural, sino que lo ven como una cuestión más individual que depende del nivel de estudios e intereses personales.** Sin embargo, paralelamente, las empresas han señalado durante las entrevistas que, a pesar de contar con procedimientos para su detección, **resulta difícil saber con precisión si este tipo de competencias se encuentran presentes entre sus demandantes de empleo.**

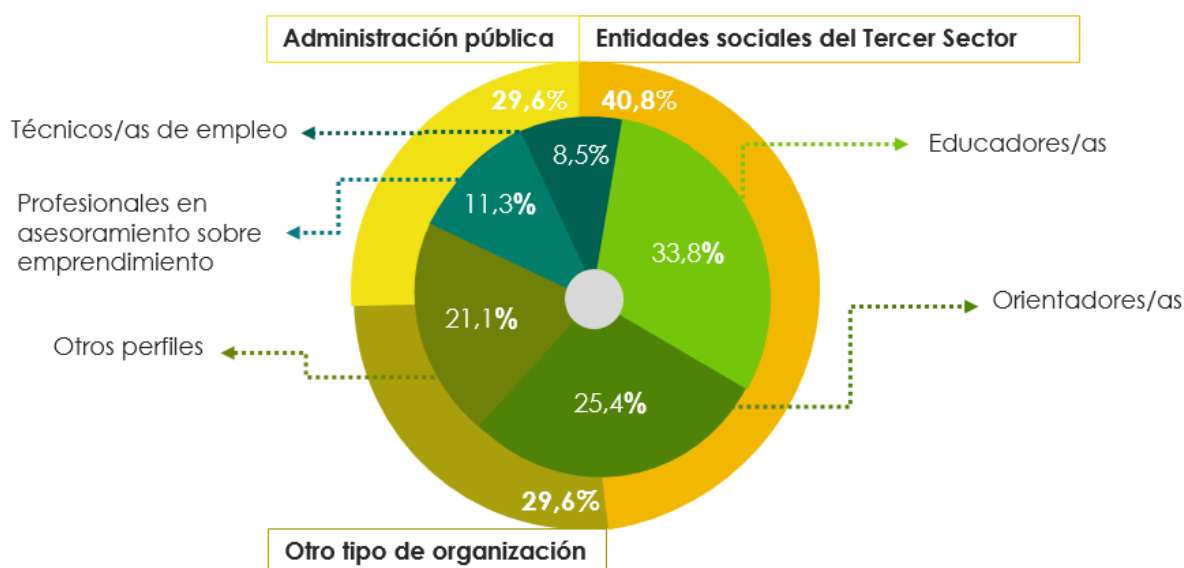
En conclusión, **el 100% y el 92,9% de las empresas verdes consideran que las competencias verdes y emprendedoras serán cada vez más demandadas por las empresas verdes en un futuro** y se requiere promover este tipo de formaciones orientadas a competencias para favorecer que la población joven pueda estar actualizada en cuanto a las necesidades tan dinámicas del mercado laboral y obtenga los conocimientos necesarios para animarse a emprender por sí misma.

5.3.2. NECESIDADES DE SERVICIOS PARA LA POBLACIÓN JOVEN RURAL EN RELACIÓN A LA FORMACIÓN PARA ACCEDER AL EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO VERDE

La información recopilada en este apartado se ha nutrido de las 71 encuestas y 11 entrevistas a profesionales que trabajan en la promoción de la empleabilidad joven rural, y las 23 encuestas a profesionales pertenecientes a la administración pública y del tercer sector.

- La muestra de **profesionales de la empleabilidad joven** encuestados muestra una representación de 5 perfiles diferentes: educadores/as (33,8%), orientadores/as laborales (25,4%), otros perfiles dedicados a la empleabilidad joven (21,1%), profesionales específicos/as en asesoramiento sobre emprendimiento (11,3%), y técnicos/as de empleo (8,5%). Estos perfiles pertenecen a entidades sociales del Tercer Sector (40,8%), a la administración pública (29,6%) o a otro tipo de organizaciones (29,6%), como se muestra en el gráfico 8. En total, se ha obtenido un promedio de representación de los seis países miembro del 16,6%.

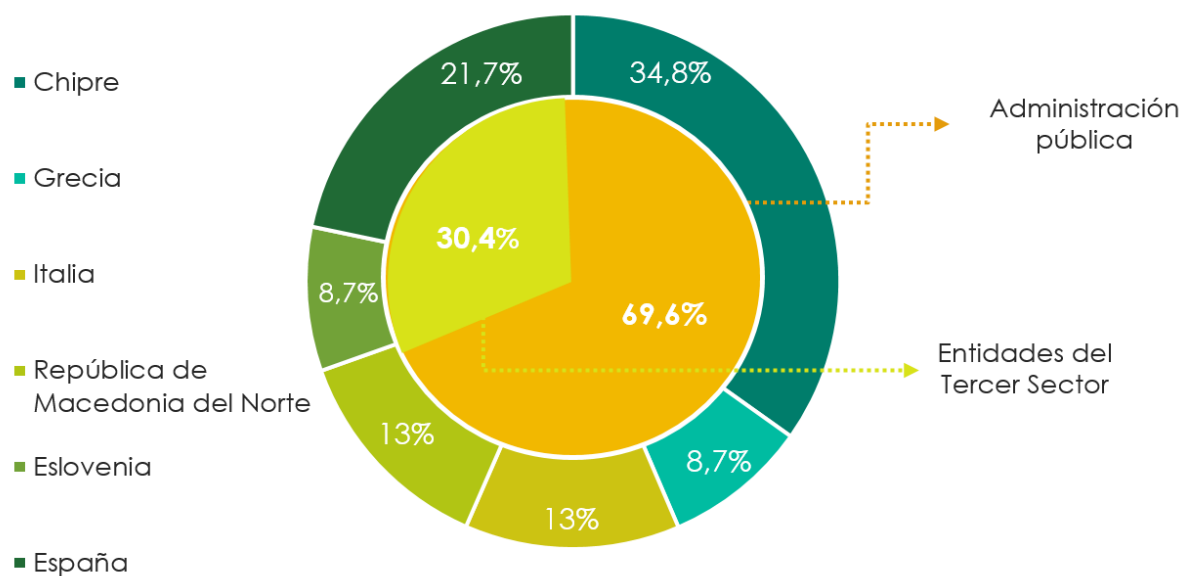
Gráfico 8. Distribución de la muestra de la encuesta a profesionales de la empleabilidad joven según su perfil profesional y el tipo de organización a la que pertenecen (%):



Fuente: elaboración propia

- Por su parte, la encuesta a **administraciones públicas y entidades del tercer sector** cuenta con una distribución del 69,6% y 30,4%, respectivamente; y con una representación por países mínimo en torno al 10% (detalles en Gráfico 9).

Gráfico 9. Distribución de la muestra de la encuesta a administraciones públicas y entidades pertenecientes al tercer sector por país (%):



Fuente: elaboración propia

- SERVICIOS DISPONIBLES PARA LA JUVENTUD RURAL

A continuación, este apartado aborda **cómo se impulsa el empleo y emprendimiento verde desde las administraciones públicas y entidades sociales para la población joven rural** a partir de la información obtenida de las entrevistas a la administración pública y del tercer sector y las encuestas y entrevistas a profesionales que trabajan en el ámbito de la empleabilidad joven.

En términos generales, las entidades administrativas y del tercer sector encuestadas cuentan en su gran mayoría con programas o iniciativas para que la población joven se inserte en empleos verdes (91,3%) o emprendan negocios verdes (87%); pero, **a la hora de preguntar por programas dirigidos a la población joven residente en entornos rurales, la mayoría manifiesta tener pocos programas o iniciativas para su inserción en empleos o promocionar su emprendimiento verde (47,8% y 39,1%, respectivamente)**. Aunque en menor medida, cabe señalar que un 38,8% ofrecen bastantes programas de empleo y un 26,1% de emprendimiento verde, siendo estos valorados a su vez como muy o bastante efectivos (en un 60% y 57,9%, respectivamente).

De la misma forma, aunque con cifras ligeramente superiores, la encuesta dirigida a profesionales de la juventud muestra que las entidades presentes en los 6 países cuentan con **servicios especializados de asesoramiento y/o formación en empleo o emprendimiento verde para la población joven rural en un 66,2% de los casos**. Entre los principales servicios especializados que ofrecen las entidades encuestadas se encuentran: 1) la orientación

laboral (16,50%), 2) el asesoramiento para la búsqueda de empleo (15,30%) y orientación a emprendedores (15,30%), 3) formación en competencias empresariales (14,80%), y 4) formación en competencias verdes (14,20%). El Gráfico 10 muestra de forma más amplia la proporción de servicios ofertados.

Gráfico 10. Servicios ofrecidos por las entidades encuestadas para jóvenes de entornos rurales que quieran insertarse en el empleo verde o emprender un negocio verde:



Fuente: elaboración propia

Entre las entidades que sí ofrecen servicios especializados a población joven rural, **la mayoría manifiesta tener bastante o mucha demanda de servicios de asesoramiento y/o formación en empleo o emprendimiento verde (51,1%)** seguidas de cerca de aquellos que tienen poca o ninguna demanda (48,9%). Particularmente, los **servicios más demandados por la población joven rural**, representado en el gráfico 11, son 1) la orientación laboral (26,1%), 2) la gestión de ayudas económicas individuales o financiación de proyectos (21,7%), 3) Asesoramiento para la búsqueda activa de empleo (13%) y orientación a emprendedores (13%) y 4) Intermediación laboral (10,9%). Y, aunque la formación en competencias verdes y emprendedoras no se encuentra entre ellas, al preguntar específicamente si la **población joven rural las demanda**, la mayoría de profesionales de la juventud manifiestan ampliamente que sí (78,7% y 87,2%, respectivamente).

Gráfico 11. Servicios más demandados por la población joven rural



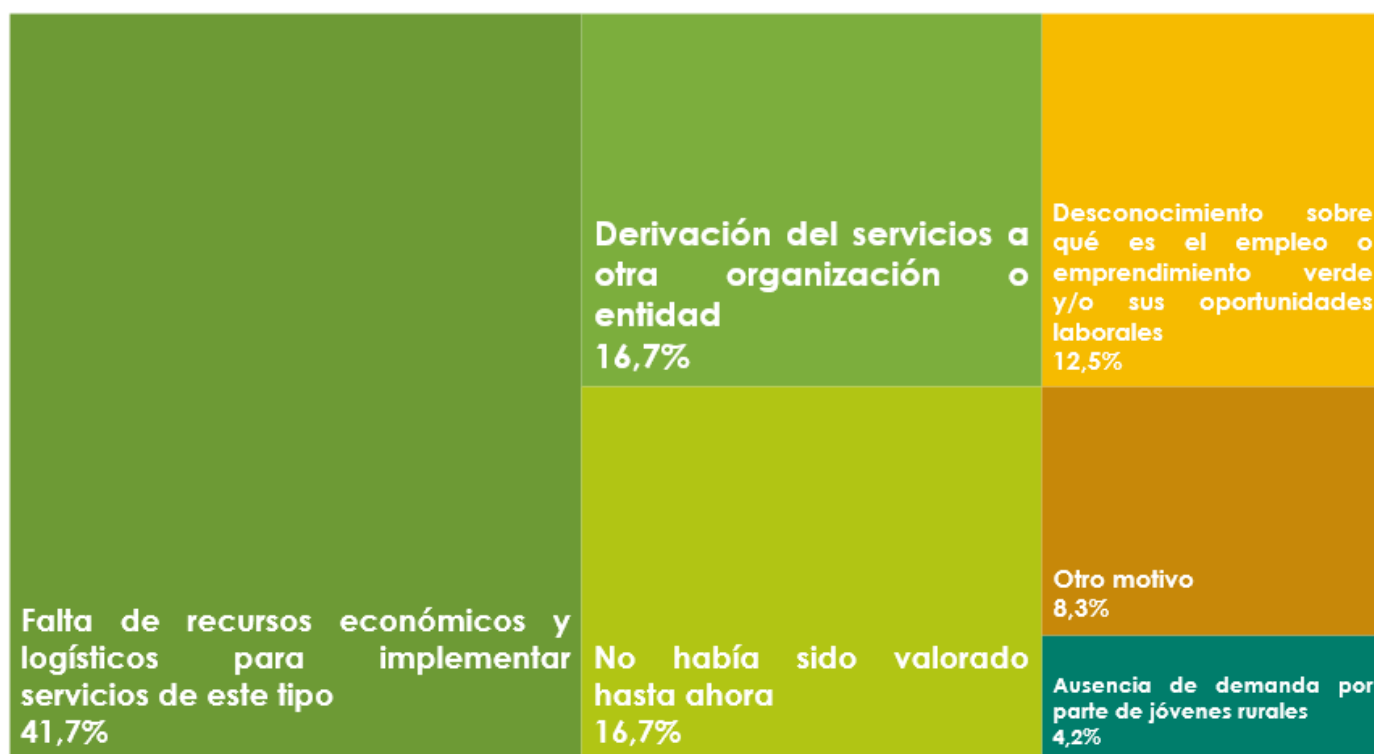
Fuente: elaboración propia

Estas cifras reflejan el interés de la población joven rural por la formación en este tipo de competencias, aunque no de forma prioritaria con respecto a otros servicios. Sin embargo, **los/as profesionales de la juventud valoran con un 8,4 de media sobre 10 la importancia de formar en materia de competencias verdes o emprendedoras a jóvenes residentes del ámbito rural (no solo para insertarse en empleos verdes, sino también en cualquier otro tipo de empleo dados sus beneficios a nivel personal y profesional, según lo informado en las entrevistas)**. De la misma forma, las **entidades públicas y miembros del tercer sector consideran necesaria esta formación en un 91,3% y 87% de los casos**. Teniendo en cuenta que **la población joven rural cuenta con mayores dificultades para insertarse laboralmente frente a la población joven residente en zonas urbanas (de acuerdo a un 66,2% de los/as profesionales de la juventud encuestados)**, se considera bastante o muy importante (87%) el papel de las organizaciones administrativas y entidades del tercer sector para promover del empleo y emprendimiento verde entre jóvenes del ámbito rural.

A pesar de cómo estos resultados señalan la relevancia de este tipo de servicios para mejorar la situación laboral de la población joven rural, las **entidades públicas y miembros del tercer sector** valoran con un 5,2 en una escala del 1 al 10 la promoción que se hace a nivel nacional del empleo y el emprendimiento verde en este colectivo.

A este respecto, las encuestas a profesionales de la empleabilidad juvenil han mostrado que los **motivos principales por los que no se ofrecen servicios especializados (presentados en el Gráfico 12) son**: 1) la falta de recursos económicos y logísticos para implementar servicios de este tipo (41,7%), 2) la derivación de estos servicios a otras entidades (16,7%) o que no lo han valorado hasta el momento ofrecer el servicio (16,7%) y, 3) el desconocimiento sobre las oportunidades laborales que ofrece el empleo y emprendimiento verde (12,5%).

Gráfico 12. Motivos por los que las entidades no ofrecen servicios especializados de asesoramiento y/o formación en empleo o emprendimiento verde a jóvenes residentes en entornos rurales:



Fuente: elaboración propia

Estos resultados señalan la importancia de formarse en competencias verdes y emprendedoras desde la perspectiva de aquellos perfiles especializados en las oportunidades laborales de la población joven y rural, al tiempo que **señalan la escasa presencia de servicios para formarse al respecto y la poca percepción de la población joven rural como una prioridad** en la demanda de servicios para acceder al mercado laboral verde.

5.3.3. LA NECESIDAD DE PROMOCIONAR EL EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO VERDE ENTRE EL COLECTIVO JOVEN RURAL

Este apartado se nutre de la información obtenida de varias técnicas enumeradas previamente, particularmente de las siguientes fuentes: encuestas y entrevistas a población joven rural, entrevistas a empresas verdes, encuestas a administraciones públicas y entidades del tercer sector y entrevistas y encuestas a profesionales de la empleabilidad joven¹⁵.

¹⁵ Los detalles de las muestras que componen cada una de las técnicas se encuentran disponibles en el apartado metodológico. Y las proporciones más desglosadas de las encuestas se encuentran en los apartados de resultados previos 5.3.1 y 5.3.2.

- EL EMPLEO VERDE ES PERCIBIDO COMO UNA OPORTUNIDAD LABORAL EN MAYOR MEDIDA QUE EL EMPRENDIMIENTO VERDE

Un 73,9% de las administraciones públicas y entidades del tercer sector encuestadas considera que el empleo verde o el emprendimiento verde son considerados por los y las jóvenes rurales como una oportunidad laboral, coincidiendo en gran medida con la información obtenida en las entrevistas y encuesta a población joven rural. Los resultados de las entrevistas a jóvenes rurales reflejan la existencia de una buena percepción de los empleos verdes, la mayoría **considera estos empleos como una oportunidad laboral y, gran parte de los que se encuentran actualmente empleados/as en uno, desean mantenerlo a largo plazo** (ninguno de ellos/as hizo uso de ningún servicio de empleo para acceder al mismo). Por su parte, también la mayoría de los que no cuentan con experiencia profesional en este campo, se han planteado participar en él por sus implicaciones positivas sobre el medio ambiente y por sus perspectivas de crecimiento futuro; y los que no se lo han planteado, han mencionado no estar familiarizados con este tipo de empleos como motivo principal para no haberse interesado por ellos.

De forma general, la encuesta a jóvenes muestra que **el 75,5% de jóvenes rurales conoce el significado de empleo verde** y es consciente de su presencia en diversos sectores de la economía. Y, aunque la mayoría (un 33,2%) se ha planteado en alguna ocasión trabajar en un empleo verde y un 28,3% se lo ha planteado en varias ocasiones, **existe una proporción relevante del 32,3% de los/as jóvenes rurales que no se lo ha planteado nunca (Gráfico 13)**.

En lo que respecta al **emprendimiento verde**, encontramos una **perspectiva ligeramente más negativa con respecto a sus oportunidades laborales**. Las encuestas reflejan que un **61,5% de los/as jóvenes rurales no se han planteado en ninguna ocasión emprender un negocio verde (Gráfico 14)**. Por su parte, ninguno/a de los jóvenes entrevistados cuenta con experiencia emprendimiento y, aunque 8 de las 12 jóvenes considera emprender como una oportunidad laboral para ellos, lo hacen con numerosos condicionantes vinculados a su aún escasa experiencia profesional, la falta de recursos y conocimientos para iniciar un negocio o la falta de confianza en el desarrollo verde a nivel nacional¹⁶. **De los/as 12 personas entrevistadas, la mitad se han planteado emprender un negocio verde, pero todos ellos en un futuro, cuando dispongan de mayor formación y recursos**. Sus motivos son similares a los mencionados previamente para el empleo verde: sus implicaciones positivas sobre el medio ambiente y perspectivas de crecimiento futuro, aunque en este caso, se añaden otros motivos como el aprovechamiento de ayudas y subvenciones para población joven y mujeres disponibles a nivel nacional¹⁷.

Estos resultados reflejan cómo, **aunque la mayoría de jóvenes contempla el empleo verde como una oportunidad laboral, sigue habiendo una proporción relevante que no está familiarizado con el mismo o tiene dudas sobre si dispone de las capacidades para desempeñarlo, tal y como se muestra en el Gráfico 13**: la mayoría de jóvenes considera no verse capaces de desempeñar un empleo verde (36,6%), seguidos de aquellos que sí (con 34,2%) y de aquellos que no lo saben (un 29,2% de los casos). **De la misma forma, aunque el**

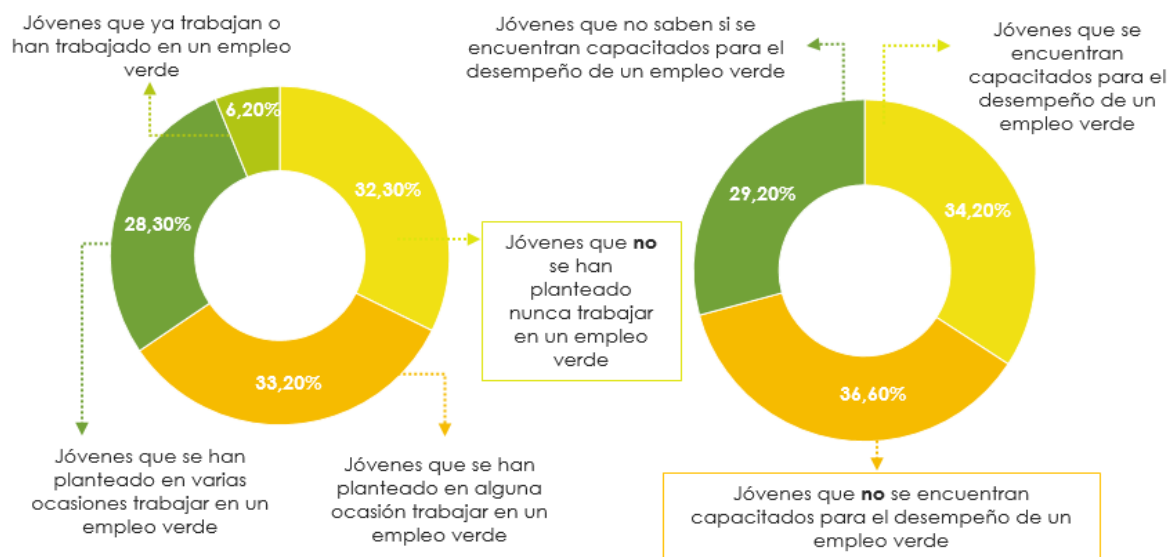
¹⁶ Este caso ha sido detectado concretamente en las 2 entrevistas realizadas entre la población joven rural de Macedonia del Norte.

¹⁷ La disponibilidad de ayudas y subvenciones al emprendimiento para población joven y mujeres se ha mencionado concretamente en las entrevistas realizadas a la población joven española.

emprendimiento verde es contemplado como una opción laboral, la población joven no la percibe como una posibilidad real a corto plazo.

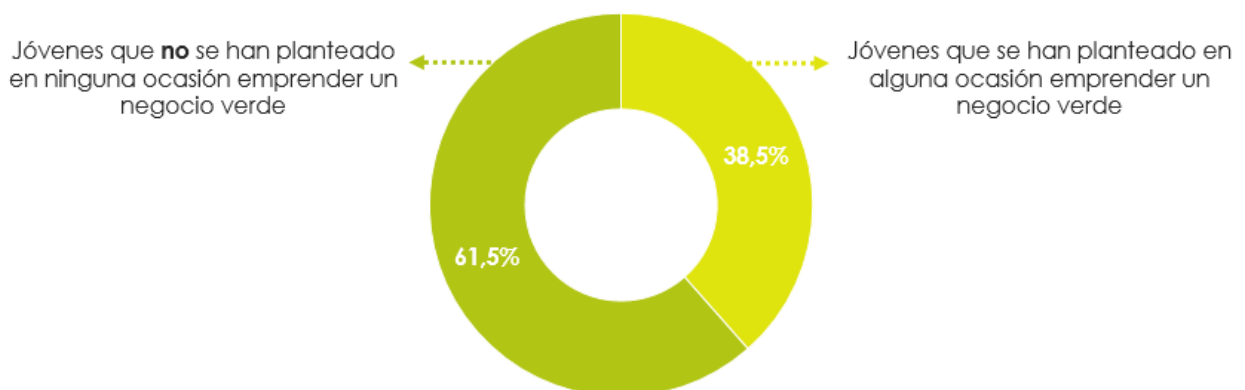
No se han detectado diferencias estadísticas en función al género en cuanto al conocimiento del empleo verde o si se ha planteado en alguna ocasión participar en él. Sin embargo, sí **se aprecia una menor confianza entre las mujeres jóvenes a la hora de preguntarles si disponen de las capacidades para acceder a él.** La mayoría de las mujeres (44,4%) no se consideran capacitadas para desempeñar un empleo verde frente a una mayoría de hombres jóvenes (45,5%) que considera sí estar capacitado¹⁸.

Gráfico 13. Porcentaje de jóvenes que han considerado participar en empleos verdes y su percepción sobre su capacitación para su desempeño:



Fuente: elaboración propia

Gráfico 14. Porcentaje de jóvenes que han considerado emprender



Fuente: elaboración propia

Por su parte, **las entrevistas a profesionales de la empleabilidad joven coinciden en su perspectiva positiva sobre las oportunidades de empleo verde y las mayores dificultades para emprender cualquier tipo de negocio para la población joven.** A excepción de los/as

¹⁸ $\chi^2 = 19,190$ $p = .001$

profesionales de Macedonia del Norte (donde se considera que estos empleos aún están emergiendo), **los profesionales consideran que el empleo verde ofrece oportunidades laborales considerables para la población joven rural.** Aunque en España también se ha destacado la dificultad de acceso a estos empleos, no tanto por la condición rural de las personas, sino por la alta privatización y escasa oferta de empleo público, especialmente de aquellos empleos ubicados en la gestión de residuos. Y, aunque también **perciben el potencial del emprendimiento verde para el empleo rural, coinciden en que aún resulta muy dependiente de la presencia de ayudas y subvenciones** que, a día de hoy, resultan escasas.

Debido a este contexto, los profesionales de la empleabilidad joven señalan que la orientación laboral a jóvenes rurales resulta compleja dado que, **desde las etapas escolares, no se ofrece una guía adecuada para promover el trabajo en zonas rurales.** Por tanto, consideran que, en términos generales, las instituciones dedicadas a la educación u orientación laboral sí animan a la población joven rural a que traten de acceder a empleos verdes, pero la información aportada en las escuelas se considera desactualizada¹⁹ y las formaciones existentes fuera de la escuela no suelen generar vínculos con empresas. Consideran que **no se anima más a acceder a estos servicios porque existe una falta de conocimiento en cuanto a las necesidades formativas del ámbito “verde”²⁰ que se ha vinculado, en algunos casos, al gran dinamismo que están experimentando en estos sectores.**

Y, **en lo que respecta al emprendimiento verde,** encontramos que en la mayoría de países los profesionales de la juventud argumentan que las instituciones dedicadas a la educación u orientación laboral sí animan a la población joven rural a emprender negocios verdes, aunque señalan de forma generalizada que no son suficientes, esclareciendo dos principales limitaciones: 1) a pesar de existir diversos programas formativos (especialmente online) de desarrollo emprendedor, **estos enfoques suelen ser de carácter muy teórico y genéricos y rara vez abordan las necesidades y situaciones específicas de los jóvenes rurales.** Y, 2) a menudo **faltan recursos financieros,** lo que dificulta a los jóvenes emprendedores poner en marcha sus proyectos. En este sentido, en aquellos casos donde se ha considerado que no se anima a la población joven rural a emprender negocios verdes (Eslovenia, Italia y Macedonia del Norte), se ha señalado otra limitación, como la falta de conocimiento entre los profesionales del ámbito educativo y orientador laboral.

La administración pública y entidades del tercer sector pueden jugar un papel clave a la hora de visibilizar las **oportunidades laborales que ofrece el empleo verde entre aquella población que aún no se encuentra familiarizada con el mismo y empoderar a aquellos que, conociéndolo, no se consideran actualmente capaces de desempeñarlo.** De la misma forma, conocer las oportunidades que ofrece para la población joven el emprendimiento verde puede contribuir a mejorar la percepción actual de sus oportunidades laborales en su territorio. Sin embargo, queda latente la **necesidad de actualizar los programas formativos existentes y dotarlos de la mayor cantidad de recursos posibles, preferiblemente, adaptados a la realidad de la población joven rural.**

¹⁹ Esto ha sido especialmente mencionado en las entrevistas a jóvenes rurales y profesionales de la empleabilidad joven en Italia.

²⁰ Esta falta de conocimientos en torno a las oportunidades en el empleo verde fue especialmente mencionada por los profesionales de la empleabilidad joven de Macedonia del Norte.

- ESTRATEGIAS PARA PROMOCIONAR EL EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO VERDE ENTRE LA POBLACIÓN JOVEN RURAL

Ante este planteamiento de necesidades sobre los servicios y programas formativos dirigidos a la población joven rural, recopilamos las propuestas extraídas de las entrevistas a los diferentes perfiles: jóvenes, empresas verdes y profesionales de la empleabilidad joven, con el fin de nutrir las recomendaciones finales de esta investigación.

A continuación, las tablas 3 y 4 resumen las propuestas estratégicas extraídas de la totalidad de las entrevistas para **fomentar tanto la formación en competencias verdes y emprendedoras como el mayor acceso al empleo y el emprendimiento verde.**

Tabla 3: Listado de estrategias para promocionar la formación en competencias verdes y emprendedoras desde la óptica de jóvenes rurales, empresas verdes y profesionales de la empleabilidad juvenil

	JÓVENES RURALES	EMPRESAS VERDES	PROFESIONALES DE LA EMPLEABILIDAD JUVENIL
PROMOCIONAR LA FORMACIÓN EN COMPETENCIAS VERDES Y EMPRENDEDORAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar la formación en estas competencias entre el profesorado para que puedan ser impartidas desde la etapa escolar a la población. 2. Crear más relaciones entre los municipios y las instituciones educativas e impartir estas formaciones a nivel local. 3. Aprovechar los recursos online para formarse dada sus ventajas para la población rural, pero sin abandonar los encuentros presenciales que contribuyen a crear redes y reducir la sensación de soledad. 4. Dentro de la formación online, promocionar sesiones en vivo que permitan la interacción y cercanía entre la población joven rural. 5. Emplear nuevas estrategias educativas, como aplicaciones móviles, que permitan formarse en estas competencias de forma interactiva. 6. Disponer de formaciones de carácter más práctico sobre emprendimiento 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer formación en competencias desde las empresas, donde además pudiesen aplicar estos conocimientos mediante prácticas en las mismas. 2. Impulsar la confianza de la población joven rural para motivarlos a buscar oportunidades de mejorar su formación en un contexto tan dinámico. 3. Crear redes desde las empresas con la población joven para ayudarles a desarrollar estas competencias y actuar como tutores para dar a conocer las necesidades del mercado laboral. 4. Tratar de mostrar a la población joven la importancia de darle valor a las pequeñas acciones del día a día, que son a través de las cuales se interiorizan estas competencias. 5. Concienciar sobre la importancia de formarse, incluso para aquellos empleos donde se podría considerar no necesaria, como ocurre en el agrario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formar a profesores y formadores en dichas competencias para favorecer una mayor transmisión de las mismas en la población joven local. 2. Facilitar encuentros entre empresas y jóvenes para facilitar el conocimiento sobre este tipo de formaciones y ejercer como motivadores. 3. Realización de campañas de sensibilización, crear foros abiertos, fortalecer vínculos con las escuelas y ofrecer programas de formación y tutoría de forma gratuita para favorecer el conocimiento y acceso de la gente joven a estas formaciones. 4. Ejercer como motivadores para la formación en estas competencias visibilizando el poder transformador de estas competencias, no solo a nivel profesional, sino también personal. Así como su potencial repercusión a nivel local. 5. Adaptarse a las nuevas necesidades de la población joven, sobre todo a las nuevas formas de interactuar con él y estrategias de enseñanza disponibles, por ejemplo ofreciendo formaciones de carácter más práctico o tecnológico, y aprovechar metodologías de enseñanza menos formales

Fuente: elaboración propia

Tabla 4: Listado de estrategias para promocionar el acceso al empleo y emprendimiento verde desde la óptica de jóvenes rurales, empresas verdes y profesionales de la empleabilidad juvenil

	JÓVENES RURALES	EMPRESAS VERDES	PROFESIONALES DE LA EMPLEABILIDAD JUVENIL
PROMOCIONAR EL EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO VERDE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer los beneficios e incentivos de los empleos verdes a nivel ambiental, social y laboral para motivarlos a participar en el mercado laboral verde. 2. Conocer casos empresariales de éxito de población joven rural y facilitar encuentros con ellos y la población joven rural. 3. Conocer las oportunidades disponibles en el sector ecológico mediante herramientas como: plataformas de empleo o mapas de empresas verdes. 4. Contar con servicios particulares que permitan a los/as jóvenes rurales 1) conocer las oportunidades de empleo verde, 2) formaciones disponibles para acceder a estos empleos y 3) asesoramiento sobre las ayudas disponibles para emprender o formarse en estos ámbitos. 5. Fomentar la interacción de las empresas con las escuelas realizando visitas y presentaciones. 6. Promover espacios más inclusivos en los empleos verdes para minorías sociales, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el vínculo de la población joven rural con el entorno natural y promocionar estos empleos dando a conocer sus múltiples beneficios a nivel social y ambiental. 2. Fomentar el espíritu empresarial y buscar el apoyo de los jóvenes en iniciativas ecológicas, garantizando su acceso a la información y así fomentar una mayor relación entre empresas y jóvenes. 3. Estrechar lazos entre las empresas verdes y la población joven, manteniéndola informada sobre las tendencias del mercado y ofrecer servicios de prácticas y formación certificada en campos como las energías renovables o la agricultura sostenible. 4. Dar a conocer buenas prácticas detectadas en otros territorios y cómo estas pueden adaptarse a otros contextos locales y nacionales. 5. Educar en valores a la población joven para favorecer su interés por empleos éticos y sostenibles. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar encuentros entre emprendedores/as en zonas rurales para ejercer como motivadores/as y evitar sensaciones de soledad entre la población joven que trata de emprender 2. Dar a conocer los empleos verdes entre formadores y orientadores laborales para que puedan promocionarlos de forma óptima entre la población joven rural o personas externas interesadas en mudarse a entornos rurales 3. Promocionar la relación entre la sostenibilidad y el espíritu empresarial desde las etapas educativas más tempranas. 4. Mostrar el potencial de las zonas rurales y sus oportunidades únicas de empleo verde mediante campañas de sensibilización sobre el emprendimiento ecológico en contextos rurales. 5. Promocionar oportunidades formativas entre juventudes migrantes interesados en trasladarse a entornos rurales²¹.

Fuente: elaboración propia

²¹ Las entrevistas a profesionales de la empleabilidad en España han señalado que las oportunidades en el empleo verde no se están diferenciando del resto de empleos convencionales y las oportunidades formativas resultan escasas para las juventudes migrantes, quienes ya presentan dificultades para acceder a formaciones gratuitas a consecuencia del retraso en los trámites de su regulación en el país.

La recopilación de propuestas con respecto a cómo potenciar la formación en competencias y una mayor participación en el mercado laboral verde muestra cómo existe una alineación entre varias de las propuestas de los distintos perfiles entrevistados, **coincidiendo especialmente en las siguientes propuestas:**

- La necesidad de potenciar estas formaciones e intereses desde las etapas educativas más tempranas.
- Fortalecer vínculos entre los diferentes agentes (jóvenes, empresas y entidades sociales) para la creación de redes que inspiren y motiven a la población joven rural a participar en el mercado laboral verde.
- Ofrecer oportunidades reales de participación en el mercado verde para la población joven a través de prácticas en empresas verdes.
- Y, actualizar las formaciones existentes en relación a las nuevas necesidades de la población joven, que demandan una mayor practicidad y profundidad de los conocimientos adquiridos.

6. CONCLUSIONES

Las conclusiones de este estudio reafirman las oportunidades que ofrece el mercado laboral verde en Europa tras la **identificación de nichos de empleo verde en 12 sectores diferentes a lo largo de los 6 países europeos analizados y el rastreo de 68 buenas prácticas que promocionan estas actividades.**

La diversidad de metodologías empleadas ha permitido conocer desde diversos perfiles y enfoques las **necesidades formativas en cuanto a competencias verdes y emprendedoras** de la juventud rural, determinando que este colectivo percibe los beneficios de formarse en competencias verdes y emprendedoras, sin embargo:

- A pesar de la presencia de competencias verdes y emprendedoras entre la población joven rural, persiste una proporción de jóvenes considerable que no sabe identificar si dispone de ellas y/o no conoce la existencia de este tipo de formaciones.
- Se aprecia una mayor falta de confianza en las mujeres jóvenes a la hora de considerar su participación en el empleo verde.
- Las formaciones existentes en cuanto a competencias se consideran desactualizadas en los sistemas educativos y demasiado especializada cuando son impartidas por empresas. De hecho, las formaciones más predominantes se caracterizan por ser online, de carácter teórico y poco práctico.
- Las competencias empresariales menos demandadas por las empresas verdes son también las más favorables para el emprendimiento de negocios y, es precisamente, en la autoevaluación de estas competencias, donde la población rural joven requiere más formación.
- Estas competencias siguen siendo difíciles de detectar por parte de las empresas verdes en sus procesos de selección.

De la misma forma, se ha detectado la **necesidad de ampliar los servicios formativos disponibles para la población joven rural, tanto en lo que se refiere a formación en competencias como en su acceso al mercado laboral verde:**

- La formación en competencias verdes y empresariales resulta demandada por los/as jóvenes rurales, aunque no de forma prioritaria con respecto a otros servicios de empleo. Y, al mismo tiempo, esta resulta ampliamente valorada por los/as expertos/as entrevistados/as a la hora de favorecer las oportunidades de empleo de la población joven rural.
- A pesar de existir servicios especializados para la inserción de la población joven rural en el mercado laboral verde, no son considerados suficientes. Sigue predominando la necesidad de servicios de asesoramiento y acompañamiento tanto en las posibilidades formativas como de emprendimiento verde, especialmente por el carácter tan dinámico de los mismos.
- Se requiere una mayor adaptación de las formaciones existentes dirigidas a la población joven rural que aborden tanto las necesidades de los contextos rurales como las nuevas necesidades del mercado laboral verde.
- Aún resulta necesario seguir informando sobre las oportunidades que ofrece el mercado laboral verde entre aquellos/as jóvenes que no se encuentran familiarizados con el mismo. A este respecto, también se requiere seguir promocionando las oportunidades laborales del emprendimiento verde, dada la mayor desconfianza por parte de la población joven debido a la alta dependencia de ayudas y subvenciones y su escaso conocimiento y experiencia profesional.
- Continúa siendo necesario seguir trabajando en que los entornos laborales verdes ofrezcan verdaderas oportunidades de inclusión social.

7. RECOMENDACIONES PARA SATISFACER NECESIDADES FORMATIVAS DE LA POBLACIÓN JOVEN RURAL

Las recomendaciones de este apartado se encuentran dirigidas a sintetizar aquella información más relevante para la elaboración de los futuros programas formativos que contemplen las competencias verdes y emprendedoras:

En lo que respecta al contenido de las formaciones, se recomienda:

- Que las formaciones en competencias aporten **conocimientos especialmente prácticos**, que permitan conocer cómo se aplican las competencias aprendidas y que a su vez estas se encuentren **actualizadas según las necesidades del mercado laboral**.
- Promover la **participación de empresas verdes** en las formaciones para dar a conocer de primera mano oportunidades de empleo verde y los beneficios aportados por estos empleos.
- Incluir en las formaciones **casos de éxito y organizar encuentros con emprendedores/as jóvenes rurales** que motiven la creatividad y ganas por emprender entre la población joven.
- **Complementar la formación en competencias con formación de carácter técnico** en ámbitos como la gestión de residuos, energías renovables, producción agrícola sostenible, medición de la huella de carbono o certificaciones verdes.
- Incluir la **perspectiva de género** en su formulación para evitar incrementar la brecha de conocimientos y participación en el mercado laboral verde.
- **Contemplar información relativa a los contextos rurales:**
 - Conocimiento sobre las **dificultades particulares para emprender**, como la ausencia de locales o registros de locales disponibles y estrategias para afrontarlas.
 - Conocimiento sobre **estrategias de negocio cooperativas**, como el intercambio de recursos o distribuidores con el resto de población rural, para así, tratar de compartir gastos en la medida de lo posible y aumentar la competitividad de los negocios rurales en comparación a las multinacionales.
 - Conocimiento sobre los **problemas asociados al acceso a las tierras de cultivo** en el desarrollo de negocios agrarios y estrategias para combatirlo.

En lo que respecta a la impartición de las formaciones:

- A pesar de los beneficios que aporta a los territorios rurales la formación online, se recomienda **no abandonar los encuentros presenciales** para favorecer la creación de redes y vinculación entre los distintos agentes en el territorio (jóvenes, empresas, administraciones públicas y entidades sociales). Estos encuentros refuerzan las relaciones y permiten a los/as jóvenes sentirse más acompañados/as en sus proyectos profesionales.
- Las formaciones futuras deben ser **más innovadoras en cuanto a sus metodologías de enseñanza e** incluir el uso de herramientas tecnológicas e interactivas o métodos de enseñanza menos formales.
- Se recomienda ofrecer oportunidades a la población joven rural de llevar a la práctica los conocimientos aprendidos en empresas verdes mediante la **realización de prácticas**. De esta forma, se promoverá que las oportunidades formativas se encuentren vinculadas a oportunidades laborales.
- Es recomendable que las **formaciones en competencias vayan acompañadas de certificaciones**, con el objetivo de ayudar a la detección de estas competencias por parte de las empresas durante los procesos de selección.
- Resulta pertinente **ofrecer una amplia oferta formativa por niveles** que contemple desde los niveles educativos más tempranos, hasta aquellos más especializados y que resulte **accesible para aquellos colectivos en riesgo de exclusión social** como los/as jóvenes migrantes o personas pertenecientes a colectivos minoritarios.

8. BIBLIOGRAFÍA

- ATEI (2022a). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Rehabilitación de edificios*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real. <https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2022b). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Iluminación Sostenible*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real. <https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2021b). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Reforestación/Reducción de emisiones en España*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real. <https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2021a). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Movilidad Sostenible en España*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real. <https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- Avsec, S. y Kaučič, B. (2018). Green economy for sustainable environment: Slovenian perspective. *Środowisko Mieszkaniowe* 21, 62–71. <https://doi.org/10.4467/25438700sm.17.069.7926>
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, y Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union. doi:10.2791/593884.
- CEDEFOP (2010). *Skills for green jobs*. European Synthesis Report. European Centre for the Development of Vocational Training, International Labour Organization.
- CEDEFOP (2021). *The green employment and skills transformation: insights from a European Green Deal skills forecast scenario*. Luxembourg: Publications Office. <http://data.europa.eu/doi/10.2801/112540>
- CEDEFOP (2022). *Work-Based Learning and the Green Transition*. https://www.cedefop.europa.eu/files/2232_en_0.pdf
- Comisión Europea (2010). *EUROPA 2020 Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Bruselas.
- Comisión Europea (2017). *Technical handbook on the monitoring and evaluation framework of the Common Agricultural Policy 2014 – 2020*. Directorate-general for Agriculture and Rural Development. June 2017. European Commission. https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2018-10/technical-handbook-monitoring-evaluation-framework_june17_en_0.pdf
- Comisión Europea (2019). *El Pacto Verde Europeo*. Comisión Europea. Bruselas.
- Comisión Europea (2021). *Una Visión a largo plazo para las zonas rurales de la UE: hacia unas zonas rurales más fuertes, conectadas, resilientes y prósperas antes de 2040*. Comisión Europea. Bruselas. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021DC0345&from=SK>

- Comisión Europea (2022a). *GreenComp. El marco europeo de competencias sobre sostenibilidad*. Joint Research Centre. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bc83061d-74ec-11ec-9136-01aa75ed71a1/language-es>
- Comisión Europea (2022b). *At a glance: Greece's Cap Strategic Plan*. Agriculture and rural development. European Commission. https://rural-interfaces.eu/wp-content/uploads/2020/04/csp-at-a-glance-greece_en.pdf
- Díaz-Catalán, C. y Díaz-Chorne, L. (2016). No es país para emprendedores: emprendimiento y movilidad juvenil en Europa. *Revista de Estudios de Juventud*, 113.
- Ecnopoly (2022). Ecco al via la carica delle professioni green, anche in Italia. *Il Sole 24 Ore*. <https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2022/05/09/professioni-green-lavoro/>
- EP (2021a). La UE moviliza medios para sofocar los incendios en Italia, Grecia y los Balcanes. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-ue-moviliza-medios-sofocar-incendios-italia-grecia-balcanes-20210804160643.html>
- EP (2021b). Las autoridades dan temporalmente por controlado el incendio más grande de la historia de Chipre. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-enorme-incendio-forestal-deja-menos-cuatro-muertos-suroeste-chipre-20210704091519.html>
- EP (2022). Eslovenia moviliza a 2.000 efectivos para combatir los graves incendios. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-eslovenia-moviliza-2000-efectivos-combatir-graves-incendios-20220724204335.html>
- EuroNews (2023). La ola de calor aviva los incendios en Europa. <https://es.euronews.com/2023/07/17/nuevos-en-incendios-en-el-sur-de-europa>
- Eurostat (2022). National structures. Correspondence between the NUTS levels and the national administrative units. <https://bit.ly/3oP0bTU>
- FAM (2020). *Informe GEM Italia 2019-2020. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento*. Fondazione Aristide Merloni. https://www.researchgate.net/publication/358089417_Global_Entrepreneurship_Monitor_GEM_Italia_2019-2020_-_report
- Forética (2022). *Jobs 2030: Futuro del trabajo*. Observatorio español de empleo verde y transición justa. <https://foretica.org/wp-content/uploads/2022/11/Jobs-2030-Futuro-del-Trabajo-ObservatorioEspanolEmpleoVerdeyTransicionJusta.pdf>
- Fundación Biodiversidad (2023). *Empleo y transición ecológica. Yacimientos de empleo, transformación laboral y retos formativos en los sectores relacionados con el cambio climático y la biodiversidad en España*. Gobierno de España, Ministerio para la Transición Ecológica y el reto demográfico. https://fundacion-biodiversidad.es/wp-content/uploads/2023/05/Estudio-Empleo-y-Transicion-Ecologica_-def.pdf?utm_campaign=estudio-de-yacimientos&utm_medium=email&utm_source=acumbamail
- Gelasio, T. y Gisotti, M. (2019). *100 green jobs per trovare lavoro. Guida alle professioni sicure, circolari e sostenibili*. Edizioni Ambiente. <https://shop.edizioniambiente.it/catalogo/100-green-jobs-per-trovare-lavoro>
- GEM (2014). *El emprendimiento en Macedonia, cuarta investigación (ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО МАКЕДОНИЈА четврто истражување)*. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento. Fundación de Desarrollo de Macedonia para Empresas (MRFP). <https://www.gem->

makedonija.org.mk/wp-content/uploads/2017/01/pretpriemnistvo-vo-makedonija-gem2013.pdf

GEM (2023a). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023. Global Report: Adapting to a "New Normal"*. London: GEM.

GEM (2023b). *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://bit.ly/2qHwPWb> (Consultado el 3 de abril de 2023)

Gobierno de España (2011). *Oportunidades para la creación de empleo en el Medio Rural*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. [http://www.rurapolis.es/models/recursos/5/gavlpVXsUCaFYn4Oportunidades para la creaci%C3%B3n de empleo en el medio rural.pdf?1417447812](http://www.rurapolis.es/models/recursos/5/gavlpVXsUCaFYn4Oportunidades%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20empleo%20en%20el%20medio%20rural.pdf?1417447812)

Gobierno de España (2016). *Estrategia española de Bioeconomía Horizonte 2030*. Ministerio de Economía y Competitividad. https://www.mapa.gob.es/ca/desarrollo-rural/temas/innovacion-medio-rural/estrategiaenbioeconomia23_12_15_tcm34-560119.pdf

Gobierno de España (2019). *Estrategia de Transición Justa*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. https://www.transicionjusta.gob.es/Documents/common/Estatregia_Transicion_Justa-Def.PDF

Gobierno de España (2020). *España Circular 2030. Estrategia Española de Economía Circular*. Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico. <https://www.miteco.gob.es/fr/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia.html>

Gonzalez-Morales, O., Peza-Vazquez, R., y Contreras-Cueva, A. (2019). Las políticas de emprendimiento en Europa: un estudio comparado por países. *International Review of Economic Policy: Revista Internacional de Política Económica*, 1(1), 72-85. <https://doi.org/10.7203/IREP.1.1.16458>

Gospodarska zbornica Slovenije (2017). *Podjetja z okoljskimi dejavnostmi*. Retrieved from <https://www.gzs.si/>

ICEX (2022). *El mercado de las infraestructuras de agua y residuos en Chipre*. ICEX España Exportación e inversión. Estudio de Mercado. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Atenas. https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/011/documentos/2022/11/estudio-de-mercado--el-mercado-de-las-infraestructuras-de-agua-y-residuos-en-chipre-2022-/Agua%20y%20residuos%20Chipre_final.pdf

IEA (2020). *International Energy Agency*. Greece. <https://www.iea.org/countries/greece>

IRENA (2023). *Cyprus Ministry of Energy, Commerce, and Industry. Energy Transition and Job Creation in Cyprus*. Government of Cyprus. <https://energy.gov.cy/assets/entipos-liko/RENEWABLE%20ENERGY%20ROADMAP%20FOR%20THE%20REPUBLIC%20OF%20CYPRUS.pdf>

ISTAS y Ecoembes (2019). *Generación de empleo verde, calidad del empleo y valor añadido del sistema colectivo de Ecoembes*. Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud y Ecoembes. <https://habitat.ccoo.es/4b7b5868897b5096df824dd8ebd65da7000072.pdf>

Mitevaska, M., Salamun, K. L., Nieckarz, K., y Jovanov Skopje, S. (2019). *Sustainability Advisors: Discussing the potential for new green jobs among young people in Europe*. European Commission Erasmus+ Programme. http://humanost.org.mk/wp-content/uploads/2020/01/Final-document_compressed_20190801_052513.pdf

- Morgan J.P. y Konecta Fundación (2021). *Empleo Verde Agenda 2030*. Observatorio Empleo Verde. <https://www.fundacionkonecta.org/wp-content/uploads/2023/03/211209-EJECUTIVO-EMPLEO-VERDE-JP-MORGANcast.pdf>
- Naciones Unidas (2015). *Acuerdo de París de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC)*. Naciones Unidas (ONU).
- Nedanovski, P. (2013). *Green Jobs Case Study of the Republic of Macedonia*. USAID, Habitat for Humanity, Macedonia. <https://getwarmhomes.org/wp-content/uploads/2016/05/angliska.pdf>
- OEE (2023). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2022-2023*. Observatorio del Emprendimiento de España. Ed. Universidad de Cantabria <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2023/05/Informe-GEM-Espana-2022-2023.pdf>
- OIT (2016). ¿Qué es un empleo verde? Organización Internacional del Trabajo. <https://bit.ly/32TgRtS>
- OIT (2018). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo 2018: Sostenibilidad medioambiental con empleo*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_628710.pdf
- Parlamento Europeo (2013). *Resolución del Parlamento Europeo, de 21 de noviembre de 2013, sobre el Plan de acción sobre emprendimiento 2020 – Relanzar el espíritu emprendedor en Europa (2013/2532(RSP))*. Parlamento Europeo. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2013-0512_ES.pdf?redirect
- PNUMA (2008). *Empleos verdes: Hacia el trabajo decente en un mundo sostenible y con bajas emisiones de carbono*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. <https://bit.ly/3oO04lq>
- PNUMA (2011). *Hacia una economía verde: Guía para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza. Síntesis para los encargados de la formulación de políticas*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).
- Polyviou, A., Eteokleous, P., Dikaiakos M.D. y Kassinis, G. (2021) *Entrepreneurship in Cyprus: National Report 2019/2020. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento*. University of Cyprus. <https://www.gemconsortium.org/report/entrepreneurship-in-cyprus-national-report-20192020>
- Russo, D. (2022). Professioni green: c'è grande richiesta ma l'offerta latita. *Il Sole 24 Ore*. https://www.ilsole24ore.com/art/profession-i-green-c-e-grande-richiesta-ma-l-offerta-latita-ecco-profil-i-piu-ricercati-AEPFdzHB?refresh_ce=1
- Serrasqueiro, Z., Leitão, J. y Smallbone, D. (2018). Small-and medium-sized enterprises (SME) growth and financing sources: Before and after the financial crisis. *Journal of Management & Organization*, 1-16. doi:10.1017/jmo.2018.14
- Širec, K. y Crnogaj, K. (eds.) (2023). *GEM Eslovenia, dos décadas de dinámica de desarrollo empresarial. 2022*. Universidad de Maribor, Univerzitetna založba. doi: 10.18690/um.epf.4.2023.
- Soto-Simeone, A. y Kautonen, T. (2020). Senior entrepreneurship following unemployment: A social identity theory perspective. *Review of Managerial Science*, 1–24.

- UE (2012). El Espíritu Empresarial Rural. Revista Rural de la UE. *La revista de la Red Europea de Desarrollo Rural*, 10. Comisión Europea Agricultura y Desarrollo Rural.
<https://ec.europa.eu/enrd/sites/default/files/09CA9272-E7EC-F887-076F-60530F37F7BF.pdf>
- UE (2013). REGLAMENTO (UE) no 1305/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 17 de diciembre de 2013 relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) y por el que se deroga el Reglamento (CE) no 1698/2005 del Consejo. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1305>
- Unioncamere (2021a). *Le competenze green. Analisi della domanda di competenze legate alla Green Economy. Nelle imprese. Indagine 2021*. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL.
- Unioncamere (2021b). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in italia a medio termine. (2021-2025)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. <https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2021/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-italia-medio-termini>
- Unioncamere (2022a). *Le competenze green. Analisi della domanda di competenze legate alla Green Economy nelle imprese. Indagine 2022*. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL. https://excelsior.unioncamere.net/raccolta-dati?destination=/sites/default/files/pubblicazioni/2022/CompetenzeGreen_2022.pdf
- Unioncamere y Fondazione Symbola (2022). *Rapporto Green Italy 2021. Un'economia a misura d'uomo contro la crisi*, Unioncamere. Fondazione Symbola.
<https://www.symbola.net/ricerca/green-italy-2022/>
- UPTA (2020). *Guía Emprendimiento en el Ámbito Rural*. Economía Social Rural y Trabajo Autónomo. Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA).
- Yiotopoulos, Y., Valavaniotis, E. y Stavraki, S. (2019). *Informe anual sobre emprendimiento 2018-2019. Se potencia el crecimiento del nuevo emprendimiento*. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento. Instituto de Investigación Económica e Industrial (IOBE)
- WBG (2014). *FYR Macedonia Green Growth Country Assessment*. World Bank Group. Washington, DC. <http://hdl.handle.net/10986/19308>

BIBLIOGRAFÍA ADICIONAL CONSULTADA EN LA DETECCIÓN DE NICHOS DE EMPLEO VERDE

- Appa renovables (2020). *Estudio del Impacto Macroeconómico de las Energías Renovables en España*. Asociación de empresas de energía renovable (APPA). https://www.appa.es/wp-content/uploads/2021/11/Estudio_del_impacto_Macroeconomico_de_las_energias_renovables_en_Espana_2020.pdf
- CEPE (2016). *Planificación, implementación, seguimiento y revisión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas, Ginebra, Suiza https://www.unece.org/fileadmin/DAM/sustainable-development/Cyprus_Regional_SDG_Survey.pdf
- FAO (2023). *FAO e-learning Academy*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://elearning.fao.org/>
- Fondazione Symbola (2021). *Rapporto Green Italy 2021. Un'economia a misura d'uomo per il futuro dell'Europa*. Unioncamere, Fondazione Symbola. <https://www.symbola.net/ricerca/green-italy-2021/>
<https://www.federlegnoarredo.it/ContentsFiles/2610Rapporto%20Greenitaly%202021.pdf>
- Fundación Biodiversidad y OSE (2010). *Informe Empleo verde en una economía sostenible*. Fundación Biodiversidad y Observatorio de la Sostenibilidad en España. https://www.empleaverde.es/sites/default/files/informe_empleo_verde.pdf
- Gaertner, A. (2020). *Reconstruyamos el Futuro: un Green New Deal para España. Un futuro mejor y más sostenible para todos*. Observatorio Sostenibilidad, Madrid. <https://www.yumpu.com/es/document/view/65048821/reconstruyamos-el-futuro-un-green-new-deal-para-espana->
- Gobierno de España (2012). *Proyecto "REPEX Rehabilitación energética de edificios. Una oportunidad de empleo verde en Extremadura. Una solución a la pobreza energética"*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. <https://www.empleaverde.es/sites/default/files/memorias-proyectos/aca.pdf>
- Gobierno de España (2013). *EMPLEO VERDE: Concepto y tendencias. Análisis y Prospectiva. Serie Medio Ambiente*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, nº6. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/AyP_serie%20n%C2%BA6_Empleo%20Verde_tcm30-88411.pdf
- GSTC (2023). *Sustainable Tourism Training Program*. Global Sustainable Tourism Council. <https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-training/>
- Kerneža, M. y Zemljak, D. (2023). *Competencias verdes, competencia lingüística y Europass: Empoderar la búsqueda de empleo sostenible y el desarrollo profesional en Europa*. Comisión Europea. <https://epale.ec.europa.eu/en/content/green-skills-language-proficiency-and-europass-empowering-sustainable-job-search-and-career>
- MFA (2023). *Sustainable Agriculture*. Food and Gastronomy. Ministry of Foreign Affairs. Disponible en: <https://www.mfa.gr/china/en/about-greece/food-and-gastronomy/sustainable-agriculture.html>
- OECD (2022). *OECD Tourism Trends and Policies 2022*. Organisation for Economic Co-operation and Development Greece. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/4976a7d9-en/index.html?itemId=/content/component/4976a7d9-en>
- República de Chipre (2017). *Review on the Implementation of the 2030 Agenda in Cyprus*, Ministerio de Asuntos Exteriores, Chipre <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/15886Cyprus.pdf>

- SARE (2023). Farmer-driven innovations in agriculture that improve profitability, stewardship and quality of life. *Sustainable Agriculture and education*. <https://www.sare.org/>
- Tadeja Janša (2019). Tadeja Janša, JSI-EEC, prepared as a part of a project for the Ministry of the Environment and Spatial Planning. *Agencija Republike Slovenije za okolje*. <https://kazalci.arso.gov.si/en/content/green-jobs-2>
- Unioncamere (2020). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in italia a medio termine. (2020-2024)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL. <https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2020/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-italia-medio-termini>
- Unioncamere (2022b). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in italia a medio termine. (2022-2026)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL. <https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2022/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-italia-medio-termini-0>
- UNWTO (2023). *Tourism Online Academy*. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/>
- YES Foundation (2022) "GREEN TRANSITION" - *Programa acelerador de empresas verdes*. YES Foundation. <http://www.yes.org.mk/Media/News.aspx?n=757&r=6&l=63&c=22>
- Zdraveva, P. (2022) *Decarbonising the Economy of North Macedonia*. Policy Brief No.21/2022. European Parliament <https://www.martenscentre.eu/wp-content/uploads/2022/11/Decarbonising-the-Economy-of-North-Macedonia.pdf>

ANEXO I: FORMACIONES QUE HABILITAN PARA EMPRENDER VERDE Y EL DESEMPEÑO DE EMPLEOS VERDES

País	Formación	Enlace para más información
Macedonia del Norte	- La South East European University ofrece un programa formativo dedicado a la economía verde y el desarrollo sostenible y otros enfocados a proporcionar una sólida formación en el campo de los sistemas energéticos sostenibles.	https://www.seeu.edu.mk/en/faculties/be/be-study-programmes?id=246
	- La Macedonian Solar Association , ofrece formación enfocada para reciclar o seguir formándose en el uso de fuentes renovables.	https://www.masterstudies.com/institutions/seeu/energy-management-and-sustainable-development
	- La entidad " YES Foundation " ofrece un programa para dar apoyo a ideas de negocio verdes y apoyar actividades emprendedoras en el territorio.	https://wbc-rti.info/object/call/22874
Chipre	- Cursos en desarrollo sostenible, energía renovable e ingeniería ambiental en Cyprus University of Technology .	CYPRUS UNIVERSITY OF TECHNOLOGY (cut.ac.cy)
	- Cursos sobre recursos de energía renovable y diseño de edificios sostenible en Cyprus Institute of Energy .	University of Cyprus, FOSS Research Centre for Sustainable Energy Office of International Programs (princeton.edu)
	- Cursos relacionados con el empleo ecológico, incluidos módulos sobre cambio climático, conservación y energías renovables en University of Cyprus .	Home - Department of Civil and Environmental Engineering (ucy.ac.cy)
Grecia	- Ofrece numerosas formativas vinculadas a la agricultura sostenible en la Universidad Agrícola de Atenas .	https://www.agrofossilfree.eu/es/universidad-agricola-de-atenas/
	- Cuenta con el Programa Internacional de Máster (MSc) "Desarrollo del Turismo Sostenible: Patrimonio, Medio Ambiente, Sociedad".	https://www.tourismheritage.hua.gr/
	- National Technical University of Athens cuenta con formación en Ingeniería de Energías Renovables.	https://www.ece.ntua.gr/en/undergraduate/courses/3244
Eslovenia	- Katapult es una iniciativa privada cuyo objetivo es contribuir a impulsar el emprendimiento territorial	https://katapult.si/
	- La Universidad de Liubliana ofrece un Programa renovado de Economía del Sector Público y Medio Ambiente.	http://www.ef.uni-lj.si/podiplomsko/javni_sektor
	- Proyecto Greendex, promovido por la Agencia Nacional Eslovena MOVIT cuentan con formaciones enfocadas en la reducción de la huella de carbono.	https://greendex.world/

Italia	<ul style="list-style-type: none"> - Formación como certificador/a energético/a de edificios por la Universidad de Catania. 	https://www.cutgana.unict.it/terza-missione/certificazione-energetica-degli-edifici
	<ul style="list-style-type: none"> - El programa Energía para las escuelas (Energia per le scuole) lanzado por Enel tiene el objetivo de responder ante las demandas más actuales del sector energético. 	https://www.enel.com/it/media/esplorazione/ricerca-comunicati-stampa/press/2023/02/enel-presenta-energie-per-la-scuola-un-ponte-tra-imprese-e-formazione-per-la-transizione-energetica
	<ul style="list-style-type: none"> - La Università Politecnica delle Marche ofrece diversa formación en cuanto a gestión para la sostenibilidad, ciencias ambientales, sistemas agrícolas innovadores o ingeniería medioambiental. - Y diversas instituciones educativas como el Politécnico de Milán, la Universidad de Pavia y Parma ofrecen formaciones en tecnologías verdes. 	https://www.repubblica.it/green-and-blue/2022/06/20/news/universita_green_economy_ambiente_crisi_climatica-351458992/
	<ul style="list-style-type: none"> - Las universidades de Bolonia, Brescia, Roma, Sapienza y Federico II ofrecen formación en economía de los recursos y desarrollo sostenible; desafíos globales y sostenibilidad global. - Y Universidades como Bocconi y Luiss ofrecen formación encaminada hacia la eficiencia energética. 	https://spaziopubblico.fpcgil.it/corsi-di-studi-transizione-ecologica/
España	<ul style="list-style-type: none"> - Universidades como la Politécnica de Madrid, la Universidad de Zaragoza o la de Coruña o el Instituto Superior de Medio ambiente cuentan con formación especializada en energías renovables y eficiencia energética ya sea en la edificación, la industria o el transporte. 	https://www.upm.es/Estudiantes/Estudios_Titulaciones/Estudios_Master/Programas?id=6.6&fmt=detail https://estudios.unizar.es/estudio/ver?id=652 https://estudios.udc.es/es/study/start/4547v01 https://www.ismedioambiente.com/master/
	<ul style="list-style-type: none"> - En las Universidades de Andalucía o Barcelona ofrece formación tanto de grado como posgrado en agricultura y ganadería ecológicas. 	https://www.unia.es/estudios-y-acceso/oferta-academica/masteres-oficiales/master-oficial-en-agricultura-y-ganaderia-ecologicas https://www.ub.edu/masterae/
	<ul style="list-style-type: none"> - España ofrece Formación Profesional para el desempeño de actividades en el sector del transporte sostenible, la gestión e instalación de fuentes de energía renovables, la rehabilitación energética de edificios, en el sector forestal y agrario. 	https://www.todofp.es/que-estudiar/loe.html
	<ul style="list-style-type: none"> - España ofrece Certificados profesionales que permiten el desempeño de actividades en el sector de la gestión de residuos, la gestión e instalación de fuentes de energía renovables, la rehabilitación energética de edificios, y en el sector forestal. 	https://sede.sepe.gob.es/especialidad/esformativas/RXBuscadorEFRED/BusquedaEspecialidades.do

ANEXO II: BUENAS PRÁCTICAS DE EMPRENDIMIENTOS VERDES DETECTADAS

Transformación de residuos plásticos en productos sostenibles (Bélgica)	
<p>Eco-oh! recoge, clasifica, limpia y recicla los residuos plásticos domésticos en productos duraderos y sostenibles para jardines, construcción e infraestructura.</p>	
<p>Nombre de la organización promotora: Eco-oh!,</p> <p>Lugar donde se ha implementado: Laakdal, Bélgica</p> <p>Grupo destinatario: Público general y empresas</p> <p>Objetivo: Reducir los residuos plásticos y promover la sostenibilidad mediante la creación de productos reciclables.</p>	
<p>Beneficios para la entidad y la población objetivo:</p> <p>Eco-oh! crea productos sostenibles, reduce los residuos de vertederos y promueve el reciclaje. El público se beneficia con el acceso a productos ecológicos y la reducción de la contaminación.</p>	
<p>Carácter innovador: Eco-oh! recicla de forma única plásticos domésticos mixtos que a menudo no se reciclan, convirtiéndolos en productos sostenibles de alta calidad.</p>	
<p>Barreras y problemas detectados durante la implementación:</p> <p>Entre los problemas podrían figurar la obtención y clasificación de diversos tipos de desechos plásticos y la gestión de la variabilidad en la calidad y composición de los desechos.</p>	
<p>Enlace a la página web: http://www.eco-oh.com/</p>	

Moda sostenible a partir de materiales reciclados (España)

Ecoalf es una marca de moda sostenible que convierte los materiales de desecho en ropa y accesorios de alta calidad, con el objetivo de reducir el impacto ambiental.



Nombre de la organización promotora: Ecoalf

Lugar donde se ha implementado: Madrid, España

Grupo destinatario: Consumidores conscientes.

Objetivos: Minimizar los residuos y la contaminación mediante la creación de productos de alta calidad a partir de materiales reciclados.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Ecoalf reduce los residuos y la contaminación, mientras que los clientes se benefician de productos ecológicos y elegantes.

Carácter innovador: Transformar materiales de desecho en ropa de moda y alta calidad, promoviendo la moda sostenible.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Los desafíos incluyen la consistencia de los materiales de desecho, el alto costo del reciclaje y los métodos de producción sostenibles.

Enlace a la página web: <https://ecoalf.com/>

Soluciones innovadoras de iluminación natural (Bélgica)

El LightCatcher de EcoNation es un sistema de luz natural inteligente que optimiza la luz natural en los edificios, reduciendo el consumo de energía.



Nombre de la organización promotora: EcoNation

Lugar donde se ha implementado: Gent, Bélgica

Grupo destinatario: Propietarios y operadores de edificios.

Objetivos: Reducir el consumo de energía y las emisiones maximizando el uso de la luz natural.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

EcoNation promueve la eficiencia energética y la sostenibilidad. Los propietarios de edificios se benefician de menores costes de energía y los usuarios disfrutan de iluminación natural

Carácter innovador: el sistema LightCatcher maximiza de forma inteligente el uso de la luz natural, reduciendo la necesidad de iluminación artificial.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Los desafíos incluyen los costos iniciales de instalar el sistema y la compatibilidad con los diseños de edificios existentes.

Enlace a la página web: <http://www.econation.be/>

Utensilios de cocina antiadherentes ecológicos (Bélgica)

GreenPan produce utensilios de cocina antiadherentes con un revestimiento cerámico único, Thermolon, que reduce las emisiones de CO2 y evita los productos químicos dañinos.



Nombre de la organización promotora: GreenPan

Lugar donde se ha implementado: Bruselas, Bélgica.

Grupo destinatario: Consumidores conscientes.

Objetivos: Proporcionar alternativas de utensilios de cocina antiadherentes más seguras y ecológicas.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

GreenPan reduce las emisiones en la producción, mientras que los clientes se benefician de utensilios de cocina seguros, eficientes y ecológicos.

Carácter innovador: el revestimiento antiadherente de cerámica Thermolon es el primero de su clase en la industria de los utensilios de cocina.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Entre los retos podrían figurar la superación del dominio del mercado de los utensilios de cocina tradicionales antiadherentes y la educación de los consumidores sobre los beneficios de los revestimientos cerámicos.

Enlace a la página web. <https://www.greenpan.us/>

Clasificación de sostenibilidad para las cadenas mundiales de suministro (Francia)

EcoVadis ofrece clasificaciones de sostenibilidad integrales y herramientas para mejorar el rendimiento en las cadenas de suministro globales.



Nombre de la organización promotora: EcoVadis

Lugar donde se ha implementado: París, Francia.

Grupo destinatario: Empresas mundiales.

Objetivos: Promover la sostenibilidad en las cadenas mundiales de suministro mediante puntuaciones fiables de RSC.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

EcoVadis promueve prácticas sostenibles, mientras que las empresas pueden mejorar su reputación y rendimiento en sostenibilidad.

Carácter innovador: Combinar la experiencia en TIC y RSC para ofrecer clasificaciones de sostenibilidad fiables y completas.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Los desafíos podrían incluir ganar confianza y aceptación de las clasificaciones de sostenibilidad en diversas empresas e industrias.

Enlace a la página web. <https://www.ecovadis.com/>

Inversión forestal sostenible (Francia)

EcoTree permite a individuos y empresas invertir en silvicultura sostenible, ayudando a aumentar el crecimiento forestal y el secuestro de carbono.



Nombre de la organización promotora: EcoTree

Lugar donde se ha implementado: Bretaña, Francia.

Grupo destinatario: Particulares y empresas.

Objetivos: Fomentar la silvicultura sostenible y combatir el cambio climático mediante el secuestro de carbono.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

EcoTree se beneficia de las inversiones, mientras que los inversores obtienen beneficios tanto financieros como ambientales.

Carácter innovador: Utiliza un modelo de inversión único que promueve la silvicultura sostenible y proporciona beneficios financieros.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Entre los problemas figuran la contratación de inversores a largo plazo debido al retraso en el retorno de la inversión inherente a la silvicultura.

Enlace a la página web. <https://ecotree.green/es>

Solución de contaminación atmosférica urbana: The CityTree (Alemania)

Green City Solutions ha creado CityTree, una instalación móvil que requiere de poco espacio y que reduce la contaminación del aire urbano utilizando una combinación de plantas y tecnología IoT.



Nombre de la organización promotora: Green City Solutions

Lugar donde se ha implementado: Berlín, Alemania.

Grupo destinatario: Municipios urbanos y empresas.

Objetivos: Reducir la contaminación atmosférica urbana y mejorar la biodiversidad local.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Green City Solutions se beneficia de las ventas de CityTrees, mientras que las ciudades y los ciudadanos obtienen una mejor calidad del aire y un clima urbano más fresco.

Carácter innovador: combina la ciencia de las plantas y la tecnología IoT para reducir la contaminación del aire de una manera que requiere poco espacio.

Barreras y problemas detectados durante la implementación

No tenemos datos en tiempo real. Los retos incluyen garantizar el mantenimiento correcto de los CityTrees y obtener la aceptación de las ciudades y las empresas.

Enlace a la página web. <https://greencitysolutions.de/en/>

Reciclaje de residuos de café (Dinamarca)

Kaffe Bueno recicla los residuos de la producción de café, transformándolos en ingredientes activos para cosméticos, nutracéuticos y alimentos funcionales.



Nombre de la organización promotora: Kaffe Bueno

Lugar donde se ha implementado: Copenhagen, Denmark.

Grupo destinatario: Cafeterías, cosméticos, nutracéuticos e industrias alimentarias funcionales.

Objetivos: Reutilizar los residuos de café en productos valiosos, promoviendo una economía circular.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Kaffe Bueno se beneficia de la venta de residuos de café reutilizados, al tiempo que reduce los residuos y crea productos de alto valor para diversas industrias.

Carácter innovador: Utiliza la biotecnología para reciclar y transformar los residuos de café en productos de alto valor.

Barreras y problemas detectados durante la implementación

Los desafíos incluyen asegurar un suministro constante de residuos de café y mantener procesos de extracción eficientes.

Enlace a la página web. <https://www.kaffebrueno.com/>

Promoción de un estilo de vida ecológico (Francia)

Greenweez es un minorista en línea especializado en productos orgánicos y ecológicos, que van desde alimentos e higiene hasta artículos para el hogar y juguetes.



Nombre de la organización promotora: Greenweez

Lugar donde se ha implementado: Francia

Grupo destinatario: Consumidores conscientes en todo el mundo.

Objetivos: Hacer accesibles los productos ecológicos, promoviendo un estilo de vida sostenible.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Greenweez se beneficia de la venta de productos ecológicos, mientras que los consumidores obtienen un fácil acceso a una amplia gama de productos sostenibles.

Carácter innovador: Plataforma online líder en Francia dedicada a productos orgánicos y ecológicos.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Los desafíos incluyen mantener una gama de productos diversa que cumplan con los rigurosos estándares ecológicos y adaptarse a las regulaciones cambiantes.

Enlace a la página web. <https://www.greenweez.com/>

Acuaponía Interior Inteligente (Suecia)

EcoGarden por Ecobloom es un jardín inteligente de interior que utiliza acuaponía, simulando un ecosistema natural sostenible dentro de una instalación elegante y compacta.



Nombre de la organización promotora: Promovido por Ecobloom

Lugar donde se ha implementado: Estocolmo, Suecia

Grupo destinatario: incluye a personas e instituciones educativas conscientes del medio ambiente.

Objetivo: es promover métodos de agricultura sostenible y ecológica a través de la acuaponía.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Ecobloom se beneficia de las ventas de EcoGardens, mientras que los usuarios obtienen una herramienta educativa para la agricultura sostenible y una manera conveniente de cultivar productos frescos en interiores.

Carácter innovador: radica en combinar la agricultura tradicional con la tecnología moderna para crear un ecosistema compacto y autosustentable.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Los desafíos incluyen educar a los consumidores acerca de la acuaponía y garantizar un diseño y operación fáciles de usar.

Enlace a la página web. <https://ecobloom.se/>

[EcoGarden: El ecosistema interactivo más inteligente del mundo | Indiegogo](#)

MEZOLIFT (Grecia)

El negocio griego que hace ascensores solares ofrece menores costos de combustible y menores requisitos de mantenimiento a lo largo de su vida útil. En particular, el propietario de la empresa crea ascensores que utilizan energía renovable. Este innovador producto ejemplifica las mejores prácticas que fomentan y elevan el emprendimiento verde.



Nombre de la organización promotora: MEZOlift

Lugar donde se ha implementado: Kilkis, Grecia

Grupo destinatario: público en general.

Objetivos: El objetivo del elevador solar es reducir el impacto ambiental de los ascensores tradicionales utilizando la energía solar como fuente de energía.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Los ascensores solares ofrecen a la organización un nivel notable de independencia energética. Al generar electricidad in situ a través de la energía solar, la entidad puede minimizar la dependencia de fuentes de energía externas y la infraestructura de la red. La implementación de ascensores solares trae ventajas significativas a la población objetivo, alineándose con sus aspiraciones de una forma de vida sostenible y ecológica. Además, les proporciona ahorro de costes e independencia energética.

Carácter innovador: Un elevador solar es un concepto avanzado que combina energía solar y sistemas de transporte vertical para crear un modo de transporte ecológico. Operar con la ayuda de una pequeña célula solar, lo que reduce significativamente los costos de construcción.

Enlace a la página web. <http://www.mezolift.gr>

BioAgros (Grecia)

El énfasis de la compañía está en el uso de prácticas ecológicamente amigables, procesos naturales de construcción de suelos y evitar el uso de químicos sintéticos, pesticidas y organismos genéticamente modificados. Utilizan fuentes de energía renovables, promueven el reciclaje de papel y utilizan materia orgánica descompuesta para la alimentación animal y la producción de energía.



Nombre de la organización promotora: BioAgros.

Lugar donde se ha implementado: Krya Vrysi, Grecia

Grupo destinatario: Vendedores y consumidores.

Objetivos: Su principal objetivo es la producción y promoción de productos orgánicos, demostrando su dedicación eterna a los procedimientos respetuosos con el medio ambiente.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Diversos aspectos como la viabilidad comercial, la sostenibilidad financiera, la mejora del bienestar y la conservación ecológica. Desde una amplia gama de beneficios, incluyendo perspectivas de mercado, rentabilidad, mejores resultados de salud, hasta la sostenibilidad ambiental.

Carácter innovador: Se caracteriza por su enfoque innovador de la agricultura sostenible y su capacidad para satisfacer las cambiantes demandas de los consumidores. BioAgros se destaca como una empresa innovadora en la industria de productos orgánicos debido a su compromiso con la agricultura sostenible y su utilización de técnicas agrícolas de vanguardia que priorizan el bienestar a largo plazo del medio ambiente.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

La resistencia al cambio dentro del sector agrícola, esto representaba un grave obstáculo para el desarrollo y el crecimiento de la organización. La falta de mercados fácilmente accesibles para crear una fuerte presencia y atraer una mayor base de clientes.

Enlace a la página web. <https://www.bioagros.gr>

El Parque de la Innovación JOIST (Grecia)

Exhibe numerosas prácticas admirables que demuestran un compromiso con la sostenibilidad. Las iniciativas de ahorro de energía reciben la máxima prioridad en su construcción. El uso de sistemas de iluminación, calefacción y refrigeración de bajo consumo es parte de esto. Actúa como un canal para la transmisión de conceptos de vanguardia y mejores prácticas mediante la vinculación de las instituciones de investigación, las empresas y los individuos.



Nombre de la organización promotora: Parque de la Innovación JOIST

Lugar donde se ha implementado: Lárissa, Grecia

Objetivos: Operar localmente y fomentar el crecimiento de la economía y el medio ambiente de la ciudad. Fomentar la innovación, fomentar la transferencia de conocimientos, desarrollar una ecología física dinámica, forjar relaciones sólidas y promover el crecimiento económico.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Proporciona acceso a un entorno de innovación próspero, lo que permite la colaboración, el intercambio de ideas y el avance líder en el campo entre individuos, empresas emergentes y empresas establecidas. Promueve la creación de redes y la cooperación, lo que abre perspectivas de crecimiento conjunto. Estas ventajas permiten a la población objetivo innovar, ampliar sus empresas y mejorar sus capacidades.

Carácter innovador: Fomenta la cooperación, el intercambio de información y el pensamiento multidisciplinario mediante la fusión de componentes físicos y digitales. Debido a su enfoque en la cooperación multidisciplinaria y la integración de plataformas digitales, pueden surgir soluciones innovadoras que incorporen varios puntos de vista. Actúa como un catalizador de la creatividad, fomentando el intercambio de ideas, promoviendo el trabajo en equipo, y encendiendo la creación de ideas y soluciones innovadoras.

Enlace a la página web. <https://joistpark.eu/>

JUST GO ZERO (Grecia)

Es la primera aplicación de ideas de economía circular en la isla de Tilos. Adopta los principios de la economía circular, reafirmando el liderazgo de la Isla Tilos en la innovación sostenible. La iniciativa JUST GO ZERO sirve como ejemplo de cómo la cooperación público-privada puede cumplir eficazmente los conceptos de economía circular, proporcionando orientación para otras regiones y asociaciones.



Nombre de la organización promotora: Municipalidad de Tilos y "POLYGREEN"

Lugar donde se ha implementado: Isla Tilo, Grecia

Grupo destinatario: empresas, consumidores, organizaciones gubernamentales locales y organismos públicos

Objetivos: eliminar la utilización de bolsas de residuos, papeleras y vertederos a través de la implementación de colectores especializados que promueven el reciclaje y la reutilización.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Promueve la preservación de un medio ambiente más limpio y saludable para las personas locales y los visitantes. La economía circular fomenta el reciclaje y la reutilización de materiales, promoviendo así la eficiencia de los recursos. El crecimiento de las empresas regionales dedicadas a la recuperación de recursos, la gestión de residuos y el reciclaje promueve la creación de empleo y la expansión económica, lo que beneficia a la economía de la isla y abre perspectivas de empleo para sus ciudadanos.

Carácter innovador: radica en su capacidad para transformar la mentalidad de los residentes de la isla, alentándolos a adoptar nuevas perspectivas y estilos de vida sostenibles. Fomenta un sentido de apropiación y empoderamiento, inculcando una responsabilidad compartida para promover prácticas sostenibles y una gestión eficiente de los desechos. Este modelo inclusivo cultiva una fuerte cohesión y colaboración comunitaria, motivando a las personas a contribuir con sus ideas y esfuerzos hacia el éxito del proyecto.

Enlace a la página web. <https://www.justgozero.com/>

Vamvakies: Un Proyecto Social Verde (Grecia)

Este proyecto pionero combina el cultivo de productos agrícolas con el establecimiento de un parque fotovoltaico, integrando la producción de energía renovable con las prácticas agrícolas. La iniciativa no solo optimiza la utilización de la tierra, sino que también fomenta la preservación ecológica. La integración de los paneles solares y el cultivo agrícola genera energía limpia y contribuye a la producción de alimentos, estableciendo una relación mutuamente beneficiosa entre los sectores energético y agrícola.



Nombre de la organización promotora: Enel Green Power, Wise Greece, el Municipio de Kozani, y el grupo de Bioeconomía y Medio Ambiente de Macedonia Occidental.

Lugar donde se ha implementado: Kozani, Grecia

Grupo destinatario: Mujeres y habitantes de Kozani

Objetivos: fomentar prácticas sostenibles y promover negocios verdes en el área poniendo un fuerte énfasis en la educación. Promover el crecimiento inclusivo, mejorar la sostenibilidad y facilitar la capacitación de las personas mediante la participación activa, enfocándose en el empoderamiento de las mujeres.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Ofrece posibilidades de educación y empoderamiento, dándoles información y habilidades esenciales en prácticas sostenibles y emprendimiento verde. Su empleabilidad y perspectivas financieras pueden aumentar como resultado, mejorando los medios de vida y logrando la independencia financiera. El proyecto también promueve la cohesión social y la participación comunitaria al ofrecer a las mujeres locales una plataforma de colaboración y una red de apoyo.

Carácter Innovador: la iniciativa crea una sinergia especial que aprovecha el potencial de varios sectores combinando los ámbitos de la agricultura, el empoderamiento social y la generación de energía renovable. Una estrategia con visión de futuro que maximiza el uso de la tierra y fomenta hábitos sostenibles.

Enlace a la página web. <https://www.wisegreece.com/oi-draseis-mas/ekpaideftika-programmata/vamvakies-a-social-green-project/>

Laouta (Grecia)

Laouta es una empresa griega excepcional que combina hábilmente belleza y emprendimiento verde. Optan por opciones orgánicas y sostenibles siempre que estén disponibles, y mantienen una completa transparencia con respecto a sus formulaciones. Ayuda a la agricultura regional y a las economías rurales, apoyando a los pequeños agricultores.



Nombre de la organización promotora: Laouta

Lugar donde se ha implementado: Atenas, Grecia

Grupo destinatario: Consumidores de productos naturales y ecológicos.

Objetivos: producir y promover cosméticos herbarios de alta calidad que son eficaces, duraderos y asequibles para el uso diario.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Garantiza que sus consumidores obtendrán productos de belleza naturales y orgánicos, asegurándose de que sus productos son delicados, seguros para la piel, confiables y de alta calidad. En línea con la creciente demanda de soluciones sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, la compañía pone un fuerte énfasis en el uso de contenedores 100% reciclables y biodegradables, lo que ayuda a reducir los residuos y el efecto ambiental.

Carácter Innovador: Laouta ha integrado con éxito las ideas de belleza y sostenibilidad, creando un nicho de mercado para sí mismos. Han desarrollado una oferta única para los clientes que valoran los productos naturales y ecológicos, proporcionando una variedad de cosméticos a base de hierbas que son eficientes y sostenibles.

Enlace a la página web. <https://www.laoutashop.com/es>

WATTCROP (Grecia)

WattCrop, una empresa que aspira a liderar el país en el desarrollo de fuentes de energía renovables y proyectos de almacenamiento de energía. Priorizan la sostenibilidad al completar rigurosos estudios de impacto ambiental, usar productos y tecnologías ecológicas y reducir agresivamente los desechos y las emisiones de carbono.



Nombre de la organización promotora: WattCrop

Lugar donde se ha implementado: Ptolemaida, Grecia

Grupo destinatario: Comunidad local

Objetivos: se centra principalmente en la producción y el almacenamiento de energía sin emisiones, con el objetivo de reducir el impacto ambiental y abriendo el camino para un futuro ecológico. El enfoque de la compañía es mejorar la biodiversidad y preservar los ambientes naturales contribuyendo a la conservación de los ecosistemas locales, asegurando la salud ecológica a largo plazo de la región.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

WattCrop genera beneficios tangibles tanto para la comunidad local como para el medio ambiente. Contribuye a un paisaje energético equilibrado y a la prosperidad general de la región, con un fuerte énfasis en el bienestar de la comunidad. Es líder en el sector de la energía verde, atrayendo a inversores, socios y clientes que valoran la conciencia ambiental y la responsabilidad social. Además, las actividades sociales y los esfuerzos de creación de empleo de WattCrop empoderan a la población local.

Carácter Innovador: WattCrop es reconocida como una empresa ecológica innovadora que se distingue por integrar las últimas tecnologías y prácticas en energía renovable. La compañía abarca los avances en sistemas de almacenamiento de energía solar, eólica y, utilizando tecnología de vanguardia para optimizar la producción, el almacenamiento y la distribución de energía.

Enlace a la página web. <https://wattcrop.com/>

AGRECOFARMS (Grecia)

Agreco Farms, combina las palabras "agricultura" y "ecología", representa la dedicación de la empresa por mantener las prácticas agrícolas tradicionales y salvaguardar el medio ambiente. Brinda a los visitantes una visión en profundidad de la producción orgánica de comida cretense sencilla y saludable. Ofrece una variedad de productos orgánicos para el cuidado del cuerpo con énfasis en la autenticidad, inspirándose en la naturaleza mitológica de Creta, al tiempo que apoya a las comunidades locales y promueve la agricultura sostenible.



Nombre de la organización promotora: Agreco Farms

Lugar donde se ha implementado: Rethymno-Crete, Grecia

Grupo destinatario: Comunidad local y visitantes.

Objetivos: apoyar activamente la economía rural y preservar los métodos agrícolas tradicionales en Creta mediante la colaboración con los productores regionales.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Los locales y visitantes se benefician al entender de manera especial el patrimonio cultural de la región, las prácticas de agricultura orgánica y las técnicas agrícolas tradicionales. Fomenta una relación más cercana con la naturaleza y una forma de vida sostenible, motivando a las personas a tomar decisiones reflexivas que son buenas tanto para el medio ambiente como para su propio bienestar.

Carácter Innovador: Tiene un enfoque creativo al combinar las prácticas agrícolas tradicionales con los métodos modernos de agricultura orgánica. La finca ofrece una experiencia única e inmersiva que destaca la importancia del patrimonio y la sostenibilidad a través de la preservación y exhibición de técnicas agrícolas centenarias.

Enlace a la página web. <https://agrecofarms.gr/>

Costa Nostrum – Playas Sostenibles (Grecia)

Emplean una variedad de mejores prácticas que demuestran su dedicación a ser social y ambientalmente responsable. La promoción de playas sostenibles, revisiones exhaustivas de criterios relacionados con las playas, teniendo en cuenta la capacidad de carga para proteger los recursos naturales, y medidas proactivas para prevenir los impactos ambientales son algunas de estas actividades.



Nombre de la organización promotora: Costa Nostrum – Playas Sostenibles

Lugar donde se ha implementado: Irakleion - Creta, Grecia (otras playas)

Grupo destinatario: residentes, turistas e interesados en la gestión de la playa

Objetivos: tiene como objetivo establecer un modelo replicable para la gestión sostenible de las playas en otras regiones costeras. Preservar los recursos naturales y mejorar el bienestar de las comunidades locales.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

El proyecto fomenta la protección de los recursos naturales, asegurando que las playas estén impecables y que los ecosistemas estén protegidos. Al proporcionarles lugares de playa puros y ecológicos para disfrutar, esto beneficia tanto a los turistas como a la población local. Costa Nostrum promueve el crecimiento económico teniendo en cuenta los factores sociales y ambientales..

Carácter Innovador: tienen un enfoque completo y equilibrado, teniendo en cuenta los componentes económicos, sociales y ambientales de la sostenibilidad. Costa Nostrum emplea una estrategia proactiva para regular los efectos del turismo mediante la determinación del número máximo de visitantes que una playa puede obtener sin alterar su equilibrio ecológico. Esto garantiza la preservación del ecosistema y permite a los bañistas tener una experiencia más agradable y sostenible.

Enlace a la página web. <https://costanostrum.org/el/>

PELAGOO (Grecia)

Pelagoo aspira a implementar métodos sostenibles que apoyen la protección ambiental y salvaguarden los recursos naturales de las islas. Esto cubre programas como el manejo de residuos, la preservación de ecosistemas y la integración de energías renovables. Pelagoo tiene como objetivo utilizar la tecnología para mejorar la infraestructura y la calidad de vida en las islas remotas.



Nombre de la organización promotora: Pelagoo

Lugar donde se ha implementado: Isla de Kalamos, Grecia.

Grupo destinatario: población local, organizaciones y empresas.

Objetivos: proporcionar soluciones resilientes y sostenibles a las poblaciones insulares aisladas. Ayudar a estas comunidades a superar sus dificultades haciendo hincapié en las innovaciones en los campos del medio ambiente, la educación, la tecnología y la hospitalidad.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Aportan numerosos beneficios a las comunidades insulares remotas. Mediante prácticas de desarrollo sostenible, mejoran la calidad de vida y crean oportunidades económicas. Preservan los recursos naturales y contribuyen a un medio ambiente más saludable. Además, sus iniciativas educativas empoderan a los miembros de la comunidad a través del desarrollo de habilidades y el intercambio de conocimientos, fomentando la resiliencia a largo plazo.

Carácter Innovador: presenta nuevas estrategias para abordar los problemas particulares que enfrentan las poblaciones insulares aisladas al incorporar los avances en los campos del medio ambiente, la educación, la tecnología y la hospitalidad. Su énfasis en la sostenibilidad, la energía limpia y el turismo ético demuestra su actitud progresista.

Enlace a la página web. <https://pelagoo.org/>

RIGIOCATTOLO (Italia)

Se encargan de recibir juguetes donados por la gente, los reparan y les dan una segunda vida.

Prestan tres servicios: Reparación: Llevando el juguete y dejándolo al equipo de Rigiocattolo, es posible repararlo y re-utilizarlo. Alquiler: es posible elegir un juego, pagar un depósito, usarlo durante un mes y traerlo de vuelta, retirar el depósito o tomar un nuevo juego. Cursos de reutilización/reciclaje.



Nombre de la organización promotora: Rigiocattolo

Lugar donde se ha implementado: Campobasso, Italia

Grupo destinatario: Padres, niños y niñas

Objetivos: Trabajar por una economía sostenible, reducir los residuos y dar una nueva vida a los juguetes, equipar a los consumidores con herramientas para reciclar, reutilizar y reparar

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Opera en una tienda en el centro de la ciudad. Cuentan con la simpatía e interés de muchas personas. Las donaciones llegan espontánea y continuamente. La población destinataria se contactan con Rigiocattolo varias veces a la semana para obtener información, pedidos de juguetes, reparaciones, cursos de capacitación. El principal éxito alcanzado hasta ahora es el gran número de juguetes que no terminaron en los vertederos.

Carácter Innovador: Remunera a algunos operadores con situaciones de exclusión social (discapacidad, desempleo de larga duración). A nivel nacional, se trata del primer caso de una empresa que opera en el sector de los juguetes, por lo que ha recibido el reconocimiento de la Cámara de Comercio de Molise por sus actividades ecológicas y ha sido incluida en la Plataforma Italiana de Economía Circular, en el mapeo de centros de reutilización y en la aplicación Circular Market. A nivel internacional, ha sido contactada por dos entidades noruegas (Nordic Innovation y LOOP) para la Cumbre Circular Nórdica en noviembre de 2021.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

El concepto nació justo antes de Covid; por lo tanto, una de las principales dificultades fue contratar el número de voluntarios. La otra está relacionada con la financiación (está empezando a pagar a los voluntarios con subvenciones regionales).

Enlace a la página web. <https://rigiocattolo.com/>

ALIVA (Italia)

El objetivo de Aliva es crear productos artesanales a partir de la madera de olivos centenarios. Los beneficios procedentes de la venta de estos productos se utilizan para proporcionar formación, medidas de prevención y para financiar el mantenimiento de los olivares italianos. La producción es realizada por artesanos seleccionados del territorio. Cada producto de Aliva es numerado (solo se crean 1000 piezas por artículo) y certificado (con fotos, ubicación y detalles en el olivo). El embalaje también es sostenible.



Nombre de la organización promotora: Aliva

Lugar donde se ha implementado: Apulia, Italia

Grupo destinatario: consumidores interesados en piezas de artesanía.

Objetivos: Producir productos artesanales certificados con olivos podados. Mejorar el conocimiento de los propietarios de olivares locales sobre las amenazas que afectan a los olivos. Proteger los olivos de las amenazas que afectan su existencia. Restaurar la población de olivos de Salento (Apulia).

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Parte de los beneficios generados por la venta de los productos se destinan a un proyecto medioambiental, cuyo objetivo es sensibilizar al territorio local sobre las amenazas para la salud de los olivos. Por cada producto vendido, la empresa planta un olivo en Salento (Apulia) a través de su colaboración con OlivaMi.

Carácter Innovador: Aliva produce sus productos sin talar árboles, con la poda realizada sólo si es necesario para la planta. Ofrece una serie de cursos de formación gratuitos, dirigidos a los propietarios de olivares (particulares y explotaciones), para ayudarles a prevenir las amenazas a los olivos de forma correcta y consciente.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Una de las principales barreras radica en la mentalidad de la gente. Los olivos son a menudo vistos sólo como "productores de olivos" cuando, de hecho, son sobre todo patrimonio naturalista e histórico para conocer, proteger y defender.

Enlace a la página web. <https://www.alivadesign.it/>

BISOFA (Italia)

Naturaleza, tradición y diseño son el núcleo de Biosofa. Es el único fabricante en Europa que produce sofás contemporáneos 100% naturales y sin plástico. Todos los productos son hechos a mano en el área local y cada creación se hace individualmente, libre de toxinas y plástico. Representa la combinación perfecta de diseño, tradición italiana, respeto por el medio ambiente y por nuestro planeta.

biosofa

Nombre de la organización promotora: Bisofa

Lugar donde se ha implementado: Lentate sul Seveso – Lombardía, Italia

Grupo destinatario: consumidores interesados en sofás.

Objetivos: Crear sofás que tengan el menor impacto posible durante su ciclo de vida del producto, teniendo en cuenta las tres fases diferentes: producción, uso, eliminación. Producir sofás biodegradables que no causen daños ambientales. Promover la sostenibilidad y sus otros valores a una amplia audiencia. Buscar constantemente materiales nuevos y 100% naturales.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Los muebles de Biosofa están contruidos de forma modular, por lo que, si algo se rompe, todas las piezas se pueden reparar fácilmente y las piezas se pueden reemplazar. Una vez que el mobiliario ha llegado al final de su vida útil, los materiales se separan fácilmente y se recuperan para su reciclaje. Al ser biodegradables, también podrían ser dejados en el jardín de los propietarios para descomponerse.

Carácter Innovador: Algunas de las técnicas de construcción de Biosofa tienen más de 500 años. Todas sus piezas están hechas en un pueblo italiano y se trata de una empresa familiar.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

El fundador creó la primera colección de muebles en 2012. Se necesitaron otros ocho años para perfeccionar los métodos de producción y completar la colección.

Enlace a la página web. <https://biosofa.com/>

BELLA DENTRO (Italia)

El modelo de negocio del proyecto se basa en comprar directamente a los productores agrícolas y a un precio justo, aquellos productos que no son valorados por el mercado debido a cánones estéticos y dimensionales, pero que tienen buena calidad, son sabrosos y los venden a los consumidores.



Nombre de la organización promotora: Bella Dentro

Lugar donde se ha implementado: Milán, Codogno y Rimini, Italia.

Grupo destinatario: productores y consumidores

Objetivos: restablecer el valor adecuado, tanto para los productos agrícolas injustamente descartados como para el trabajo de los productores, que normalmente no reciben ninguna compensación por este producto no admitido en el mercado minorista.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

177.649 kg de frutas y verduras han sido salvados del desperdicio. Bella Dentro inició un negocio de procesamiento de alimentos junto con dos cooperativas sociales dedicadas a la inclusión laboral de personas en riesgo de exclusión y discapacitadas.

Carácter Innovador: Se han abierto 2 tiendas y 2 laboratorios están en funcionamiento. Crearon desde cero una cadena de suministro de frutas y hortalizas paralela a la existente, totalmente centrada en la lucha contra los residuos.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Al principio, Bella Dentro pasó meses estudiando e investigando en el campo y las granjas, como voluntarios de la cosecha y como "infiltrados" dentro de las grandes cooperativas o minoristas. Como al principio tenían que hacer dinero, personalmente vendían frutas y verduras "desperdiciadas" en las calles de Milán.

Enlace a la página web. <https://www.belladentro.org/>

FUNGO BOX (Italia)

Es el primer proyecto de economía circular de Il Giardinone. Es un kit de bricolaje para el cultivo doméstico de hongos, hecho de micelio, granos de café y celulosa. Cada semana, recogen café molido de bares locales para hacer kits. Siguiendo las instrucciones, las setas frescas crecerán en 10-15 días; la caja se puede reutilizar dependiendo de la humedad. Al final de su vida, la tierra puede ser explotada como fertilizante natural y también es eficaz como repelente de insectos.



Nombre de la organización promotora: Il Giardinone - Fungo Box

Lugar donde se ha implementado: Locate Triulzi, Italia.

Grupo destinatario: consumidores (tanto adultos como niños)

Objetivos: ayudar a las personas a cultivar, vivir y pensar de una manera más sostenible y circular.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

25500 Kgs de granos de café se han recogido desde 2016. Fungo Box también se ha convertido en una herramienta importante para proyectos educativos en escuelas y un modelo replicable en otras ciudades. Gracias a los proyectos de economía circular, Il Giardinone pudo promover actividades de inclusión y promoción de la diversidad mediante el empleo de personas en riesgo de exclusión social.

Carácter Innovador: 18600 Kits han sido vendidos desde 2016. Al convertir los residuos urbanos en alimentos ultra frescos y restaurativos del suelo, Fungo Box es un ejemplo perfecto de doble circularidad.

Enlace a la página web. <https://www.fungobox.it/>

CAFFEEFROM (ITALIA)

Coffeefrom la segunda empresa de economía circular derivada de Il Giardinone. Ofrecen una segunda vida a los granos de café industrial a través de una simbiosis industrial virtuosa, Coffeefrom hoy es el nombre de un innovador material de base biológica, compuesto de granos de café reciclado de la industria alimentaria y biopolímeros.



Nombre de la organización promotora: Il Giardinone - Coffeefrom

Lugar donde se ha implementado: Locate Triulzi, Italia.

Grupo destinatario: consumidores y empresas.

Objetivos: desarrollar materiales termoplásticos en los que los granos de café reciclados constituyan un nuevo insumo.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Es un modelo perfecto para crear oportunidades de trabajo para trabajadores en riesgo de exclusión. 200 toneladas de granos de café se transforman cada año y se han creado hasta ahora 3 materiales. También podemos identificar beneficios ambientales como la reducción del nivel de emisiones de CO2 para la eliminación de los pozos de café y la posibilidad de tener una alternativa sostenible y duradera a los plásticos de un solo uso.

Carácter Innovador: Coffeefrom es un ejemplo de simbiosis industrial, ya que la cadena de suministro - geográficamente situada entre Lombardía y Emilia-Romaña - es capaz de cuidar los residuos, procedentes de la industria alimentaria, y transformarlos. De esta manera, no hay residuos, sino materias primas secundarias para procesar de nuevo.

Enlace a la página web. <https://coffeefrom.it/en/home/>

MATERIALLY (Italia)

Materially ayuda a empresas, arquitectos y diseñadores en el desarrollo y promoción de la innovación sostenible a partir de materiales. Es el socio ideal para el desarrollo e implementación de estrategias de innovación basadas en materiales. Los eventos, la creación de redes y la biblioteca de materiales están en el centro de la actividad de Materially.



Nombre de la organización promotora: Materially

Lugar donde se ha implementado: Milán, Italia.

Grupo destinatario: empresas nuevas, arquitectos, diseñadores y público general.

Objetivos: la innovación, el diseño, la promoción para los fabricantes de materiales.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Materially ayuda a los fabricantes de materiales con proyectos de innovación y networking. Apoya a las empresas en el desarrollo de nuevos conceptos y productos, buscando soluciones creativas y sostenibles gracias a un enfoque multidisciplinar y metodologías de diseño. También promueve el uso de materiales sostenibles entre el público en general (incluidos los niños) mediante talleres.

Carácter Innovador: Los materiales son un elemento clave de la sostenibilidad de un producto y una parte central y tangible de la transición a una economía circular. Materially ofrece herramientas dedicadas para esta transformación: desde la Biblioteca de Materiales, hasta la formación y eventos, aprovechando el pensamiento de diseño, para el crecimiento de una cultura de sostenibilidad que involucra a toda la sociedad.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

El momento más difícil fue entre los años 2020-2022 donde la empresa tuvo que lidiar severamente contra las consecuencias de la pandemia.

Enlace a la página web. <https://www.materially.eu/es/>

TONDO LAB (Italia)

Creada para apoyar a las nuevas empresas en el diseño e implementación de soluciones circulares y ayudar a las empresas a comunicar su enfoque circular. Evaluar herramientas de circularidad para productos y empresas, organizar iniciativas educativas, organizar talleres y hackatones sobre innovación y diseñar soluciones circulares son las actividades clave que ofrece.



Nombre de la organización promotora: Tondo Lab

Lugar donde se ha implementado: Milán, Italia. (Todo el país)

Grupo destinatario: personas, escuelas, institutos de investigación e instituciones públicas.

Objetivos: Desarrollar el conocimiento entre las personas y probar nuevas soluciones relacionadas con la economía circular. Apoyar a las empresas y a las start-ups en el diseño e implementación de soluciones circulares. Desarrollar un enfoque innovador para trabajar la circularidad, creando sinergias entre diferentes personas y objetivos.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

El formato de los eventos Re-Think y Hacking the City fue diseñado para estimular el pensamiento crítico hacia algunos elementos del actual sistema económico industrial, mostrando las posibles tendencias evolutivas de la Economía Circular. Se muestran caminos prácticos, capaces de conducir a actividades innovadoras y empresariales que puedan tener un impacto positivo en el sistema local y nacional.

Carácter Innovador: 7 eventos de Re-Think se han organizado en 4 diferentes regiones italianas (Liguria, Lombardía, Apulia, Campania). Los temas para los diferentes eventos se eligen de acuerdo con las peculiaridades de los territorios locales y los sectores emergentes. Dentro de los eventos se organizan hackatones con las escuelas para fomentar el espíritu empresarial entre los jóvenes.

Enlace a la página web. <https://re-think.today/>

<https://www.hackingthecity.today/>

CAMPUS DE INNOVACIÓN SOCIAL DE FONDAZIONE TRIULZA (Italia)

Creado para involucrar a las nuevas generaciones en la planificación de un futuro sostenible, a través de tecnologías de impacto y el diálogo con diferentes partes interesadas. El Campus es el contexto en el que se puede imaginar y experimentar con soluciones innovadoras para las ciudades del futuro, mezclando diferentes conocimientos y mundos.



Nombre de la organización promotora: Fondazione Triulza

Lugar donde se ha implementado: Milán, Italia.

Grupo destinatario: estudiantes de bachillerato y universidad, nuevas generaciones de cooperativistas y emprendedores sociales, organizaciones del Tercer Sector y entidades filantrópicas, centros de investigación y administraciones públicas.

Objetivos: implicar a las nuevas generaciones en la planificación de un futuro sostenible.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Al crear contextos participativos y compartidos adecuados, la innovación social también proviene de los ciudadanos, las comunidades, la sociedad y, sobre todo, de las nuevas generaciones.

Carácter Innovador: Más de 5.500 personas, de las cuales el 68% eran jóvenes, siguieron las 78 iniciativas organizadas, con escuelas en 18 municipios de Lombardía, Véneto y Sicilia. La cuarta edición consolida la "comunidad" en torno al primer campus italiano sobre innovación social: 57 socios, 171 ponentes y 68 jurados, ponentes y mentores.

Enlace a la página web. <https://fondazionetriulza.org/social-innovation-campus/>
<https://www.sicampus.org/>

TCR TECORA (Italia)

Es un proveedor líder de sistemas de muestreo de emisiones continuas de dioxinas, gravimétricos, dispositivos de higiene industrial, analizadores de control de oxígeno y combustión. Diseña productos que cumplen con los estándares internacionales, ayudando a los ingenieros ambientales y probadores de pilas a mejorar su productividad y minimizar los productos fuera de las especificaciones en los procesos industriales.



Nombre de la organización promotora: TCR Tecora

Lugar donde se ha implementado: Cogliate - Lombardía, Italia.

Grupo destinatario: Agencias ambientales y laboratorios, consultores de calidad del aire interior e industrias.

Objetivos: diseñar productos que cumplan las normas internacionales, mejorar la productividad de los ingenieros ambientales, reducir los productos no especificados en los procesos industriales y contribuir a la formación continua de las empresas para implementar la investigación ambiental.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Ha creado más de 50 instrumentos; +100.000 servicios de reparación y mantenimiento. Ofrece al cliente productos de acuerdo con las normas internacionales, que simplifican el trabajo de los empleados, reduciendo el costo de la operación, al tiempo que mejora la calidad de la medición. También ofrece formación a empresas y proyectos de doctorado.

Carácter Innovador: ha atendido a más de 3760 empresas. La innovación de las empresas radica en sus inversiones en nuevas tecnologías y procesos de producción innovadores. La empresa trabaja en constante relación con laboratorios y centros de investigación para una mejora constante en la optimización tecnológica.

Enlace a la página web <https://tcr-tecora.com/en/>

BACK TO THE RURAL (Italia)

Es un programa de aprendizaje inmersivo, itinerante e internacional. Formaciones en inglés por profesores internacionales y centradas en las habilidades digitales, en particular la narración digital y la financiación colectiva. Tiene como objetivo proporcionar a los jóvenes las herramientas adecuadas para una comercialización territorial efectiva.



Nombre de la organización promotora: Embajada de los Estados Unidos en Italia, CIAPE y Fondazione Mondo Digitale

Lugar donde se ha implementado: Cogliate - Lombardía, Italia.

Grupo destinatario: Jóvenes

Objetivos: promover el potencial turístico y empresarial de las zonas rurales, aprovechando los recursos humanos, económicos, culturales, ambientales e históricos de los municipios interesados. Invertir en la formación de jóvenes que viven en pequeñas ciudades y que quieren contribuir a mejorar su territorio a través de los conocimientos adquiridos, fortaleciendo su sentido de comunidad.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

El "Rural Tech Camp" pretende brindar a los jóvenes de los territorios rurales habilidades digitales y de financiación colectiva para promover mejor los municipios rurales y sus actividades empresariales. La formación ha dado lugar a ideas de proyectos que tendrán un seguimiento gracias a la tutoría, beneficiando así a los territorios rurales a largo plazo.

Carácter Innovador: La innovación radica en el hecho de que ya no son los jóvenes que salen del campo para recibir formación, ahora es el "entrenamiento" que viene a visitarlos.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Barreras culturales/escepticismo de las partes interesadas no acostumbradas a iniciativas de este tipo, y limitaciones económicas: la mayoría del personal implicado ofreció su trabajo voluntariamente debido a la escasez de recursos económicos disponibles.

Enlace a la página web <https://www.instagram.com/backtotheruralitalia/>

A-BA (Italia)

Moda totalmente sostenible, desde el hilo hasta el final de la vida útil, apoyando el trabajo ético de la sastrería social que lo produce y la creatividad de quienes lo diseñan. FROM FIBRE TO CLOTHES es una propuesta de 'arquitectura del cuerpo' con un diseño "para todos" que tiene la ambición de ser un proyecto económicamente virtuoso y sostenible y un proceso de producción de economía circular.



Nombre de la organización promotora: A-BA

Lugar donde se ha implementado: Roma, Italia.

Grupo destinatario: Mujeres, hombres (millennials).

Objetivos: Cambiar la filosofía de vestir: comprar menos, usar mejor. Ofrecer ropa de alto rendimiento, con un diseño simplificado, una cadena de suministro ética y un bajo impacto ambiental. Aplicar un modelo de trabajo inclusivo

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Ofrece ropa de alto rendimiento que combina comodidad, ergonomía, versatilidad y estilo. Un diseño simplificado que reduce el tiempo de producción y los costes. Cuenta con una cadena de suministro ética, transparente, produce con fibras naturales o recuperadas, con bajo impacto ambiental/re procesable/desechable/compostable.

Carácter Innovador: combina la innovación tecnológica y de productos y la aplicación de una etiqueta emocional e inteligente. Se establece una conexión entre el consumidor y la marca a través de un código QR que crea una relación constante de confianza. Puedes comprar la prenda; puedes usarla y revenderla en la tienda electrónica a-ba; también pueden aconsejarte cómo reutilizarla de una manera creativa o cómo desecharla mejor.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Un obstáculo para el desarrollo de la marca y la difusión de temas sostenibles está vinculado a la gente que piensa que la moda sostenible es muy cara y no es asequible para todos.

Enlace a la página web www.barbaraannunziata.com

SPRING LAB (Italia)

Encargados de traer muebles antiguos y accesorios de decoración a la vida, mejorando su calidad, funcionalidad y estética. La clave de su éxito es intentar pensar fuera de la caja, combinando el gusto del consumidor final (estética) con la necesidad de reutilizar las cosas existentes.



Nombre de la organización promotora: Spring Lab

Lugar donde se ha implementado: Roma, Italia.

Grupo destinatario: consumidores interesados

Objetivos: reciclar y reutilizar tanto mobiliario como sea posible. Mejorar el conocimiento de la economía circular entre la población y ayudar a las personas a producir de manera sostenible. Difundir el cultivo de la calidad contra la cantidad.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

En 5 años, muchos muebles han vuelto a la vida y varias familias comenzaron a replantear sus espacios sin comprar muebles nuevos pero renovados o reciclados. Colabora con las cárceles de Rebibbia en talleres y con el Festival de Recuperación de Roma, el RiscartiFest.

Carácter Innovador: Organiza talleres de reciclaje con jóvenes y adultos, supervisa a estudiantes universitarios en el diseño de productos hechos a partir de residuos. Colabora con Roma Altruista en la gestión de voluntarios corporativos que tienen que transformar un espacio de forma sostenible.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

La dificultad para algunas personas para percibir el valor del tiempo utilizado para transformar/ actualizar un producto

Enlace a la página web <https://springlab.art/>

3BEE (Italia)

Desarrolla tecnologías únicas e innovadoras que permiten a las personas escuchar las necesidades de las abejas e intervenir cuando están mal. 3Bee es el socio de empresas que quieren implementar políticas de RSC y que tienen un impacto positivo y concreto en la biodiversidad y la protección de los polinizadores.



Nombre de la organización promotora: 3BEE

Lugar donde se ha implementado: Lurate Caccivio, Italia.

Grupo destinatario: empresas y escuelas.

Objetivos: desarrollar proyectos concretos con un fuerte impacto ambiental y social en el mundo; proteger las abejas y la biodiversidad; concienciar y educar a las empresas sobre cuestiones de sostenibilidad.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

3Bee y sus proyectos tienen un impacto en varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular 13 - Acción por el Clima, 15 - Vida en la Tierra y 11 - Ciudades y Comunidades Sostenibles. 120 millones de abejas protegidas, 1200 millones de flores polinizadas, 1000 de colmenas controladas y 302 toneladas de CO adsorbido (indirectamente).

Carácter Innovador: desarrolla sistemas para mejorar la salud de las abejas y proteger la biodiversidad. En 3 años 3Bee ha desarrollado una red de 10K apicultores y ya ha involucrado a decenas de escuelas. Ha revolucionado el antiguo y precioso arte de la apicultura al fomentar su crecimiento y redescubrimiento a través de la aplicación de tecnologías innovadoras como IoT, inteligencia artificial y aprendizaje automático.

Enlace a la página web <https://www.3bee.com/es/>

PRIMERA COOPERATIVA ORGÁNICA (Macedonia del norte)

Ofrece salud y felicidad con productos orgánicos a todos los hogares al reunir a los productores orgánicos agrícolas.
Promueve una vida ecológica.



Nombre de la organización promotora: Primera cooperativa orgánica

Lugar donde se ha implementado: Ohrid, Kumanovo, Valandovo, Dojran y Bogdanci, Macedonia del Norte.

Grupo destinatario: productores agrícolas

Objetivos: Promover un uso más saludable y sostenible de los recursos naturales.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Compartir conocimientos, experiencias y aumentar la producción orgánica en el país.

Carácter Innovador: Los miembros trabajan juntos, compartiendo experiencias y conocimientos, para promover la producción orgánica como una forma de uso más sostenible de los recursos naturales.

Enlace a la página web. <https://poz.mk/>

SPIN (Macedonia del Norte)

Spin se ocupa de la reparación y reutilización de muebles antiguos. El objetivo es mantener el valor de la vieja pieza de mobiliario, y al mismo tiempo con un enfoque creativo, darle un aspecto nuevo, fresco y moderno.



Nombre de la organización promotora: SPIN

Lugar donde se ha implementado: Macedonia del Norte

Grupo destinatario: Población general

Objetivos: reparación y reutilización de muebles antiguos, decoración de interiores donde se aplican principalmente principios ecológicos

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

La mayoría de los muebles viejos terminan como parte de los residuos, y en nuestro país, por desgracia, a veces como combustible, por lo que el objetivo principal de Spin es la reducción de los residuos y el impacto en la reducción de la contaminación del aire. La preservación del valor cultural de los muebles antiguos, que hoy se está reemplazando por una nueva producción de muebles, a partir de materiales que no tienen un origen ecológico, también es una contribución.

Carácter Innovador: La idea de este proyecto es despertar la conciencia ecológica de la gente para la conversión, reutilización y reparación de muebles viejos, es decir, 'devolver a la vida' viejas piezas que de otra manera terminarían como parte de los residuos.

Enlace a la página web. <http://www.spin.mk/>

PRÁCTICAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA COMO SOLUCIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO (Macedonia del Norte)

La Asociación de macedonia de energía solar, "Macedonia Solar" es una asociación científica y educativa que trabaja en todos los niveles de la cadena de proveedores, desde la fabricación hasta el servicio y mantenimiento de sistemas de energía solar, y la promoción de la energía solar como una solución sostenible a las necesidades energéticas.



Nombre de la organización promotora: Macedonia Solar

Lugar donde se ha implementado: Macedonia del Norte

Grupo destinatario: productores, contratistas, importadores y comerciantes

Objetivos: fortalecer la cooperación entre las empresas macedonias en el sector de la energía solar y conectar a expertos y científicos de todas las ramas para promover la energía renovable.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Promociona equipos y materiales utilizados para realizar sistemas solares, sensibiliza y educa sobre la energía solar en el sistema educativo (a fondo, educación secundaria y superior); apoya a la organización de campañas públicas de promoción y sensibilización de los ciudadanos sobre la aplicación de la energía solar, etc.

Carácter Innovador: 21 miembros particulares y empresas se han beneficiado de Macedonia solar, debido a su fortalecimiento de los conocimientos y aptitudes para el uso de energías renovables, red solar de empresas.

Enlace a la página web.

<https://solar.org.mk/en/%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%bc%d0%b0%b0/>

PAKOMAK (Macedonia del Norte)

Su actividad es la gestión de residuos de envases, de conformidad con la nueva Ley de gestión de envases y residuos de envases.

Los fundadores de la empresa son 11 empresas de producción líderes en Macedonia: Pivara Skopje AD Skopje; Prilepska Pivarnica AD Prilep; Vitaminka AD Prilep; Pelisterka DOO Skopje; Magroni DOO Skopje (Ladna, Dobra Voda); Coding Dooel Kavadarci (Gorska voda); Kozuvchanka DOO Kavadarci; Vivax Ltd. Skopje; Blagoj Gjorev AD Veles; VV Tikvesh AD; VV Stobi AD.



Nombre de la organización promotora: PAKOMAK

Lugar donde se ha implementado: Macedonia del Norte

Grupo destinatario: empresas y particulares

Objetivos: organizar un sistema para la recogida, selección y reciclaje de los residuos de envases de las empresas, que termina con los usuarios finales. Promover una actitud responsable de las empresas hacia los residuos de envases, permitiendo así una mejor calidad de vida para todos.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

El objetivo de la compañía es construir una cooperación sólida y a largo plazo con sus clientes y con el estado y de acuerdo con las regulaciones europeas - para minimizar el impacto negativo de los residuos de envases en el medio ambiente. Brinda soluciones ecológicas y económicamente justificadas para los residuos de envases.

Carácter Innovador: Su principio es de "responsabilidad ampliada del productor", todas las entidades de la cadena deben permitir al usuario final (fabricantes, envasadores, importadores, distribuidores) la reutilización o utilización del material de embalaje que ponen en el mercado. 850 empresas se han beneficiado.

Enlace a la página web. <https://pakomak.mk/>

MB HOME (Macedonia del Norte)

Es la primera empresa en Macedonia del Norte con un equipo de expertos con conocimientos y experiencia significativos en el campo del diseño y la proyección, ejecución y desarrollo de proyectos basados en los postulados de la comunidad internacional y las instituciones mundiales para la protección de la naturaleza y el impacto directo del cambio climático mediante la aplicación.



Nombre de la organización promotora: MB HOME

Lugar donde se ha implementado: Skopje, Macedonia del Norte

Grupo destinatario: empresas y particulares

Objetivos: reconstrucción y renovación de edificios existentes, y construcción de casas prefabricadas

Carácter Innovador: Vivienda inteligente con diseño ecológico y verde, arquitectura y construcción verde, arquitectura sostenible y vida inteligente

Enlace a la página web. <http://www.mbhome.mk/uslugi/>

IRINA TOSHEVA - DISEÑADORA (Macedonia del Norte)

La moda sostenible no solo significa utilizar materiales reciclados, ecológicos y ahorrar agua, sino también pensar en el bienestar de los trabajadores. Toda la cadena de suministro y procesamiento está involucrada, desde el productor de hilados, hasta el uso del producto por los clientes. Sostenibilidad significa no consumir en exceso.



Nombre de la organización promotora: Irina Tosheva

Lugar donde se ha implementado: Skopje, Macedonia del Norte

Grupo destinatario: clientes de ropa y dueños de mascotas.

Objetivos: Contribuir a la transición de la economía circular en el país. Alentar al mercado a usar menos y mejor ropa, y por más tiempo.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Trabaja en varios proyectos como mentor, educando a los jóvenes diseñadores e introduciéndolos a la sostenibilidad y economía circular, lo que se convierte en el núcleo de su trabajo.

Carácter Innovador: Mantiene la producción al nivel de necesidad, y también pensando en el cuidado de la ropa y su vida después, para cuidar del medio ambiente.

Enlace a la página web. <https://irinatosheva.com/>

COSMETICOS IGNEA (Macedonia del Norte)

Los cosméticos son alimento para nuestro órgano más grande, la piel, si queremos consumir de forma saludable, entonces, estos cosméticos naturales son una buena selección que han recogido todos los beneficios de la madre tierra en frascos pequeños.



Nombre de la organización promotora: IGNEA

Lugar donde se ha implementado: Kumanovo, Macedonia del Norte

Grupo destinatario: clientes de cosméticos

Objetivos: producción de productos respetuosos con el medio ambiente

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Preparación y venta de productos cosméticos orgánicos, mientras que la población destinataria tiene acceso a productos cosméticos orgánicos y naturales con calidad probada.

Carácter Innovador: Los fondos recibidos de la venta se invierten en el mantenimiento del "Eco Wellness Complex Ignea", donde los propietarios de Ignea cultivan frutas y verduras, pero también y para la reforestación de los alrededores.

Enlace a la página web. <https://www.facebook.com/IgneaOrganicCosmetics/>

ECOMEGOT (Francia)

EcoMegot es una empresa que trabaja en el reciclaje de colillas de cigarrillos.

Sus objetivos son proteger el medio ambiente, construir ciudades y comunidades sostenibles que impliquen reducir su impacto, promover la economía circular necesaria para preservar nuestros recursos y la emergencia social y ambiental que estamos experimentando.



Nombre de la organización promotora: EcoMegot

Lugar donde se ha implementado: Talence, Francia

Grupo destinatario: Población general.

Objetivos: Protección del medio ambiente, gestión y tratamiento de residuos mediante la recogida y reciclado de colillas.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Desde el inicio de la actividad, ha recogido 60 millones de colillas de cigarrillos en toda Francia, 60 millones de colillas que no acabarán en la naturaleza. De hecho, solo una colilla puede contaminar hasta 500 litros de agua. Desde hace 6 años, han sido protegidas de la contaminación de las colillas 30.000.000.000 litros de agua, es decir, 12.000 piscinas olímpicas.

Enlace a la página web. <https://ecomegot.com/>

MIT GROUP COMPANY (Macedonia del Norte)

El actual programa de producción está diseñado para el segmento de producción de envases para la industria avícola. Se trata de la producción de envases para huevos (bandejas y bandejas de papel reciclado). Se producen cuatro tamaños básicos de embalaje: arandelas de huevo 20-XL, arandelas de huevo 17-L, arandelas de huevo 15-M y arandelas de huevo de embalaje comercial.



Nombre de la organización promotora: MiT Group

Lugar donde se ha implementado: Kumanovo, Macedonia del Norte

Grupo destinatario: vendedores y clientes de huevos.

Objetivos: Promover el reciclaje, mejorar el medio ambiente reduciendo el uso de nuevas materias primas y creando una "economía circular" en la que los residuos no se consideran un producto final sino un recurso para crear nuevos productos.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

El objetivo de nuestra empresa es mejorar la conciencia de los ciudadanos y proteger el medio ambiente mediante el procesamiento de papel y obtención de un producto acabado a partir de papel reciclado, reduciendo los residuos de envases.

Carácter Innovador: MIT GROUP es la única empresa en Macedonia y más allá de los Balcanes que se ocupa del reciclaje y procesamiento de papel y la obtención de un producto terminado a partir de papel reciclado.

Enlace a la página web. <http://mitgroupcompany.com/>

GREENTECH (Macedonia del Norte)

La empresa ha empleado a 55 empleados y desde su inicio ha invertido continuamente en el desarrollo de la producción y la expansión de la red de proveedores.

Trabajando bajo el lema "Por un medio ambiente limpio", GRINTECH enfatiza la necesidad de recoger, reciclar y reutilizar los residuos de envases de plástico, con el objetivo de ahorrar energía, una vida saludable y un medio ambiente limpio para nuestras generaciones y futuras.



Nombre de la organización promotora: Grintech

Lugar donde se ha implementado: Gazi Baba - Skopje, Macedonia del Norte

Grupo destinatario: clientes, comunidad.

Objetivos: recoger, reciclar y reutilizar residuos de envases plásticos.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

La compañía da nueva vida a los envases de PET y, por lo tanto, preserva la naturaleza, dejando un medio ambiente saludable para las generaciones futuras. A nivel de grupo, procesan 50.000 toneladas de envases de PET al año. La población destinataria contribuye a la reutilización de los residuos de envases de plástico y a la disminución de los residuos de plástico.

Carácter Innovador: Es líder en Macedonia en el reciclaje de PET, PP y PE, ubicado en la parte industrial del asentamiento de Gazi Baba en Skopje.

Enlace a la página web. <http://www.grinteh.com.mk/index.php/bonus-page/departments>

EKOLIFE (Eslovaquia)

La empresa se centra en la creación de calefacción socialmente responsable, de calidad, limpia y económicamente viable con el cuidado del medio ambiente. Trabajan para educar a la población y familiarizarse con las ventajas sociológicas, ecológicas y económicas del uso de pellets.



Nombre de la organización promotora: EKOLIFE

Lugar donde se ha implementado: Ginovci – Rankovce, Eslovaquia

Grupo destinatario: población general

Objetivos: Producción de pellets. Los pellets EkoLife son una fuente de energía renovable y durante su combustión, no contaminan el medio ambiente.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

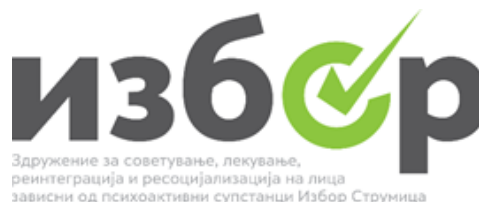
El grupo objetivo tiene acceso a fuentes de energía cualitativas y baratas en términos de energía recibida/costo.

Carácter Innovador: EkoLife es una empresa que utiliza tecnología de vanguardia para producir pellets de alta calidad, cuyo producto pertenece a la clase A1 de acuerdo con el estándar ENplus - lo que significa una composición de pellets estrictamente definida.

Enlace a la página web. <https://ekolife.mk/>

POKROV IZBOR (Macedonia del Norte)

En 5 hectáreas de tierra, se cultivan varios cultivos de frutas y hortalizas, y recientemente el centro también tiene un secador para productos deshidratados. También está la marca "Fresh to go", de ensaladas listas para comer que tienen valor añadido y ya se venden en cadenas de mercado como Vero, Ramstor, Makpetrol.



Nombre de la organización promotora: Pokrov Izbor

Lugar donde se ha implementado: Strumica, Macedonia del Norte

Grupo destinatario: personas drogodependientes, alcohólicas y ludópatas.

Objetivos: Producción orgánica y rehabilitación social de grupos vulnerables.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Producir productos orgánicos a través de un programa de rehabilitación para adictos, tratamiento, rehabilitación y resocialización de personas con problemas de drogas, alcohol y adicción al juego. Encontrar un trabajo en el lugar de residencia para las personas que han completado el programa. Un doble beneficio es evidente de las actividades económicas porque a través de ellas funcionan la terapia ocupacional o se realizan grupos vulnerables y se adquieren o fortalecen los hábitos de trabajo. Los clientes tienen acceso a productos orgánicos y saludables.

Carácter Innovador: El centro para la rehabilitación de los adictos a las drogas, el alcohol y el juego - Pokrov Izbor, se puede decir que es una de las primeras empresas sociales. El componente innovador de la organización está en la parte de la reintegración (inclusión social) a través de la realización de actividades ecológicas y producción orgánica de productos agrícolas.

Enlace a la página web.

Instituto Knof (ESLOVENIA)

Es un instituto para el desarrollo creativo, es una comunidad de personas de la región de Posavje de Eslovenia que creen en el espíritu empresarial con efectos positivos para el medio ambiente, la sociedad y la salud, el autoabastecimiento local en diferentes niveles y la inclusión de grupos destinatarios vulnerables. La visión de KNOF es un sistema económico verde y local que incluye principios de ecodiseño, de cuna a cuna y de producción justa como sus valores fundamentales.



Nombre de la organización promotora: KNOF

Lugar donde se ha implementado: Krško, Eslovenia.

Grupo destinatario: personas en situación de vulnerabilidad, empresarios sociales, comunidad local y nacional.

Objetivos: El enfoque de la KNOF es una forma de vida sostenible. A través de diversos proyectos, quieren lograr los mayores efectos posibles en la popularización de un estilo de vida sostenible. Sensibilizan al público, las empresas, los municipios, las comunidades, educan a los jóvenes empresarios y demuestran su éxito a través de los efectos concretos de la reutilización.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Las personas pueden formar parte de la comunidad empresarial de KNOF de diferentes maneras: pueden comprar en las boutiques, tiendas y online sostenibles. Si tienen una idea de negocio, pueden tener su propio centro de negocios en la incubadora y recibir apoyo de mentores y contadores de KNOF y pueden hacer negocios en el marco de la empresa social KNOF. Pueden trabajar y ayudar como voluntarios o involucrarse a través de programas: capacitación en el trabajo, pruebas de trabajo para jóvenes, rehabilitación vocacional/ocupacional para personas discapacitadas.

Carácter innovador: KNOF incluye a grupos vulnerables en sus actividades: jóvenes menores de 30 años sin educación ni experiencia laboral, personas mayores de 50 años y personas con discapacidad. Por lo general, también son desempleados de larga duración y suelen pasar por un proceso de introducción al trabajo antes de que estén listos para trabajar de forma independiente.

Enlace a la página web. <https://knof.si/>

Treecetlet (Eslovenia)

Su misión es crear un impacto positivo en la naturaleza, los animales y las personas y lo están haciendo plantando árboles, apoyando a varias organizaciones benéficas y proporcionando empleos justos aquí y en todo el mundo.

Treecetlet vende pulseras y con cada brazalete comprado, planta 3 árboles y apoya a organizaciones benéficas locales



Nombre de la organización promotora: Treecetlet

Lugar donde se ha implementado: Kras, Eslovenia.

Grupo destinatario: Comunidad y organizaciones benéficas locales, nacionales e internacionales.

Objetivos: Promover la caridad a través de formas sostenibles. Treecetlet es más que plantar árboles y cuidar la naturaleza y buscan tener un impacto positivo en el mundo que también incluye a las personas.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Los compradores pueden ayudar mediante la compra de joyas (también pueden decidir si quieren plantar árboles o donarlo a cuestiones caritativas). Se benefician de dos maneras: por conseguir joyas agradables, así como ayudar a los demás. Con cada compra, aseguran el trabajo justo de la gente local y alrededor del mundo.

Carácter innovador: conectan la fabricación de joyas, la solidaridad y la plantación de árboles.

Enlace a la página web. <https://trgovina.treecetlet.si/nasa-misija/>

Mizarstvo Ornik (Eslovenia)

Carpintería Ornik es una pequeña empresa especializada en la producción de muebles de madera antigua/usada y otras materias primas. La compañía coopera también con subcontratistas para ayudar principalmente en la instalación, transporte y preparación de la madera vieja para la fase de producción. En su proceso de producción, Ornik está fuertemente orientado a la producción de circularidad y cero residuos.



Nombre de la organización promotora: Mizarstvo Ornik

Lugar donde se ha implementado: Apače, Eslovenia.

Grupo destinatario: Comunidad local y nacional, negocio de muebles.

Objetivos: Son una empresa especializada en la producción de muebles de madera antigua/usada y otras materias primas.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

La carpintería de Ornik tiene mucha experiencia en la restauración de muebles barrocos y elegantes, la producción y el acabado de equipos para iglesias, capillas y otros edificios protegidos por monumentos sagrados. Con sus muchos años de presencia en los mercados esloveno y extranjero, han ganado mucha experiencia y conocimiento. También son conocidos por la consistencia y la más alta calidad de los productos, el cumplimiento de los plazos de producción y el cuidado del medio ambiente.

Carácter innovador: Mizarstvo Ornik fabrica productos de madera tallada antigua y así conserva el patrimonio natural de nuestros abuelos y abuelas. La madera que utilizan es de 100 a 500 años de edad y se corta en la vieja forma manual, que se transforman en productos que te llevan muy atrás, cuando la gente vivía de una manera natural más amable.

Enlace al sitio web: <http://mizarstvoornik.com/>

Čer Lesa (Eslovenia)

Con el objetivo de promover el procesamiento de la madera y el uso de productos de madera, la Asociación Eslovena de Protección de la Madera y el Consejo de la Madera han organizado las exposiciones de Čer Lesa en toda Eslovenia.



Nombre de la organización promotora: Čer Lesa

Lugar donde se ha implementado: Liubliana, Eslovenia

Grupo objetivo: población general

Objetivos: El objetivo de las exposiciones y eventos paralelos es concienciar a los consumidores sobre la importancia de procesar y utilizar productos/objetos de madera para proteger el medio ambiente (contra el cambio climático) y la salud humana.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Eslovenia no tiene riquezas minerales ni recursos energéticos propios. Pero tenemos madera, que puede ser procesada en productos de alta calidad y edificios con poca energía e impacto en el medio ambiente. Es por ello que la riqueza de la madera nos ofrece una inmensa oportunidad para reorientar la industria eslovena hacia una "bioeconomía" que ahorra energía y es respetuosa con el medio ambiente.

Carácter innovador: Exposiciones como proceso educativo. Con estas exposiciones el grupo objetivo puede adquirir conocimientos y competencias en este campo.

Enlace al sitio web: <https://carlesa.si/>

Drugačno Pohištvo (Eslovenia)

Oldoak son interesantes piezas de mobiliario y diseño de interiores. Cada mueble de madera de roble antiguo es un producto único e irrepetible. Funcional y duradero. Las huellas dejadas en el bosque por su uso anterior cuentan historias sobre otros tiempos y lugares.



Nombre de la organización promotora: Oldoak

Lugar donde se ha implementado: Liubliana, Eslovenia

Grupo destinatario: Vendedores y compradores.

Objetivos: Reutilizar madera de roble y darle nueva vida en diferentes muebles.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Mobiliario sostenible hecho de roble viejo. La madera de roble viejo impresiona con su suave color miel, líneas de edad acentuadas, grietas y otras irregularidades. La noble pátina que ha adquirido a lo largo de cien o más años de envejecimiento natural da un carácter especial a los productos de mobiliario.

Carácter innovador: Reutilización de roble viejo para hacer muebles nuevos.

Enlace al sitio web: <https://www.oldoak.si/>

Smetumet (Eslovenia)

Smetumet son los productos, talleres y actividades sociales creados a partir de la basura por el bien de la basura. Con reciclaje lúdico y diseño único.



Nombre de la organización promotora: Smetumet

Lugar donde se ha implementado: Ljubljana, Eslovenia

Grupo destinatario: productores locales

Objetivos: Apoyar a los productores y agricultores locales. Utilización de productos ecológicos y sostenibles.

Beneficios para la entidad y la población destinatario:

Utilización de productos y servicios de comercio justo y de empresa social, autosuficiencia en la medida de lo posible, renuncia a los artículos de un solo uso y elección de productos con menos o sin embalaje. Busca comprar productos de mejor calidad que duren más, donar, compartir, vender o intercambiar artículos usados. Clasificación de los residuos y su colocación en recipientes adecuados; recogida de la basura deseada para la papelería.

Carácter innovador: convertir la basura en nuevos productos. Todo, no importa cuánto lo queramos, finalmente se convierte en basura. Ser consciente de la basura antes de que se cree, pensar en las posibilidades de prevenirla, sobre su reutilización, procesamiento, reparación, actualización y extensión de la vida es el propósito de la operación de Smetumet.

Enlace al sitio web: <https://smetumet.com/>

INTERMONTAGE B.V. (Países bajos)

Intermontage es una empresa de diseño y acabado de interiores con sede en Terwolde, Gelderland, Países Bajos. Tiene como objetivo funcionar de forma fiable en todos los frentes y se esfuerza por la satisfacción del cliente. Las áreas de enfoque de la empresa son la adquisición sostenible de materiales, la cohesión social; desarrollar una política de patrocinio orientada a las iniciativas locales y a la economía, y seguir invirtiendo en innovaciones y metodologías como BIM (Revit) y colaboración en cadena.



Nombre de la organización promotora: Intermontage

Lugar donde se ha implementado: Terwolde, Países Bajos

Grupo destinatario: Comunidad local y nacional, negocio de muebles.

Objetivos: adquisición sostenible de materiales, cohesión social; desarrollar una política de patrocinio orientada a las iniciativas locales y a la economía, y seguir invirtiendo en innovaciones y metodologías como BIM (Revit) y colaboración en cadena.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Intermontage cuenta con el conocimiento, la experiencia y las líneas de producción para abordar profesionalmente todo tipo de proyectos y llevarlos a la plena satisfacción de los clientes. Su misión comienza con los empleados adecuados en el lugar correcto, que tienen el reto de crecer y desarrollarse en el interés de ellos mismos, la empresa, el cliente, el mercado y el medio ambiente.

Carácter innovador: Conecta el diseño de interiores con la responsabilidad social, que es una parte integral de una forma profesional y sostenible de emprendimiento.

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Crecimiento lento desde 1977

Enlace al sitio web: <https://intermontage.nl/>

Koo International (España)

KOO International es un fabricante de mobiliario de asientos con más de veinte años de experiencia en el sector, en el que se crean piezas basadas en el diseño, la innovación y la coherencia. Se centra en un público cosmopolita e internacional, con una marcada preocupación por el diseño, pero que de ninguna manera compromete la calidad.



Nombre de la organización promotora: KOO International

Lugar donde se ha implementado: Valencia, España

Grupo destinatario: Comunidad local y nacional, negocio de muebles

Objetivos: trabaja siempre sobre la base de necesidades identificadas y con un objetivo final muy definido: la comodidad y el disfrute de las personas. Sus valores actúan como fuerza motriz y marcan cómo KOO realiza su trabajo, combinando recursos técnicos y humanos, siendo estos últimos los protagonistas.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

A través del diseño ecológico, están creando productos que se pueden actualizar y reparar. Estos productos también están hechos en gran parte de materiales reciclados y/o reciclables. Además, KOO International ha comenzado a ofrecer servicios relacionados con los productos para ralentizar el envejecimiento de los productos y garantizar un mantenimiento óptimo: rediseño, reconfiguración, reparación y recuperación.

Carácter innovador: Cirkoolar es un proceso iniciado por la marca para revisar su fórmula de producto investigando la mejor combinación de materiales naturales, reciclados y duraderos y para desarrollar un programa de servicio para extender la vida útil del producto.

Enlace a la página web: <https://www.koointernational.com/>

Coco mat (Grecia)

Los colchones COCO-MAT están diseñados para crear y ofrecer una nueva experiencia de sueño personalizada. La compañía introdujo gradualmente materiales naturales adicionales como crin de caballo, fibra de cactus, algas marinas y lavanda para mejorar aún más la calidad de sus colchones, haciendo la cama aún más especial para cada cliente.



Nombre de la organización promotora: COCO-MAT

Lugar donde se ha implementado: Atenas, Grecia.

Grupo destinatario: Comunidad local, nacional e internacional.

Objetivos: producción de colchones hechos de materiales naturales.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

COCO-MAT pasó por un progresivo refinamiento de su propuesta de cliente y valores de marca, desarrolló una red global de retail y se expandió a hoteles y bicicletas de madera, entre otras áreas. En 2015, Coco-Mat tenía tiendas en 14 países, empleando al menos 250 personas, la mayoría de ellas en Grecia.

Carácter innovador: se ha centrado hasta ahora en el uso de materias primas secundarias, la reutilización, el reciclaje y la extensión del ciclo de vida de los productos, la reducción de los residuos, la simbiosis industrial y la renovación de materiales, con el fin de comprometerse plenamente con los principios de reducir, reutilizar, reciclar y desarrollar la responsabilidad social corporativa, una empresa debe reexaminar sus sistemas actuales.

Enlace a la página web: <https://www.coco-mat.com/>

BRACIA ROMANOWSCY STOLARSTVO (Polonia)

La empresa se guía en sus actividades por un principio básico: la elección del material del que está hecho el mobiliario es de gran importancia. Al elegir muebles hechos de materiales cuya composición consiste en materiales post-consumo, apoyan el reciclaje, viviendo de acuerdo con la idea de cero residuos y cuidando los recursos naturales que se están agotando.



Nombre de la organización promotora: Bracia Romanowscy Stolarstwo

Lugar donde se ha implementado: Warsaw, Polonia.

Grupo destinatario: Comunidad local, nacional e internacional.

Objetivos: Producción de muebles sostenibles.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Las decisiones que se toman hoy afectan al mundo en el que vivirán las generaciones futuras. Por lo tanto, si se desea tener un impacto positivo en el medio ambiente, debe introducir cambios en su entorno inmediato, comprar y hacer compras reflexivas, elegir productos de alta calidad que nos servirán durante mucho tiempo, así como no tirar las cosas apresuradamente, por ejemplo, renovándolos.

Carácter innovador: Bracia Romanowscy Stolarstwo produce muebles y elementos de construcción de madera maciza. La empresa logra encontrar oportunidades de uso, incluso muebles viejos, escaleras y otros elementos de construcción en la producción de nuevos productos .

Barreras y problemas detectados durante la implementación:

Actualmente, el desarrollo del uso de la madera post-consumo en la producción de muebles y carpintería está bloqueado por las normas jurídicas polacas que impiden la importación de residuos de madera post-consumo, que al mismo tiempo provienen principalmente de las exportaciones de muebles polacos. La situación de la oferta se traduce en: un aumento de los precios de los productos, una pérdida de competitividad y la posibilidad de vender los productos manufacturados.

El Puente del Molino (España)

ECOS del Lozoya (finca El Puente del Molino)

Es un proyecto agroecológico (ECOS del Lozoya) el cual se cultivan frutos del bosque ecológicos en un entorno, rodeados de montañas, bosques, prados y agua. La finca tiene una extensión de 2 hectáreas. Se apuesta por una producción poco intensificada y minifundista, respetando el ritmo de las estaciones y al ciclo natural del cultivo.

Para el cultivo de las frutas no se utilizan pesticidas ni fertilizantes de síntesis. Cuentan con la certificación del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid. Realizan actividades que involucran a sus clientes en la cosecha de la fruta que desean crear, para generar conciencia ambiental.



Nombre de la organización promotora: Ecos del Lozoya

Lugar donde se ha implementado: Comunidad de Madrid

Grupo destinatario: Consumidores de productos orgánicos. Público en general.

Objetivos: Cultivo de frutos del bosque ecológicos, creación de experiencias de recolección para la conciencia ambiental.

Beneficios para la entidad y la población destinataria: producción de frutos respetando el ciclo natural de temporada, sin uso de agroquímicos contaminantes y que producen a largo plazo enfermedades. Frutos de producción minifundista con alto nivel de calidad y sabor.

Carácter innovador: además de utilizar un método de producción que se adapta a los ciclos naturales de temporada del producto. Se ofrece en el proceso de compra, una experiencia de contacto directo con el producto y de recorridos naturales a través de la finca, cuyo objetivo es generar mayor conciencia ambiental.

Enlace a la página web: <https://www.elpuentedelmolino.es>

PROYECTO DE SOSTENIBILIDAD REDCYCLE (España)

Redcycle es un proyecto de recogida y reciclaje, en cooperación con Aquafil, de redes de pesca en desuso para devolverles a la vida y convertirlas en prendas sostenibles y comprometidas con un futuro mejor.

Un proyecto puesto en marcha en 2015 que une a instituciones, cofradías, pescadores vascos y Ternua para sensibilizar y concienciar a la sociedad y al sector pesquero de proteger al Planeta. Se constituyen en fabricantes de ropa para la práctica del deporte de una manera sostenible. Tiene tiendas físicas y online.

- **12 Toneladas:** Cantidad de redes en desuso recogidas por Ternua en 2016.
- Disminución de dióxido de carbono equivalente a 39.500Kg de CO₂.
- Disminución de recursos naturales, equivalente a 18.612Kgs de petróleo.
- Disminución de residuos que acaban en vertederos o que son incinerados o que acaban en el fondo del mar, equivalente a 10.000 Kgs.



Nombre de la organización promotora: Ternua

Lugar donde se ha implementado: Mondragón, País Vasco.

Grupo destinatario: Pescadores Vascos, cofradías, instituciones y público en general

Objetivos: Recolección de redes de pesca en desuso para convertirlas en prendas deportivas de alto nivel.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Disminución en la contaminación de aguas y la afectación de la vida marina por redes en desuso.

Carácter innovador: Reutilización de las redes de pesca en desuso y la transformación de estos materiales en ropa deportiva de alta gama.

Enlace a la página web: <https://www.ternua.com/es/sostenibilidad-redcycle>

Trasdeza natur. (España)

Es una huerta ecológica que recupera especies locales de hortalizas y frutas y los transforma en productos deshidratados de forma sostenible con energía solar. Las aguas residuales se tratan en un estanque vegetal (filtro verde) y se reutilizan para riego. Sus productos están empaquetados con materiales reciclables y compostables.

Esta iniciativa gallega ha recibido ya numerosos reconocimientos como el premio recibido por Tallón García del programa TalentA 2021 al emprendimiento rural que organizan Corteva Agrisciencie y la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales en España (Fademur)



Nombre de la organización promotora: Tradeza Natur

Lugar donde se ha implementado: Pontevedra, España

Grupo destinatario: Público en general

Objetivos: Deshidratación de productos orgánicos con energías sostenibles

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

La excelencia y la máxima calidad alimentaria. Porque hacen los productos con delicadeza, cuidando la materia prima y deshidratándolos de forma natural, sostenible, para que mantengan todas sus propiedades.

La iniciativa ha ganado varios premios a la calidad y la innovación tecnológica que certifican sus beneficios.

Carácter innovador: Producción de frutas y hortalizas ecológicas y productos deshidratados con energía solar. Productos con todo su valor organoléptico y sus propiedades nutritivas.

Enlace a la página web: <https://www.trasdezanatur.com/home/>

JOSENEA BIO (España)

Es una empresa navarra de economía circular, dedicada al cultivo de biomasa. Para ello, recolecta biorresiduos de sus vecinos y los transforma en compost para la fertilización de sus propios cultivos, regenerando el suelo y clima.

El proyecto contribuye, asimismo, a la creación de empleos sociales verdes. Con el objetivo de impulsar la inserción laboral de personas en exclusión social utilizando como medio la creación de pequeños proyectos empresariales.

Ha sido galardonada con el Premio de Buenas Prácticas de Desarrollo Local Sostenible



Nombre de la organización promotora: Josenea

Lugar donde se ha implementado: Navarra, España

Grupo destinatario: personas que residen en zonas rurales en condiciones de vulnerabilidad y exclusión social.

Objetivos: *“Crear oportunidades de empleo para personas o colectivos desfavorecidos constituye una de las herramientas más eficaces en la lucha contra la exclusión social y hacia el camino de la autorrealización personal”. “Primamos a las personas sin olvidarnos de la Naturaleza, respetándose en cada uno de los procesos que llevamos a cabo en nuestra actividad y promoviendo los valores ecológicos y eco-sostenibles en todo nuestro entorno”.*

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Actualmente el número de personas en proceso de inserción contratadas asciende a 17. Josenea en su funcionamiento diario se comporta como una empresa real, para que el entrenamiento sea efectivo y no crear espacios laborales excesivamente protegidos y finalistas. Para ello, el equipo técnico de Josenea trabaja siempre con el objetivo de dar la mejor formación en una producción de alta calidad.

La empresa cuenta dentro de su plantilla con una persona técnica en acompañamiento socio laboral y desde el año 2002, más del 85% de las personas que han pasado por nuestro proceso de inserción trienal, ha conseguido consolidar su situación laboral y personal.

También en 2021, 6 integrantes del equipo han conseguido su inserción laboral de manera estable, mientras que otras 30 personas siguen en su proceso de formación en nuestras instalaciones de Lumbier y Noáin en Navarra.

Carácter innovador: Finca ecológica es autosuficiente gracias al uso de energías renovables para los procesos de producción.

Enlace a la página web: <https://www.josenea.bio/>

GO Match - Madrid KM región (España)

GO Match funding Madrid Km región (Madrid) consiste en un proyecto piloto de innovación financiera para acortar canales comerciales de producción agroecológica local que contribuyan a planificar la producción mediante una preventiva al consumidor y su posterior fidelización.

El matchfunding es la financiación colectiva de proyectos que, además de recibir las aportaciones ciudadanas mediante campañas de crowdfunding, reciben un apoyo económico extra por parte de una organización. Actualmente, tienen abierta una convocatoria, impulsada desde el Grupo Operativo Madrid KmRegión y la Fundación Triodos, que se dirige a proyectos innovadores de canal corto de comercialización de alimentos provenientes de la agricultura familiar y social de la Comunidad Madrid.

La estructura central del GO está formada por tres socios:

1. Los productores (Asociación de productores agroecológicos AUPA) como principales impulsores de la iniciativa
2. Las administraciones locales como apoyo público más inmediato. En este sentido la Asociación de Municipios Agroecológicos Red TERRAE.
3. Asociación por la Alimentación Local Sostenible y Saludable (ALYSS) aporta al proyecto la experiencia y necesidades de los pequeños distribuidores



Nombre de la organización promotora: Go Match

Lugar donde se ha implementado: Madrid, España

Grupo destinatario: Consumidores y productores orgánicos.

Objetivos: es acercar al productor y consumidor sin intermediarios y, además, dar a conocer el producto de la zona a la población local.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Reduce la cadena de distribución y comercialización, promoviendo ingresos justos a los productores orgánicos.

Carácter innovador: Innovación financiera para acortar canales comerciales de producción.

Enlace a la página web: <https://madridkmregion.es>

Andalusian Shepherds School, escuela de pastores (España)

La Escuela de Pastores de Andalucía es un proyecto formativo que incluye la impartición de conocimientos tradicionales y rurales, junto con aspectos ambientales vinculados a la ganadería.

La Escuela de Pastores de Andalucía está dirigida a personas que quieran afrontar un proyecto de futuro ligado a la producción ganadera pastoral y apuesten por una formación especializada y práctica.



**Escuela de
Pastores**
de Andalucía

Nombre de la organización promotora: Andalusian Shepherds School.

Lugar donde se ha implementado: Granada

Grupo destinatario: personas que quieran afrontar un proyecto de futuro ligado a la producción ganadera pastoral

Objetivos: apoyar el relevo generacional en las zonas rurales.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Con más de 9 ediciones ya celebradas, este proyecto tiene una tasa de incorporación a la actividad ganadera de entre 60 y 90% de estudiantes.

Carácter innovador: Prevención de la despoblación rural, por medio de la formación y gestión de proyectos ganaderos con impacto positivo en el medio ambiente.

Enlace a la página web: <https://escueladepastoresdeandalucia.es/es/inicio>

Red de Espacios Test Agrarios (España)

Las incubadoras agrarias son programas que facilitan el relevo generacional en la agricultura mediante la puesta a disposición de los llamados espacios test agrarios.

El grupo operativo RETA (Red de Espacios-test Agroforestales) promueve esos espacios que ayudan a superar la falta de relevo generacional, fomentan el empleo, la conservación del paisaje y modelos de producción agrícola sostenible.



Red de Espacios Test Agrarios

Nombre de la organización promotora: RETA

Lugar donde se ha implementado: Extremadura, Euskadi, Navarra y Cataluña

Grupo destinatario: Agricultores

Objetivos: Realización de test agrarios para contribuir a mantener el mundo rural vivo, dinámico y sostenible.

Carácter innovador: Esta red permite dar apoyo a entidades y espacios agrarios, coordinar encuentros entre agentes rurales y generar conocimiento para promover la cohesión social y el desarrollo rural.

Enlace a la página web: <https://espaciostestagrarios.org>

Feeling Cantabria (España)

Feeling Cantabria consiste en un vivir un turismo más cercano a Cantabria de la mano de sus artesanos y productores locales, salirse de las rutas más transitadas y vivir experiencias cercanas al territorio y sus gentes.

Es un proyecto de turismo sostenible.



Feeling Cantabria

Nombre de la organización promotora: Feeling Cantabria.

Lugar donde se ha implementado: Cantabria, España

Grupo destinatario: Público general, enfocado en el turismo rural.

Objetivos: generar conciencia ambiental, cuidado del medio ambiente en escenarios de ecoturismo.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Se genera conciencia de la conservación ambiental en las actividades turísticas, oferta mayor de turismo rural que activa la economía de las comunidades, reducción del impacto ambiental relacionado con el turismo.

Carácter innovador: Propuesta de turismo no tradicional, poniendo énfasis en el disfrute de zonas de gran belleza natural sin masificación de visitantes, poco promocionada.

Enlace a la página web: <https://feelingcantabria.wixsite.com/feelingcantabria>

Bumerang (España)

Es una empresa basada en la economía circular que usa la tecnología, la psicología y el pensamiento sistémico para eliminar el plástico de un solo uso de la comida y bebida para llevar a través de la innovación en sistemas de reutilización.

Ofrece una solución circular. Un sistema de envases retornables y amparada por la nueva ley de residuos, a diferencia de los envases compostables de un solo uso.



Nombre de la organización promotora: Bumerang

Lugar donde se ha implementado: Barcelona, España.

Grupo destinatario: Público general, empresas de alimentación (restauración).

Objetivos: eliminar el plástico de un solo uso de la comida y bebida para llevar. Hacer conciencia sobre el impacto ambiental que tiene los envases de un solo uso.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Impacta en la reducción de la contaminación y genera conciencia de la urgencia para la salud del planeta, de reducir el consumo de envases de un solo uso.

Carácter innovador: Integra tecnologías innovadoras para generación de envases retornables, reducción de los envases de un solo uso.

Enlace a la página web: <https://youbumerang.com/sobre-bumerang>

Apadrina un olivo (España)

Afincados en Oliete (Teruel), trabajan para dar prestigio y frenar la despoblación del entorno rural. Trabajan con el apadrinamiento por parte de particulares de sus 6.000 olivos, lo que permite generar empleo para personas de la región y a la vez hacer un aceite de alta calidad.

[Apadrinaunolivo.org](https://apadrinaunolivo.org)

Nombre de la organización promotora: Apadrina un Olivo.

Lugar donde se ha implementado: Aragón, España.

Grupo destinatario: Público general.

Objetivos: Generar empleo para personas con discapacidad. Proteger la flora y fauna que habita y depende del olivar. Contribuir a mejorar la huella de carbono. Fomentar el turismo rural que contribuye al desarrollo económico del pueblo.

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Repoblación de entornos rurales, generación de empleo y reactivación económicas para comunidades en procesos de despoblación.

Carácter innovador: Elaboración de productos artesanos que transforman el mundo rural. Estrategias innovadoras de desarrollo, empleo y repoblación de entornos rurales.

Enlace a la página web: <https://apadrinaunolivo.org/es>

BOLSALEA (España)

Se constituye en un emprendimiento familiar, fabrican artículos de embalaje sostenible desde el año 2009

Expertos en la creación y personalización de bolsas, guardatrages y saquitos.

Trabajan con materiales respetuosos como el algodón orgánico, el cáñamo, tejidos reciclados, papel.

Bolsalea

Nombre de la organización promotora: Bolsalea

Lugar donde se ha implementado: Alicante, España.

Grupo destinatario: Empresas, almacenes, tiendas. Público general. Mujeres sobrevivientes de violencia de género.

Objetivos: *Suvpropósito es la reducción de bolsas de plástico de un solo uso.*

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Aportan a la reducción de las bolsas de un solo uso.

Promueven el empoderamiento de la mujer y la inclusión laboral de personas con discapacidad.

Carácter innovador: Utilización de materiales orgánicos y la reutilización para la generación de bolsas reutilizables. Emprendimiento que aporta al medio ambiente y al cierre de brechas sociales de las mujeres.

Enlace a la página web: <https://www.bolsalea.com/>

CO2 Revolution (España)

Una compañía que ofrece soluciones eficientes basadas en la naturaleza.

CO2 Revolution calcula tu huella de carbono y te ayuda a compensarla a través de la creación de proyectos de reforestación.

Gracias al empleo de algoritmos informáticos y a la tecnología de los drones, la empresa es capaz de plantar árboles lanzando semillas inteligentes desde el aire.



Nombre de la organización promotora: CO2 Revolution.

Lugar donde se ha implementado: Navarra, España.

Grupo destinatario: Sector empresarial que quiere implementar medidas de reducción de CO2.

Objetivos: frenar el cambio climático reduciendo las emisiones de CO2

Beneficios para la entidad y la población destinataria:

Impacto a gran escala en la reducción del cambio climático. Asociación de muchas empresas en esta labor. Mejoramiento de los procesos industriales de muchas empresas para la reducción de la huella de carbono.

Carácter innovador: Modelo de reforestación integral, que combina técnicas de plantación manual con procedimientos tecnológicos.

Enlace a la página web: <https://co2revolution.es/>