



PROGRAMA **Puentes**

PRÁCTICAS
UNIVERSITARIAS
EN TERRITORIOS
SOSTENIBLES

TRABAJO FIN DE PRÁCTICAS (TFP)

PROYECTO DE APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA

ALPUJARRA SLOW FASHION

MANCOMUNIDAD ALPUJARRA

Alumno: Lucía Lampón Prado
Asistencia técnica: Miguel Ángel Molinero

15/07/2025

EL PROYECTO DE APLICACIÓN EN AGENDA URBANA (PAU)

1	Denominación del Proyecto y del Territorio.	Pg 3
1.1	Objetivos globales del proyecto de intervención.	Pg 5
1.2	Rescate y tratamiento de información de partida.	Pg 7
1.3	Diagnóstico de situación.	Pg 17
1.4	Estudio de casos similares y buenas prácticas.	Pg 31
2	Formulación del problema y evaluación de soluciones.	Pg 35
3	Proyecto de Aplicación de Agenda Urbana.	Pg 43
3.1	Denominación.	Pg 43
3.2	Objetivos Operativos.	Pg 45
3.3	Actores y roles en el proyecto.	Pg 49
3.4	Actividades Generales y Tareas Específicas.	Pg 53
3.5	Recursos necesarios y posibles	Pg 62
3.6	Fases para su implantación	Pg 70
3.7	Hoja de ruta territorial propuesta para el desarrollo del proyecto.	Pg 75
3.8	Análisis de factibilidad para su desarrollo o Resumen del estudio de viabilidad.	Pg 81
3.9	Incorporación y análisis de la perspectiva de género en el proyecto.	Pg 86
3.10	Diseños previos, infografías, mapas, desarrollo 3D, etc...	Pg 88
3.11	Conclusiones.	Pg 90
4	Bibliografía.	Pg 92

Anexos

Anexo 1. Presentación del proyecto en Power Point.

Anexo 2. Reportaje gráfico.

PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA LA APLICACIÓN DE LA AGENDA URBANA (PAU)

1 DENOMINACIÓN DEL PROYECTO Y TERRITORIO.

ALPUJARRA SLOW FASHION: Plataforma Colaborativa para el Emprendimiento en Moda Sostenible y Artesanía de la Alpujarra

Nos encontramos ante la Comarca de Las Alpujarras, entre las provincias de Granada y Almería (principalmente en la vertiente granadina), zona caracterizada por su valor paisajístico, patrimonio cultural y una fuerte tradición artesanal.

Este proyecto se enmarca dentro de las líneas estratégicas de la **Agenda Urbana 2025**, especialmente en los objetivos relacionados con el impulso de la economía circular, la revitalización del medio rural, la innovación social y la revalorización del patrimonio cultural.

En el contexto actual de emergencia climática, transformación de los modelos de consumo y creciente despoblación de los entornos rurales, resulta muy importante impulsar estrategias innovadoras que articulen el desarrollo local, sostenibilidad y aprovechamiento de los recursos culturales y productivos del territorio. En esta línea, el presente proyecto se enmarca en la iniciativa **“Alpujarra Slow Fashion”**, una propuesta orientada a promover la artesanía y la moda sostenible como motor de revitalización económica, social y cultural en las zonas rurales y en proceso de despoblación de la comarca de la Alpujarra.

La Alpujarra es un territorio con una identidad cultural profundamente ligada a la artesanía, la producción textil tradicional, un modo de vida vinculado a los ritmos de la naturaleza y la posesión de múltiple materia prima. A pesar de esta riqueza patrimonial y del auge del interés por los productos hechos a mano, locales y sostenibles, la comarca enfrenta varios problemas significativos relacionados con el envejecimiento de la población, la pérdida de tejido productivo local y la desconexión entre tradición y mercado contemporáneo.

En este marco, este proyecto de prácticas propone una intervención que complemente y refuerce acciones ya iniciadas para fomentar un ecosistema productivo basado en la **economía circular, el emprendimiento local y la moda ética y consciente**.

La finalidad del proyecto no es solo conservar los saberes tradicionales, sino también transformarlos en oportunidades de desarrollo para las nuevas generaciones, especialmente en contextos rurales donde las alternativas laborales son escasas.

A lo largo del desarrollo del proyecto, se llevan a cabo tareas de diagnóstico, análisis y diseño estratégico, siempre desde una perspectiva participativa y territorial. Se analiza el estado actual de las iniciativas de producción artesanal en la Alpujarra, se identifican barreras y oportunidades, y se formulan propuestas concretas para el fortalecimiento del sector. A través de las visitas al territorio se realiza un análisis gracias a las entrevistas y la investigación realizada en el mismo espacio dónde surge esta problemática. Asimismo, se diseñan propuestas de comercialización y comunicación adaptadas a las nuevas dinámicas de consumo responsable y digitalización, haciendo uso **de la garantía territorial** como elemento diferenciador y de calidad.

El proyecto tiene un enfoque pedagógico, orientado a que yo como estudiante de prácticas adquiera competencias clave en materia de innovación social, desarrollo territorial, sostenibilidad y emprendimiento creativo. A través del trabajo de campo, el contacto directo con actores locales y el diseño de soluciones reales, se fomenta una comprensión profunda del territorio y de los procesos de transformación que pueden generar impacto positivo desde lo local.

Para concluir y homogeneizar, este proyecto busca construir puentes entre el pasado y el futuro, entre el conocimiento tradicional y la innovación, y entre la identidad territorial y las nuevas formas de producción y consumo responsables. La moda sostenible y la artesanía no se presentan como sectores marginales, sino como **herramientas estratégicas para construir un modelo de desarrollo más justo y conectado con el entorno y lo tradicional a través de la Agenda Urbana 2025**.

1.1 OBJETIVOS GLOBALES DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN.

El objetivo principal de este proyecto es contribuir a reactivar social y económicamente zonas rurales en riesgo de despoblación, como es el caso de la comarca de la Alpujarra, a través de una estrategia basada en la moda sostenible, el diseño consciente y el saber hacer artesanal local. Frente a un contexto marcado por el envejecimiento de la población, la pérdida de oportunidades para la juventud y la fragilidad del tejido productivo, este proyecto plantea una intervención que pone en el centro la cultura material del territorio, el trabajo de las mujeres y la creación de redes colaborativas. Se trata de poner en valor lo que ya existe —los oficios, los conocimientos, las materias primas—, pero adaptándolo a un contexto actual, más digital, más justo y con nuevas exigencias de consumo responsable.

1. El primer gran objetivo es **impulsar el fortalecimiento del sector artesanal y de moda sostenible en la Alpujarra**. Para ello, el proyecto busca visibilizar y conectar iniciativas que ya están funcionando en distintos municipios, pero que muchas veces operan de forma aislada o con recursos muy limitados. La idea es construir estructuras productivas coherentes con el territorio: es decir, que no dependan de grandes cadenas ni del ritmo acelerado del fast fashion, sino que funcionen a partir de la economía circular, de la producción a pequeña escala y del uso respetuoso de los recursos naturales y culturales. Esto no implica volver al pasado, sino imaginar futuros posibles que combinen tradición e innovación de forma sostenible.

2. Fomentar la cohesión territorial y la revitalización de zonas rurales despobladas. No se trata solo de generar empleo puntual o de dinamizar un taller en concreto, sino de crear condiciones para que las personas (especialmente mujeres jóvenes) puedan desarrollar su proyecto de vida en su propio territorio. Para eso es clave promover el emprendimiento local con enfoque social, generar espacios de encuentro entre distintas iniciativas y activar una red comarcal que conecte pueblos, personas y saberes. La residencia-taller de Torvizcón no es solo un espacio físico, sino una excusa para volver a habitar el territorio desde una mirada creativa, con arraigo y perspectiva de futuro.

3. El tercer objetivo tiene que ver con la dimensión más práctica y estratégica del proyecto: **diseñar modelos viables de producción, promoción y comercialización de productos artesanales.** Aquí no basta con enseñar a coser o teñir, sino que hay que pensar en cómo hacer llegar esas creaciones al público adecuado, cómo contar su historia, cómo posicionarlas en un mercado que valora lo hecho a mano, lo local, lo ético. En este sentido, la marca *Alpujarra Slow Fashion* se plantea como una herramienta de valorización territorial, pero también como un mecanismo de diferenciación y garantía para que las artesanas puedan competir en igualdad de condiciones con productos industriales.

4. **facilitar la transferencia de conocimientos entre personas, generaciones y contextos**, lo que se traduce en espacios de formación, acompañamiento, intercambio y aprendizaje colectivo. A través del análisis de experiencias de éxito en otros territorios, del trabajo de campo con las propias artesanas, del diseño participativo de colecciones o del desarrollo de soportes comunicativos adaptados, se busca generar un entorno de aprendizaje horizontal, donde todas las voces cuenten y donde la formación no sea algo externo, sino parte del proceso de transformación real del territorio.

5. El proyecto se propone **alinearse con los marcos estratégicos de desarrollo territorial ya existentes**, como la Agenda Urbana 2030, los planes de dinamización comarcales o las estrategias contra la despoblación. Esto es fundamental no solo para garantizar coherencia institucional, sino también para aprovechar sinergias, financiación y estructuras ya creadas. No se parte de cero, sino que se entra en una conversación más amplia sobre cómo construir territorios rurales vivos, sostenibles, con identidad propia y con capacidad de generar futuro.

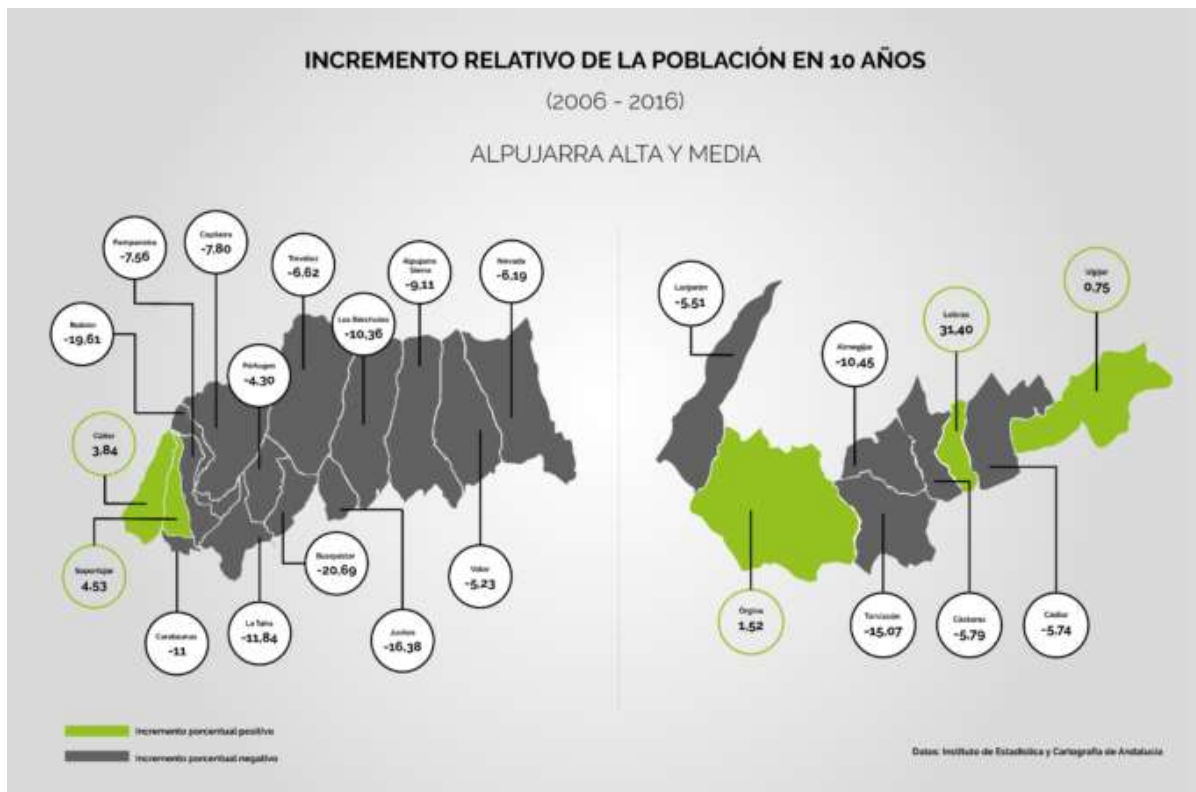
1.2 RESCATE Y TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN DE PARTIDA.

La comarca de la Alpujarra, ubicada en el sureste de Andalucía, abarca territorios de las provincias de Granada y Almería. Se trata de un territorio de gran valor paisajístico, cultural y patrimonial, históricamente ligado a actividades como la agricultura de montaña, el turismo rural y especialmente la producción artesanal textil. Su arquitectura morisca, su diversidad ecológica y su legado etnográfico la convierten en una de las regiones más singulares de España. Sin embargo, a pesar de esta riqueza cultural, en las últimas décadas la Alpujarra ha sufrido un deterioro progresivo de su tejido demográfico y económico, marcado por el abandono rural, el envejecimiento poblacional y la pérdida de actividades productivas tradicionales, entre ellas la artesanía.

Datos socioeconómicos

En su conjunto, la Alpujarra ha sido reconocida como un territorio con alto valor patrimonial, paisajístico y etnográfico, pero también con importantes desafíos estructurales derivados de su aislamiento y escasa dotación de infraestructuras.

Según los últimos datos disponibles del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), la comarca ha experimentado en las últimas décadas un descenso significativo de su población. A nivel agregado, muchos de sus municipios han perdido entre un 20% y un 30% de su población desde el año 2000, lo que evidencia un proceso continuo de despoblación rural. Esta pérdida se ve especialmente reflejada en la marcha de población joven y activa hacia núcleos urbanos, agravando el envejecimiento demográfico y debilitando el tejido socioeconómico local.



Mapa de las localidades de la Alpujarra granadina alta y media, con los datos recopilados por el Instituto de Estadística y Cartografía, que muestra el incremento relativo de la población <https://www.granadadigital.es/casi-el-80-por-ciento-de-los-municipios-de-la-alpujarra-granadina-alta-y-media-han-perdido-poblacion-en-los-ultimos-diez-anos-graficos/>

Desde el punto de vista económico, el tejido empresarial de la Alpujarra está constituido en gran parte por microempresas y trabajadores autónomos, con una fuerte presencia en el sector primario (agricultura y ganadería), el turismo rural, y la artesanía. En este último ámbito, destaca especialmente la tradición textil: hilado, bordado, teñido con plantas locales y confección manual, oficios que han sido sostenidos históricamente por mujeres, en el ámbito doméstico y de forma muchas veces invisible. Actualmente, estas actividades se encuentran en peligro de desaparición, debido a la falta de relevo generacional, la escasa digitalización, y la débil inserción en los nuevos modelos de mercado y consumo.

La Agenda Urbana de la Alpujarra, enmarcada dentro de la Agenda Urbana Española 2030 y financiada en parte por los Planes de Recuperación y Resiliencia, reconoce esta realidad como un desafío urgente, pero también como una oportunidad para reactivar el territorio mediante estrategias que combinen innovación, sostenibilidad y aprovechamiento de recursos culturales. En el marco de dicha agenda, se ha propuesto una hoja de ruta para convertir a la Alpujarra en un “territorio de vanguardia rural”, apostando por proyectos como “Artesanía 2.0”, “Slow Fashion Lab” y otros vinculados al impulso de la economía circular, la producción responsable y el emprendimiento cultural desde lo local.



<https://opaugranada.es/presentacion.php>

Este enfoque está plenamente alineado con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030:

El **ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico)**, que plantea la creación de empleo de calidad en sectores como la artesanía y la cultura, prestando especial atención a mujeres, jóvenes y personas en riesgo de exclusión.

El **ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles)**, que promueve la revitalización del entorno rural mediante la valorización del patrimonio inmaterial, como los saberes artesanos y las prácticas tradicionales.

El **ODS 12 (Producción y consumo responsables)**, que invita a apostar por modelos de producción basados en la sostenibilidad, el uso de materiales locales, la reparación y el reciclaje, todas ellas ideas centrales del movimiento slow fashion.



<https://opaugranada.es/presentacion.php>

El trabajo de campo realizado durante las prácticas (entrevistas, reuniones institucionales y participación en encuentros comarcales) confirma que existe una fuerte demanda por parte de la comunidad local para recuperar la artesanía textil como una oportunidad de futuro. Las personas entrevistadas coinciden en que se necesita un impulso estructural: espacios físicos, formación adaptada, canales de comercialización y redes de colaboración, elementos que el presente proyecto busca articular de forma realista y contextualizada.

Por tanto, el rescate de información de partida no solo permite fundamentar el diagnóstico, sino que confirma que *Alpujarra Slow Fashion* no es una iniciativa aislada, sino una propuesta que **responde a una estrategia global y territorialmente compartida**, con base en documentos oficiales como la Agenda Urbana Provincial de Granada, el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino o los marcos de acción de los fondos Next Generation. Esta base institucional refuerza su viabilidad, su impacto potencial y su capacidad de convertirse en una experiencia replicable en otros territorios rurales con realidades similares.

Rescate de información primaria

Metodología: entrevista y análisis en territorio

Para comprender en profundidad la situación del sector artesanal en la Alpujarra y las percepciones de los actores locales, se llevaron a cabo entrevistas con una muestra diversa de participantes. El guion de las entrevistas incluye preguntas sobre la historia y evolución de la actividad artesanal, los desafíos actuales, las oportunidades de desarrollo y las necesidades de apoyo. Las entrevistas revelaron una serie de percepciones y opiniones comunes entre los participantes.

Primero comentan acerca de la existencia de un fuerte sentido de orgullo por la tradición artesanal de la Alpujarra, pero también una preocupación por su posible desaparición debido a la falta de relevo generacional. Además, se identifican barreras significativas para la comercialización de productos artesanales, incluyendo la limitada presencia en canales digitales y la poca formación y perseverancia en ámbitos como Instagram o Facebook.

Los artesanos expresan interés en recibir algún tipo de formación en áreas como marketing digital, diseño contemporáneo y gestión empresarial.

Se percibe una oportunidad en la colaboración con diseñadores y marcas de moda sostenible para acceder a nuevos mercados y públicos, creando espacios donde puedan trabajar y ayudarse entre ellos, como un espacio de coworking. Además, la creación de una marca colectiva que represente la artesanía de la Alpujarra se considera una estrategia valiosa para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de los productos locales.

Las entrevistas no se han recogido de manera literal, sino que han sido **registradas en cuadernos de campo, audios personales...** lo que ha permitido interpretarlas desde una lógica más narrativa, centrada en las conclusiones compartidas y los temas emergentes.

Principales conclusiones extraídas:

- **Alta valoración del saber hacer local:** Todas las artesanas entrevistadas expresan un profundo orgullo por su trabajo, pero también una gran preocupación por la pérdida de estos oficios. Muchas afirmaron que no hay relevo generacional ni espacios de formación accesibles para transmitir lo aprendido. Hay una necesidad urgente de **sistemas de acompañamiento y valorización cultural** que reconozcan su trabajo no solo como una economía informal, sino como una práctica cultural con valor social.

- **Necesidad de conectar tradición y contemporaneidad:** Tanto las diseñadoras como las técnicas municipales subrayaron la importancia de **crear puentes entre la artesanía tradicional y la moda sostenible actual**, integrando elementos de diseño, tecnología, narrativas visuales y comunicación. En este sentido, la propuesta de crear una marca comarcal con criterios éticos y sostenibles fue vista como una oportunidad para ampliar horizontes comerciales y culturales.

- **Dificultades de acceso a canales de comercialización:** Uno de los problemas más reiterados fue la falta de recursos y conocimientos para acceder a mercados más amplios. Muchas artesanas producen por encargo o solo en temporada turística. La venta online o el acceso a ferias fuera de la comarca se perciben como **espacios inaccesibles sin acompañamiento externo**.

- **El papel central de las mujeres:** Las entrevistas han evidenciado que son las mujeres, especialmente mayores, quienes sostienen el saber artesanal en la comarca. Sin embargo, su trabajo no siempre está reconocido, ni económica ni institucionalmente. El proyecto *Slow Fashion* se identifica como una **plataforma de empoderamiento femenino**, especialmente si se logra integrar a mujeres jóvenes que puedan imaginar su futuro profesional en el territorio.

- **Buena acogida institucional con necesidad de estructuración:** Tanto desde los ayuntamientos como desde la Diputación se percibe que hay voluntad política para apoyar el proyecto, pero falta todavía una **estructura clara de gobernanza, seguimiento y financiación estable**. Las entidades locales demandan metodologías más ágiles y proyectos que no se queden en lo simbólico, sino que generen empleo, formación y arraigo.

En resumen, las entrevistas han permitido **validar el enfoque del proyecto desde una escucha real** del territorio. Las conclusiones recogidas no solo aportan contenido para la toma de decisiones estratégicas, sino que también revelan una necesidad de acompañamiento cultural profundo: lo que está en juego no es solo la comercialización de productos, sino la **transmisión cultural, el reconocimiento simbólico y la dignificación del trabajo artesanal** como práctica transformadora para las mujeres y para el futuro de la Alpujarra.

Participación en eventos y actividades

Como parte del proceso de investigación y conexión con el ecosistema local, y las entrevistas realizadas, se ha participado en diversas actividades relacionadas con la moda sostenible y la artesanía en la Alpujarra para hacer una investigación más concreta desde dentro.

- **Reuniones de trabajo del Alpujarra Living Lab:** Espacios de co-creación donde se discutieron ideas y proyectos para revitalizar la artesanía local, promoviendo la colaboración entre distintos actores del territorio y aportando nuevas ideas para crear un proyecto innovador.

- **Pasarela Alpujarra Slow Fashion:** Evento que sirvió como plataforma para mostrar el trabajo de artesanos y diseñadores locales, generando visibilidad y fortaleciendo la identidad de la moda sostenible en la región en el Centro Albayzín.

Estas experiencias permitieron establecer vínculos con actores clave, comprender mejor las dinámicas del sector y recoger información valiosa para el diseño del proyecto de intervención.



Referencias e inspiraciones en el ámbito de la moda sostenible

El proyecto "Alpujarra Slow Fashion" se inspira y se refuerza en diversas iniciativas y organizaciones que ya promueven la moda sostenible y la valorización de la artesanía.

Textile Exchange

Esta organización internacional es referencia en estándares de sostenibilidad textil. Con su estrategia global *Climate+*, trabaja para reducir un 45 % las emisiones de gases de efecto invernadero en fibras y materias primas antes de 2030. Textile Exchange promueve un sistema unificado de certificación, transparencia en las cadenas de valor y compensación justa a productores. Sus informes y guías funcionan como referencia para diseñar sistemas de gobernanza, trazabilidad y compromiso ético en la marca *Alpujarra Slow Fashion*.

HAMMERHØJ – Tenerife Moda

La marca *HAMMERHØJ*, impulsada por Raquel Hammerhøj en el marco del programa Tenerife Moda y destacada en la 12ª Jornada de Moda Sostenible de Slow Fashion Next trabaja con artesanía en piel local, tintes naturales y edición limitada. Desde el Cabildo de Tenerife se promueve esta iniciativa como una estrategia de economía circular, con objetivos cuantificables como la certificación del 80 % de las marcas locales para 2027 y una reducción del 20 % del carbono . *HAMMERHØJ* además ha abierto un espacio colectivo que integra jóvenes emprendedores Este caso muestra cómo institucionalizar la sostenibilidad textil y cómo una marca emergente puede crecer con base local y proyección global.

Magui Caviglia Cardone – Usar y Reusar

Magui Caviglia lidera *Usar y Reusar*, un proyecto de transición hacia el residuo cero y la reutilización responsable de materiales. Este espacio se caracteriza por su coherencia entre mensaje y práctica: su tienda online y física ofrece productos sin residuos y promueve un estilo de vida eco-feminista Además, su labor en economía circular es reconocida en plataformas de financiación colectiva como Goteo Su modelo demuestra cómo crear un proyecto local con impacto ambiental, social y educativo, aportando herramientas para inspirar la fase de formación, diseño y sostenibilidad del proyecto alpujarreño.

Oswaldo Machín

Oswaldo Machín es un diseñador de Lanzarote que fundó su propia marca tras formarse en Goymar (A Coruña). En su trabajo combina la estética nupcial sobria y elegante con raíces artesanales e insulares. Como señaló en una entrevista, “lo importante no es el vestido, sino cómo se lleva” Ha sido uno de los ponentes en la 12ª Jornada de Moda Sostenible organizada por Slow Fashion Next e Imagina 25, mostrando que la sostenibilidad puede convivir con un posicionamiento profesional y de alto nivel. Su apuesta por un producto con identidad local y calidad es un modelo muy útil para pensar cómo *Alpujarra Slow Fashion* puede articular marca, territorio y diseño contemporáneo.

Slow Fashion Next

Plataforma española que ofrece formación y recursos para emprendedores y profesionales del sector de la moda sostenible, fomentando modelos de negocio éticos y respetuosos con el medio ambiente.

Alpujarra Living Lab

Iniciativa local que actúa como laboratorio de innovación social, promoviendo la colaboración entre artesanos, diseñadores y otros actores para desarrollar productos y servicios que integren la tradición y la innovación.

1.3 DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES (Factores internos negativos)

1. Envejecimiento de la población y pérdida de tejido productivo local

La falta de relevo generacional es una de las principales debilidades del medio rural en Las Alpujarras. La población envejece, y muchos jóvenes emigran por falta de oportunidades laborales o educativas. Esto impacta directamente en la transmisión de conocimientos artesanales, muchos de los cuales se pierden por no haber sido documentados ni enseñados. Además, el escaso dinamismo demográfico limita la capacidad de sostener un ecosistema productivo local activo. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), más del 30% de la población en muchos pueblos de Las Alpujarras supera los 65 años, lo que hace urgente fomentar políticas de atracción de jóvenes emprendedores y artesanos.

2. Desconexión entre tradición y mercado contemporáneo.

Las técnicas y diseños tradicionales, aunque valiosas culturalmente, no siempre responden a las demandas actuales del consumidor, que busca productos funcionales, sostenibles y con una estética moderna. Esta falta de adaptación al mercado contemporáneo genera una brecha entre lo que se produce y lo que se vende. A menudo, los canales de venta y promoción también son obsoletos, lo que dificulta aún más la comercialización de estos productos en entornos digitales o ferias de diseño actual.

3. Escasas alternativas laborales y poca diversificación económica en la zona

En muchas localidades de Las Alpujarras, la economía se basa en unos pocos sectores, principalmente agricultura, ganadería o turismo estacional. Esta falta de diversificación limita las opciones de colaboración intersectorial o la creación de nuevos modelos de negocio basados en la innovación como la economía circular aplicada a la moda. La dependencia de estos sectores tradicionales frena el impulso de propuestas transformadoras y sostenibles.

4. Dificultad para escalar y profesionalizar iniciativas locales.

Las iniciativas artesanales suelen estar lideradas por una o dos personas, sin estructura empresarial ni visión estratégica a medio plazo. Esto hace que escalar el proyecto, acceder a financiación privada o establecer redes de comercialización sólida sea complicado. La atomización del sector (muchos pequeños productores sin conexión entre sí) impide generar marca colectiva o aprovechar economías de escala, reduciendo el impacto general del movimiento.

AMENAZAS (Factores externos negativos)

1. Despoblación rural acelerada.

La emigración hacia ciudades continúa debilitando la base poblacional y económica del medio rural. Esta amenaza compromete la viabilidad de cualquier iniciativa a medio plazo, ya que sin una comunidad activa, no hay suficiente mano de obra, mercado ni servicios básicos. La pérdida de población también implica el cierre de escuelas, centros de salud y la desaparición de infraestructuras fundamentales para vivir y emprender.

2. Competencia de la moda rápida y los productos industrializados.

Aunque crece el interés por la sostenibilidad, el grueso del mercado sigue copado por grandes marcas de moda rápida que ofrecen productos a precios muy bajos, con una estética globalizada y amplia distribución. Las propuestas artesanales, por su naturaleza más costosa y personalizada, tienen que competir con estos gigantes sin poder igualar sus precios ni tiempos de entrega, lo que limita su alcance a nichos de mercado muy concretos.

3. Dependencia de lo público o financiación externa.

Muchos proyectos de artesanía y sostenibilidad en el ámbito rural dependen de ayudas públicas o subvenciones puntuales. Esto supone un riesgo: si cambian las políticas o se reducen los fondos, los proyectos pueden desaparecer por falta de recursos propios.

4. Desigualdad en el acceso digital y comercial.

Aunque internet abre nuevas oportunidades, muchas zonas rurales todavía tienen conexiones deficientes, escasa formación digital y poco conocimiento de herramientas. Esta brecha tecnológica dificulta la visibilidad de los productos, el acceso a nuevos mercados o incluso la comunicación fluida con potenciales clientes.

FORTALEZAS (Factores internos positivos)

1. Fuerte identidad cultural y riqueza patrimonial del territorio.

Las Alpujarras son un territorio con gran valor patrimonial, tanto en su arquitectura como en sus tradiciones y oficios. Esta riqueza cultural es una ventaja competitiva clara, pues otorga autenticidad y valor emocional a los productos creados. Cada pieza puede contar una historia ligada al territorio, lo que genera un vínculo más profundo con los consumidores que buscan productos con alma y narrativa.

2. Propuesta integral y alineada con marcos estratégicos locales.

El impulso de la artesanía y la moda sostenible puede alinearse fácilmente con políticas y estrategias locales de desarrollo rural, como la Agenda Urbana, los Planes de Sostenibilidad Turística o las Estrategias de Desarrollo Local Participativo. Esta sintonía con planes supramunicipales permite contar con respaldo institucional, lo que refuerza la legitimidad del proyecto y facilita la captación de recursos.

3. Enfoque innovador basado en sostenibilidad, economía circular y marca de garantía

Incorporar valores como la reutilización de materiales, el ecodiseño, la trazabilidad y la producción ética permite posicionar estos productos en un mercado cada vez más exigente. Además, avanzar hacia una marca de garantía territorial (por ejemplo, “Hecho en Las Alpujarras”) puede reforzar la identidad y confianza del consumidor. Esta diferenciación es clave frente a productos masivos sin valor añadido.

4. Dimensión pedagógica y de transferencia de conocimiento.

Formar a jóvenes en saberes tradicionales, técnicas artesanales y herramientas digitales crea una base sólida de capital humano comprometido con el entorno. Esto no solo garantiza la continuidad del conocimiento, sino que multiplica el impacto del proyecto a medio y largo plazo. Esta dimensión educativa puede verse reforzada con la colaboración de instituciones como el **Centro Albayzín**, que impulsa la formación en oficios vinculados a la artesanía y el patrimonio andaluz.

OPORTUNIDADES (Factores externos positivos)

1. Crecimiento del interés por la moda sostenible y la producción local.

Cada vez más consumidores apuestan por productos éticos, con trazabilidad, baja huella ecológica y que apoyen economías locales. Esta tendencia representa una oportunidad clara para el desarrollo de marcas artesanas con valores sólidos. Las colaboraciones con diseñadores, influencers éticos o ferias de sostenibilidad pueden aumentar la proyección de los productos de Las Alpujarras.

2. Disponibilidad de fondos y políticas públicas a favor del desarrollo rural y sostenible.

La **Agenda Urbana Española** los fondos Next Generation EU y estrategias como la lucha contra la despoblación rural representan un marco muy favorable para obtener financiación y respaldo institucional. Además, existen programas específicos para la **recuperación de residuos textiles** y el fomento de la **economía circular**, que podrían aplicarse directamente al sector de la moda sostenible rural.

3. Potencial de digitalización y comercio online para pequeños productores.

Las herramientas digitales permiten a artesanos de zonas remotas acceder a mercados nacionales e internacionales sin necesidad de intermediarios. Plataformas de redes sociales, tiendas online propias... son vías directas para monetizar el trabajo artesanal. Con formación adecuada, incluso pequeños talleres pueden profesionalizar su imagen y ampliar su alcance.

4. Revalorización social de los saberes tradicionales y oficios artesanos.

Hay una corriente cultural y educativa, especialmente entre el público joven, que busca reconectar con oficios tradicionales y aprender de formas de vida más sostenibles. Instituciones como el **Centro Albayzín**, que ofrece formación y certificación en oficios artesanos, son clave para esta revalorización. Las actividades como talleres abiertos, residencias artísticas o festivales artesanales también contribuyen a sensibilizar a la sociedad y dar visibilidad a estos conocimientos.

Análisis DAFO

	Aspectos negativos	Aspectos positivos
Análisis interno	Debilidades • Envejecimiento de la población y fuga de talento joven. • Débil profesionalización del sector artesanal. • Escasa conexión entre tradición y mercado actual. • Falta de visibilidad digital y comercialización externa	Fortalezas • Fuerte identidad cultural y tradición artesanal local • Patrimonio material e inmaterial reconocido (textil, oficios). • Alineación con los ODS y planes estratégicos de desarrollo rural. • Enfoque sostenible y diferenciador del proyecto (marca colectiva)
Análisis externo	Amenazas • Despoblación rural acelerada y desequilibrios demográficos • Competencia desleal de la moda rápida e industrializada. • Brecha digital y falta de formación técnica en el sector. • Alta dependencia de financiación pública y ayudas puntuales.	Oportunidades • Auge del interés por la moda sostenible y los productos éticos. • Existencia de fondos europeos y estrategias de desarrollo territorial. • Potencial de digitalización para conectar artesanía con el mercado. • Revalorización de los saberes tradicionales como propuesta cultural.

ANÁLISIS CAME

CORREGIR (Transformar debilidades en fortalezas)

1. Impulsar programas de formación para jóvenes en oficios artesanos y emprendimiento rural.

Ante el envejecimiento de la población y la pérdida de saberes tradicionales, es urgente fomentar el relevo generacional. Para ello, se deben crear programas formativos en centros como el Albayzín o mediante escuelas-taller locales, que transmitan tanto habilidades técnicas (bordado, cerámica, tejido, joyería...) como competencias empresariales, digitales y de innovación. Estas iniciativas pueden atraer a jóvenes que buscan estilos de vida más sostenibles y conectados con el territorio.

2. Establecer redes de colaboración entre artesanos para profesionalizar y coordinar la producción

Superar la atomización del sector artesanal requiere generar redes locales de cooperación entre productores. Estas redes pueden ayudar a compartir recursos, coordinar la oferta, crear marcas colectivas y mejorar la calidad de los productos. Además, pueden facilitar la participación conjunta en ferias, exposiciones o plataformas de venta online, aumentando el impacto del conjunto frente al trabajo individual aislado.

3. Diseñar mecanismos para conectar tradición con mercado actual (diseño contemporáneo)

Es necesario reinterpretar los saberes tradicionales bajo una óptica contemporánea para responder a las nuevas demandas del mercado. Esto implica trabajar con diseñadores, fotógrafos, especialistas en marketing digital para dar un nuevo enfoque a los productos sin perder su esencia. Iniciativas como colecciones cápsula, colaboraciones creativas o storytelling pueden ayudar a conectar emocionalmente con los consumidores actuales.

AFRONTAR (Minimizar o responder a amenazas)

1. Promover campañas de sensibilización sobre el valor de lo local y sostenible frente a la producción masiva.

La moda artesanal compite en un mercado dominado por lo industrial y barato. Para revertir esto, deben desarrollarse campañas educativas y de sensibilización que pongan en valor lo hecho a mano, lo ético y lo local. Estas campañas pueden realizarse en redes sociales, escuelas, medios locales y espacios turísticos, mostrando el impacto positivo del consumo responsable en las comunidades rurales y el medio ambiente.

2. Desarrollar modelos de negocio viables que reduzcan la dependencia de ayudas externas.

Es fundamental que los proyectos de moda sostenible no dependan únicamente de subvenciones para sobrevivir. Se deben impulsar planes de negocio que incluyan estrategias de diversificación de ingresos (talleres, turismo creativo, venta directa, licencias de uso de marca...), profesionalización de la gestión y evaluación de impacto. La autosuficiencia económica fortalecerá la continuidad del proyecto frente a cambios en la financiación pública.

3. Fortalecer la infraestructura digital y logística rural para reducir la brecha con zonas urbanas.

Para competir en igualdad de condiciones, es clave mejorar la conectividad digital, el acceso a servicios de envío eficientes y la formación en herramientas digitales en zonas rurales. Esto permitirá a los artesanos vender en línea, gestionar pedidos, mantener presencia en redes sociales y participar en marketplaces sin barreras. También es esencial contar con puntos logísticos locales que faciliten la distribución sin encarecer costes.

MANTENER (Conservar las fortalezas existentes)

1. Reforzar la identidad cultural del territorio como activo diferenciador.

La singularidad cultural de Las Alpujarras debe seguir siendo el corazón del proyecto. Mantener y visibilizar las tradiciones locales no solo preserva el patrimonio inmaterial, sino que otorga autenticidad y valor diferencial al producto final. La inclusión de narrativas culturales en las campañas, etiquetas y empaques puede reforzar ese vínculo emocional con el consumidor.

2. Continuar con el enfoque integral del proyecto (sostenibilidad, circularidad, pedagogía).

El éxito del modelo reside en su visión integral, que combina valores medioambientales, sociales y educativos. Este enfoque debe mantenerse, integrando economía circular (uso de residuos textiles, materiales reciclados), educación (formación continua, talleres abiertos) y sostenibilidad (producción de bajo impacto, trazabilidad).

3. Seguir alineado con estrategias públicas locales y supramunicipales para asegurar apoyo institucional.

Mantener una coherencia con políticas como la Agenda Urbana, los ODS, la Estrategia Nacional Frente al Reto Demográfico o programas europeos como LEADER, fortalece la legitimidad del proyecto. Estar alineado facilita el acceso a financiación, visibilidad y la posibilidad de formar parte de redes institucionales y colaborativas que amplían el alcance del impacto.

EXPLORAR (Aprovechar nuevas oportunidades)

1. Potenciar la digitalización como canal de venta, comunicación y visibilidad del proyecto.

El entorno digital ofrece infinitas oportunidades para visibilizar y comercializar productos sin necesidad de una infraestructura física costosa. Esto incluye el desarrollo de tiendas online propias, presencia activa en redes sociales, catálogos interactivos, formación en fotografía de producto y marketing digital. La digitalización también facilita la creación de comunidad en torno al proyecto.

2. Aprovechar el auge de la moda sostenible para acceder a nuevos mercados y consumidores conscientes.

La demanda global de productos éticos y sostenibles está creciendo. Las Alpujarras pueden posicionarse como una marca de territorio ligada a la autenticidad y al valor humano de lo hecho a mano. Participar en ferias de moda ética, marketplaces especializados, o incluso certámenes de diseño puede abrir puertas a colaboraciones con diseñadores y tiendas conceptuales, tanto nacionales como internacionales.

3. Establecer alianzas con proyectos similares en otros territorios para intercambio de buenas prácticas y escalabilidad.

Buscar sinergias con otras regiones que trabajen la artesanía o la moda sostenible puede ser muy enriquecedor. A través de intercambios, redes colaborativas o proyectos transnacionales se pueden compartir aprendizajes, escalar ideas exitosas y generar nuevos productos conjuntos. Esto fortalece el ecosistema emprendedor y lo conecta con una dimensión más amplia.

ANÁLISIS CAME

C**CORREGIR DEBILIDADES**

- Implementar programas formativos en artesanía contemporánea y emprendimiento local.
- Crear redes colaborativas entre artesanas para facilitar la producción y venta colectiva.
- Modernizar el modelo productivo artesanal con herramientas digitales accesibles.

A**AFRONTAR AMENAZAS**

- Activar campañas de sensibilización sobre el valor del producto local y sostenible.
- Desarrollar modelos de negocio mixtos que combinen venta física y online.
- Establecer alianzas con plataformas de venta ética y diseño independiente.

M**MANTENER FORTALEZAS**

- Reforzar la marca Alpujarra Slow Fashion como sello de identidad y calidad.
- Asegurar la conexión del proyecto con la Agenda Urbana y los ODS.
- Sostener un enfoque pedagógico con transmisión intergeneracional.

E**EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

- Potenciar la digitalización y la comunicación visual del proyecto (redes, catálogos, web).
- Establecer convenios con escuelas de arte, diseño y moda sostenible.
- Crear una residencia de artistas y artesanas como motor de innovación rural.

Conclusión: Líneas estratégicas propuestas

Del análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) y su posterior transformación en estrategias mediante la matriz CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explotar), se identifican una serie de líneas estratégicas clave orientadas a revertir la situación de pérdida de actividad artesanal en la Alpujarra y a fortalecer un modelo de desarrollo sostenible en torno al sector de la moda y el saber hacer local. Las siguientes tres líneas estratégicas resumen el camino propuesto para la intervención:

1. Infraestructura y aprendizaje: activar el espacio y formar el talento local

La primera línea estratégica del proyecto *Alpujarra Slow Fashion* se centra en generar las condiciones materiales y humanas necesarias para la puesta en marcha del modelo. Para ello, se aborda la creación de una infraestructura física estable que funcionará como centro de producción, formación e innovación textil comarcal. Esta residencia no es solo un espacio técnico; es un lugar de encuentro, transmisión de saberes y empoderamiento local, con especial enfoque en mujeres artesanas y creadoras del territorio. La activación del espacio (PT 1) se concibe como la primera piedra del proyecto, necesaria para alojar tanto procesos formativos como acciones colaborativas a futuro.

En paralelo, esta línea incluye el diseño y ejecución de un programa formativo adaptado a las necesidades reales de las artesanas, combinando saberes tradicionales con competencias contemporáneas (PT 2). Se trabajará en la transferencia de conocimientos relacionados con técnicas textiles, sostenibilidad, comercialización, identidad de marca y emprendimiento creativo. El objetivo es facilitar herramientas que permitan a las mujeres del territorio no solo conservar su práctica, sino también profesionalizarla y generar redes de colaboración. Más adelante, se desarrollarán de manera específica los contenidos, acciones y tiempos de ambos paquetes de trabajo.

2. Producción y visibilidad: construir marca, crear comunidad

La segunda línea estratégica articula los procesos de producción textil y de comunicación visual del proyecto, dando forma tanto a los productos como a la identidad narrativa que los sostiene. En este bloque se plantea la creación de una primera colección textil piloto basada en un proceso de co-creación entre artesanas y diseñadoras, donde se combinarán conocimientos locales con enfoques de diseño contemporáneo y criterios de sostenibilidad (PT3). Esta colección no solo tiene una función comercial, sino que simboliza la potencia cultural del proyecto, conectando el hacer artesanal con nuevos públicos y formas de mercado. Su desarrollo contempla desde el prototipado hasta la validación técnica y la prueba de venta real.

Esta línea también aborda la dimensión simbólica del proyecto: su visibilidad, narrativa y posicionamiento externo (PT4). Para ello, se desarrollará una identidad visual coherente, un sistema de comunicación digital (web, redes sociales, catálogos), y se organizará un evento de presentación que funcione como pasarela cultural y comercial de la marca *Alpujarra Slow Fashion*. Este evento será clave para dar a conocer el trabajo realizado, atraer a medios y compradores, y reforzar el sentido de comunidad dentro del territorio. En los apartados siguientes se desarrollarán detalladamente los contenidos, herramientas y acciones específicas de cada paquete de trabajo.

3. Sostenibilidad territorial: gobernanza, alianzas y continuidad del modelo

La tercera línea estratégica garantiza la sostenibilidad institucional y organizativa del proyecto. Abarca tanto la gestión compartida de la marca como la creación de alianzas estables con entidades públicas, educativas y sociales. En primer lugar, se trabajará en la consolidación de un sistema de gobernanza democrática mediante la activación del Consejo Rector de la marca, el despliegue de licencias de uso y el acompañamiento a las primeras usuarias (PT5). Este

sistema busca garantizar que la marca *Alpujarra Slow Fashion* sea utilizada con coherencia, calidad y valores compartidos, al mismo tiempo que protege el trabajo de las artesanas y da valor al producto comarcal.

Además, esta línea apuesta por la creación de **redes de colaboración y continuidad**, vinculando el proyecto con universidades, centros de investigación, entidades culturales y programas de desarrollo rural (PT6). El objetivo es consolidar una estructura sostenible que trascienda la temporalidad del proyecto inicial, fomentando nuevas convocatorias, ciclos formativos, intercambios artísticos y modelos de financiación mixta. También se plantea la necesidad de evaluar el impacto económico, social y cultural del proyecto para justificar su réplica o expansión territorial. Ambos paquetes de trabajo serán desarrollados en detalle más adelante, con sus acciones, cronograma y recursos asociados.

Estas tres líneas estratégicas no son independientes entre sí, sino complementarias: el impulso al emprendimiento genera nuevos actores que podrán formar parte de una estructura productiva; la estructura permite trabajar mejor colectivamente y dar forma a una oferta coherente; y la comunicación garantiza que esta oferta llegue e impacte.

A medida que el proyecto avance, se podrá priorizar el desarrollo más detallado de una, dos o las tres líneas, según los recursos disponibles, la capacidad de articulación del grupo motor y el grado de madurez del ecosistema local.

1.4 ESTUDIO DE CASOS SIMILARES Y BUENAS PRÁCTICAS.

La artesanía y la moda sostenible en Las Alpujarras de Granada

Los complementos artesanales están ganando cada vez más visibilidad y prestigio en el mundo de la moda. Son elegidos por diseñadores de renombre para aportar originalidad y autenticidad a sus colecciones. Aunque a corto plazo este trabajo no siempre genera beneficios económicos, a largo plazo otorga reconocimiento y posicionamiento dentro del sector. Sin embargo, uno de los grandes retos de la joyería artesanal es la falta de reconocimiento: muchas veces no se menciona a las artesanas que hay detrás de las piezas, lo que invisibiliza su trabajo y talento.

En este contexto, surge FADEMUR, la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales, que apoya a mujeres artesanas del medio rural, muchas de ellas vinculadas también al sector agrícola. Esta organización selecciona a mujeres de distintas zonas —como Las Alpujarras granadinas— y les ofrece formación en áreas clave como el marketing digital, así como becas para la adquisición de materiales, maquinaria y telas. La creación de redes de colaboración es una de las claves del éxito de este modelo. A través de grupos de investigación y plataformas digitales, las artesanas se conectan, comparten conocimientos y crean sinergias entre distintos talentos.

Una de las grandes preguntas es: **¿cómo lograr que las personas permanezcan en sus territorios en lugar de emigrar por falta de oportunidades?** La respuesta está en parte en la riqueza de recursos naturales y materias primas que ofrece el entorno, pero también en fomentar una cultura emprendedora. Es esencial que la gente aprenda a observar, identificar y valorar los recursos locales, transformándolos en proyectos sostenibles y con identidad.

¿Y cómo llega un producto artesanal de una zona rural a las manos de grandes diseñadores? La clave está en la diferenciación. En un mundo saturado de productos estandarizados, lo que destaca es lo auténtico, lo que tiene alma y cuenta una historia.

La moda rápida ya está cubierta por grandes marcas como Zara; lo que los diseñadores buscan ahora es singularidad, esfuerzo y emoción detrás de cada pieza. Ver a un artesano crear, comprender su proceso, y cómo un diseñador se inspira en esa historia para dar forma a una colección, es uno de los aspectos más valiosos y visualmente atractivos de este sector. La colaboración entre artesanía y moda no solo embellece el producto final, sino que también reivindica el valor del trabajo hecho a mano, con identidad y compromiso con el territorio. **Esta información se ha rescatado de las jornadas de orientación asistidas el 3 de abril en el Libing Lab.**

También cabe destacar el desfile de moda organizado por la marca de artesanía de las Alpujarras. Vestidos y trajes diseñados y confeccionados por las propias artesanas del territorio. Una actividad que da visibilidad al trabajo y a la marca alpujarreña, un evento donde se promociona y comercializa todo el trabajo de la cooperativa de artistas.



El desfile tuvo una duración de 2 horas, en el centro Albayzin. Los trajes confeccionados eran inspirados en el vino de la Alpujarra y se hizo uso de la tela típica para elaborar el traje: La jarapa, un tejido tradicional de alfombra o colcha rústica, confeccionada de forma artesanal a partir de telas recicladas. Es un claro ejemplo de tela y de artesanía sostenible, es decir, aprovechan materiales de desecho y lo transforman en objetos útiles para confeccionar modelos específicos y sostenibles.

A continuación, se presentan dos casos de éxito relevantes en el ámbito de la moda sostenible en España, que pueden servir como referencia para el proyecto "Alpujarra Slow Fashion":

1. Macontex (Teba, Málaga): Recuperación de la industria textil rural con enfoque sostenible

Macontex es un taller de corte, confección y formación ubicado en Teba, provincia de Málaga. Este proyecto pionero, financiado con 480.000 euros por la Diputación de Málaga, busca recuperar la industria textil en la provincia con un enfoque en la sostenibilidad y la economía local.

El taller se destaca por ser uno de los primeros en España que cumple con la normativa de sostenibilidad en producción textil. Cuenta con maquinaria de última generación y una capacidad de producción de entre 500 y 800 prendas diarias. Además, ha implementado un sistema informático que gestiona todo el proceso productivo, lo que permite un control eficiente de la producción.

Un aspecto destacado de Macontex es su compromiso con la formación y el empleo local. Antes de la apertura del taller, se llevó a cabo un plan de formación específico en el que participaron 50 mujeres de la comarca del Guadalteba. Actualmente, 20 de ellas trabajan en las instalaciones, lo que contribuye a la creación de empleo y a combatir el despoblamiento en la zona.

Este proyecto también forma parte de la marca promocional 'Málaga de Moda', impulsada por la Diputación de Málaga para dinamizar la economía local y promover la industrialización sostenible. claveeconomica.es+2europapress.es+2elespanol.com+2

2. Slow Fashion Next: Plataforma de impulso a la moda sostenible

Slow Fashion Next es una plataforma española fundada en 2011 por Gema Gómez, que tiene como objetivo dar formación a profesionales del sector textil en temas de sostenibilidad, negocio y economía circular aplicada a la moda. También busca dar visibilidad a las marcas que siguen criterios sociales y medioambientales.

Una de las iniciativas más destacadas de Slow Fashion Next es la organización anual de la "Jornada de Moda Sostenible", un evento que reúne a expertos, marcas y profesionales del sector para compartir experiencias y conocimientos sobre moda sostenible. En la 12ª edición de esta jornada, celebrada en mayo de 2025, participaron marcas como Oswaldo Machín que forman parte del proyecto Slow Fashion Canarias.

Oswaldo Machín, diseñador de Lanzarote, destacó en el evento por su compromiso con la innovación responsable y la sostenibilidad, valores que están ligados a la esencia de su isla. Por su parte, HAMMERHØJ, marca de Tenerife, también presentó su propuesta de moda sostenible, basada en la fusión de tecnología y artesanía.

Estas iniciativas demuestran cómo la moda sostenible puede ser una herramienta para la revitalización económica y cultural de territorios, al tiempo que promueve prácticas respetuosas con el medio ambiente y la sociedad.

Ambos casos, Macontex y Slow Fashion Next, ofrecen modelos inspiradores para el desarrollo de proyectos de moda sostenible en zonas rurales, como el que se plantea en la Alpujarra. Su enfoque en la sostenibilidad, la formación y el empleo local, así como la promoción de la identidad cultural, pueden servir de guía para la implementación de estrategias similares en otros territorios.

2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PRIMERA EVALUACIÓN DE SOLUCIONES.

La Alpujarra, con su singularidad geográfica, cultural y patrimonial, es uno de los territorios rurales más icónicos del sur peninsular. Sin embargo, como muchas otras comarcas rurales en España, arrastra una serie de problemas estructurales que amenazan su viabilidad como espacio habitado, productivo y socialmente dinámico. Entre estos problemas destacan la pérdida continuada de población (especialmente joven), la escasez de oportunidades laborales estables y atractivas, y una economía basada fundamentalmente en el sector servicios (turismo) que, aunque importante, muestra signos de saturación y estacionalidad.

En este contexto, **el sector de la artesanía y la moda sostenible** emerge como una **oportunidad estratégica** para repensar el desarrollo rural desde una lógica contemporánea, conectada con las nuevas economías verdes y circulares, la identidad local, y las tendencias globales del consumo responsable.

Pero esta oportunidad no está exenta de dificultades. El principal problema a resolver se sitúa en la **falta de estructura, visibilidad y coordinación** que impide transformar el potencial cultural, creativo y artesanal de la comarca en un ecosistema económico sostenible. A pesar de contar con saberes tradicionales, iniciativas puntuales, creadores con talento e incluso referencias históricas en el ámbito textil (como los telares alpujarreños), **no existe un sistema que los conecte, visibilice y potencie colectivamente**. Es decir, hay recursos humanos y simbólicos, pero no hay una marca, ni una red operativa, ni un relato compartido que permita convertir la artesanía alpujarreña en un vector de desarrollo económico y social.

El problema se agrava cuando se analiza la **realidad demográfica y socioeconómica**. Según datos extraídos de la Agenda Urbana de la Alpujarra Granadina, entre 2000 y 2021 la comarca ha perdido un 13,5% de su población, con municipios como Busquístar, Bérchules o Mairena que han visto reducidos sus habitantes a menos de la mitad en apenas dos décadas. El envejecimiento es evidente: más del 30% de la población supera los 65 años.

Por otro lado, los datos de emprendimiento también son preocupantes: la mayoría de las actividades económicas están ligadas al turismo rural y servicios básicos, y **los proyectos relacionados con la producción local o la innovación creativa apenas tienen presencia, ni apoyo estructurado.**

En este marco, **la moda sostenible** —entendida como una forma de producción textil respetuosa con el medio ambiente, socialmente justa y estéticamente contemporánea— representa una **vía alternativa para diversificar la economía**, generar empleo joven y femenino, y activar saberes culturales que de otro modo corren el riesgo de desaparecer.

Dado el contexto actual de recursos y el objetivo pedagógico del proyecto, se propone priorizar el desarrollo de las siguientes líneas:

- **Línea Estratégica 1: Infraestructura y aprendizaje: activar el espacio y formar el talento local**
- **Línea Estratégica 2: Producción y visibilidad: construir marca, crear comunidad**
- **Línea Estratégica 3: Sostenibilidad territorial: gobernanza, alianzas y continuidad del modelo**

Estas líneas estratégicas no solo son coherentes con los objetivos de la Agenda Urbana Española y Local, sino que permiten abordar desde lo local algunos de los grandes retos del medio rural: despoblación, desempleo, desigualdad de género y falta de oportunidades para la juventud.

Línea Estratégica 1: Infraestructura y aprendizaje: activar el espacio y formar el talento local (pt1, pt2)

Esta línea estratégica tiene como prioridad crear las condiciones físicas y humanas necesarias para activar el proyecto. Por un lado, se enfoca en la adecuación y puesta en marcha de la residencia-taller en Torvizcón, un espacio destinado a la producción textil artesanal, la formación, la creación colectiva y la residencia temporal de artistas y artesanas. Por otro lado, se articula un programa de formación técnica y creativa dirigido principalmente a mujeres del territorio, que permitirá recuperar saberes tradicionales, introducir conocimientos contemporáneos y facilitar la profesionalización de las participantes. Esta es la base del proyecto: sin espacio y sin formación, no puede haber tejido económico ni cultural.

Acciones concretas:

- **Adecuar el edificio** con reformas ligeras: albañilería, iluminación, puntos eléctricos y red de datos.
- **Adquirir y montar maquinaria textil básica y semiprofesional**: máquinas de coser, planchas, mesas de corte, telares, etc.
- **Diseñar un itinerario de formación** dividido por módulos: costura básica, tintes naturales, patronaje, digitalización artesanal.
- **Contratar o invitar a formadoras** especializadas en sostenibilidad, moda ética, economía circular o diseño local.
- **Poner en marcha tutorías personalizadas y grupos de mentoría** para acompañar los primeros pasos de emprendimiento.
- **Realizar una jornada inaugural participativa** para probar el espacio y presentar el proyecto a la comunidad.

Esta línea responde directamente a los ODS incluidos en la Agenda Urbana Estatal y Comarcal:

- **ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico)**, al generar oportunidades de empleo y formación.
- **ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles)**, al reactivar un edificio público y darle un uso comunitario y productivo.
- **ODS 4 (Educación de calidad)**, al implementar un programa formativo adaptado al territorio. Además, está alineada con la **Línea de Actuación 4 de la Agenda Urbana de la Alpujarra**, que prioriza la reactivación de recursos productivos ligados al patrimonio cultural.

Esta línea tiene alta viabilidad a corto plazo, ya que parte de un edificio existente y de necesidades muy concretas y asumibles. La adecuación del espacio no requiere gran inversión estructural, y la formación puede comenzar con talleres de escala reducida, ampliables en función de la demanda. Además, muchas artesanas ya expresaron interés en participar. Es una línea fácil de ejecutar con voluntad institucional y colaboración local.

Fuentes de financiación:

- **Diputación de Granada**, a través de planes de inversión para municipios menores de 5.000 habitantes.
- **Programa LEADER** (Grupos de Acción Local Alpujarra – Sierra Nevada).
- **Junta de Andalucía** (líneas de empleo, igualdad, desarrollo rural o cultura).
- **Universidades** (convenios de residencia, programas de innovación social).
- **Fundaciones privadas** interesadas en cultura rural, mujer o emprendimiento creativo.

Línea Estratégica 2: Producción y visibilidad: construir marca, crear comunidad (pt3, pt4)

Esta línea activa la parte más visible y productiva del proyecto. Se trata de poner en marcha la primera colección de moda sostenible comarcal, mediante un proceso de co-creación entre artesanas locales y diseñadoras colaboradoras. El objetivo no es solo tener productos acabados, sino aprender juntas cómo diseñar, confeccionar, validar y vender con criterios éticos y sostenibles. Paralelamente, se trabaja en la creación de la identidad visual y narrativa de la marca “Alpujarra Slow Fashion”, desde su imagen gráfica hasta su posicionamiento en medios, ferias y redes. Esta línea hace visible todo el proceso anterior, conecta con públicos externos y construye comunidad alrededor del proyecto.

Acciones concretas:

- **Coordinar sesiones de co-diseño** donde se definan tipos de productos, materiales y estéticas con base artesanal.
- **Producir prototipos textiles** en el taller-residencia con supervisión técnica y validación de calidad.
- **Realizar una prueba piloto de venta** en formato pop-up o feria local para testar productos con el público real.
- **Diseñar la imagen visual de la marca**, incluyendo logotipo, packaging, etiquetas y material gráfico.
- **Desarrollar una web profesional con tienda online**, blog de saberes, y perfiles de creadoras.
- **Organizar un desfile y exposición final**, donde se presente la colección y se invite a prensa, instituciones y agentes del sector.

Esta línea se alinea con:

- **ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura)**, al crear una línea de producción local competitiva.
- **ODS 12 (Producción y consumo responsables)**, al proponer un modelo circular y sostenible.
- **ODS 5 (Igualdad de género)**, al visibilizar el trabajo de mujeres rurales en contextos profesionales.

Conecta con las **Líneas de Actuación 5 y 7** de la Agenda Urbana de la Alpujarra: “Promover productos de calidad con identidad territorial” y “Aumentar la visibilidad exterior del territorio”.

Es una línea **viable a medio plazo**, ya que necesita haber completado primero la fase de formación. Sin embargo, al tratarse de un piloto y no una producción en serie, los costes son asumibles y puede funcionar como experiencia demostrativa. Tiene un **alto impacto simbólico y mediático** que puede atraer inversión, interés turístico y apoyo institucional.

Financiación:

- Fondos europeos (Next Generation, FEDER, POCTEP).
- Programa Emprende en Cultura (Junta de Andalucía).
- Fondos municipales de turismo y cultura.
- Convenios con marcas responsables o diseñadores asociados.
- Crowdfunding creativo

Línea Estratégica 3: Sostenibilidad territorial: gobernanza, alianzas y continuidad del modelo (pt5, pt6)

Esta línea se centra en garantizar que el proyecto no sea algo puntual, sino una estructura duradera y replicable. Para ello, se establece un sistema de gobernanza colectiva a través del Consejo Rector de la marca, y se pone en marcha un sistema de licencias de uso ético y participativo para las artesanas que hayan formado parte del proceso. Además, se trabaja en la generación de alianzas estratégicas con universidades, entidades públicas, plataformas de diseño y redes de moda sostenible. El objetivo es asegurar la sostenibilidad organizativa, legal, económica y formativa del modelo.

Acciones concretas:

- **Activar el Consejo Rector de la marca** con representación de artesanas, ayuntamientos, diseñadoras y asociaciones.
- **Aplicar el reglamento de uso de marca**, con criterios claros de calidad, identidad y sostenibilidad.
- **Emitir licencias piloto** a las artesanas participantes, con seguimiento técnico.
- **Firmar convenios con entidades culturales, educativas y públicas** para sostener el proyecto a largo plazo.
- **Evaluar el impacto social, cultural y económico** del proyecto piloto mediante indicadores compartidos.
- **Redactar un plan de continuidad** que contemple ciclos anuales de formación, producción y visibilidad.

Conecta directamente con:

- ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos), al construir redes institucionales.
- ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas), al crear estructuras participativas.
- Línea de Actuación 8 de la Agenda Urbana de la Alpujarra, que plantea fortalecer los mecanismos de gobernanza y cooperación intermunicipal para proyectos estratégicos.

Aunque implica mayor complejidad institucional, es viable a medio y largo plazo si se parte de una estructura mínima, como el Consejo Rector y las primeras licencias. No requiere grandes inversiones, sino coordinación, acuerdos y voluntad política. Es una línea esencial para asegurar que todo lo construido no se diluya tras el primer ciclo.

Fuentes de financiación:

- Convenios institucionales estables (Diputación, Junta, Universidad de Granada).
- Programas de innovación social y economía solidaria.
- Fundaciones culturales o de desarrollo rural
- Líneas europeas para cooperación rural, gobernanza y cultura participativa.

3 PROYECTO DE APLICACIÓN DE AGENDA URBANA.

3.1 DENOMINACIÓN.

ALPUJARRA SLOW FASHION: *Plataforma Colaborativa para el Emprendimiento en Moda Sostenible y Artesanía de la Alpujarra*

En el marco de los principios de la Agenda Urbana Española 2030 y de su implementación territorial en la comarca de la Alpujarra, nace la idea de este proyecto piloto con visión transformadora: **consolidar y reactivar la marca "Alpujarra Slow Fashion"** como motor de innovación social, emprendimiento rural y valorización del patrimonio inmaterial ligado al textil y la moda artesanal. El proyecto se articula desde una lógica colaborativa, descentralizada e inclusiva, con base física en el municipio de **Torvizcón**, donde se está habilitando una **residencia de artistas y taller-laboratorio**, pensada como lugar de encuentro entre diseñadoras, artesanas y creadoras locales e internacionales.

El objetivo central es convertir **Alpujarra Slow Fashion** en una **marca** con capacidad de representar el alma del territorio: su legado textil (bordados, hilado, teñido natural, reciclaje creativo), su riqueza material y su potencial para imaginar nuevos modelos económicos sostenibles basados en la economía circular, la cooperación, el turismo creativo y el empoderamiento de las mujeres rurales. La iniciativa se inspira en valores profundamente enraizados en el movimiento **slow fashion**: producción ética, consumo responsable, diseño con identidad, uso de materiales naturales y trazabilidad de los procesos.

Este proyecto parte de una situación concreta: la **marca "Alpujarra Slow Fashion"** ya fue concebida durante las primeras experiencias (pasarelas, jornadas formativas, encuentros sectoriales), pero se encuentra actualmente en una fase de latencia por falta de estructura operativa, coordinación y espacios físicos donde desarrollar su potencial. Por ello, este plan plantea una **estrategia de reactivación, ampliación y profesionalización** que permita que la marca sea mucho más que un nombre o una campaña: será una **plataforma de colaboración y comercialización**, capaz de generar empleo, atraer talento y canalizar políticas públicas hacia un nuevo modelo de desarrollo local.

Uno de los objetivos de este impulso es la **creación de una residencia de artistas en Torvizcón**, un espacio multidisciplinar destinado a la formación, creación e intercambio de saberes en torno al textil sostenible. Esta residencia acogerá: diseñadoras emergentes, bordadoras locales, artistas textiles y colectivos de mujeres rurales interesadas en formarse o generar sus propios emprendimientos. Funcionará como **laboratorio vivo (living lab)** para la creación de productos y colecciones con impacto real en el tejido económico de la comarca.

Además, el proyecto aporta una clara dimensión pedagógica y comunitaria: talleres abiertos, programas de mentoría, campañas de sensibilización sobre moda consciente, y espacios de participación ciudadana. Se plantea así, un modelo de gobernanza distribuido, en colaboración con ayuntamientos de la comarca, asociaciones de mujeres, centros educativos, universidades, diputaciones y agentes clave del sector del diseño y la sostenibilidad.

Todo ello se enmarca dentro de los objetivos estratégicos definidos en la **Agenda Urbana de la Alpujarra**: diversificación económica, recuperación de saberes tradicionales, fijación de población joven y femenina, atracción de talento creativo al medio rural, y lucha contra el despoblamiento.

Alpujarra Slow Fashion no es solo una marca; es una **estrategia territorial**. El proyecto pone en valor la capacidad de los territorios para reinventarse, cuidarse y generar belleza profundamente conectada con el entorno.

3.2 OBJETIVOS OPERATIVOS.

1. Uno de los primeros objetivos del proyecto es **poner en marcha y consolidar la residencia de artistas en Torvizcón como espacio físico y simbólico del impulso de la moda sostenible y la artesanía local**. Esta acción responde directamente a la debilidad detectada en el DAFO de la falta de infraestructuras específicas para la formación y producción textil en la comarca. La residencia no sólo cubrirá ese vacío, sino que será también una respuesta a amenazas estructurales como el envejecimiento de la población o la fuga de talento joven. Dotar de actividad constante este espacio permitirá atraer diseñadoras, artesanas, creadoras y formadoras interesadas en procesos sostenibles, generando a su vez empleo, fijación de población y apertura del movimiento slow fashion.

2. Un segundo objetivo está orientado a **crear un programa de formación técnica, creativa y empresarial para mujeres artesanas y emprendedoras de la comarca**. Este programa estará alojado dentro de la residencia, pero también se desplegará en otros municipios mediante alianzas con asociaciones de mujeres, centros o aulas de formación permanente. Esta acción se conecta directamente con la línea estratégica de **impulso al emprendimiento local**, y pretende corregir la debilidad del bajo acceso a formación específica en el ámbito rural. A través de formaciones en diseño, gestión de marca, economía circular o costura profesional se generará una comunidad activa de creadoras capaces de participar en la marca Alpujarra Slow Fashion con autonomía y conocimiento.

3. Como tercer objetivo, se plantea **estructurar de forma sólida y participativa la marca Alpujarra Slow Fashion, dotándola de identidad, valores, sistema de gobernanza, protocolos de calidad y canales de venta**. Esta acción responde a la amenaza identificada de descoordinación entre actores y a la debilidad actual de la marca. Inspirándonos en casos como Macontex (Málaga), se diseñará un modelo de gobernanza distribuido donde participen artesanas, ayuntamientos, diputación y entidades del tercer sector. El desarrollo de una marca sólida también permite mantener la fortaleza del reconocimiento externo que ya ha tenido el proyecto (por ejemplo, en pasarelas, jornadas y medios especializados).

4. Otro objetivo fundamental es **poner en marcha un calendario anual de eventos, pasarelas, talleres abiertos y jornadas de puertas abiertas para visibilizar el trabajo de las artesanas, conectar con el público local y fomentar la educación en moda consciente**. Esta línea está vinculada a la **estrategia de comunicación interna y externa de la marca**, y busca tanto mantener fortalezas (como el interés mediático que generó el proyecto piloto) como explotar oportunidades como el turismo cultural, el interés por los productos de kilómetro cero y la creciente demanda de experiencias slow. Además, estos eventos permitirán posicionar a la Alpujarra como destino de turismo creativo y textil, fortaleciendo vínculos entre cultura, economía y territorio.

5. En quinto lugar, el proyecto plantea como objetivo específico **la creación de una plataforma digital colaborativa** (sitio web, red de perfiles, tienda online, espacio de documentación y archivo vivo del textil alpujarreño). Esta plataforma será tanto una herramienta de comercialización como de conocimiento compartido, visibilizando los procesos detrás de los productos y generando trazabilidad. Esta acción está alineada con las debilidades relacionadas con la escasa digitalización del tejido productivo artesanal y responde también al contexto de oportunidades vinculadas al comercio electrónico y a las nuevas formas de consumo digitalmente conscientes.

6. Finalmente, como sexto objetivo se propone **articular alianzas con instituciones educativas, universidades, escuelas de diseño y centros de investigación**, para que la residencia funcione también como nodo de innovación textil rural. Esto implica la firma de convenios, prácticas académicas, desarrollo de proyectos de I+D vinculados al textil sostenible, y generación de conocimiento aplicado al territorio. Esta acción piloto permitirá afrontar amenazas estructurales como la desvinculación de los jóvenes con los oficios tradicionales, al mismo tiempo que explota la oportunidad de vincular los saberes del pasado con las tecnologías del futuro.

A continuación se añaden objetivos específicos, explicados punto por punto para completar las ambiciones de este proyecto:

-Realizar un diagnóstico territorial y sectorial que identifique las condiciones actuales, potencialidades y barreras del sector artesanal y de moda sostenible en la Alpujarra.

Este objetivo es esencial para comprender el punto de partida del territorio. A través del análisis de datos cuantitativos y cualitativos, entrevistas a actores clave y la revisión de documentos, se obtendrá un análisis preciso de la situación actual. Esta información permitirá fundamentar las decisiones del proyecto y adaptar las propuestas a las necesidades y capacidades locales, garantizando así su viabilidad y éxito.

-Identificar y analizar experiencias de éxito en otros territorios rurales que puedan servir como modelo para la implantación de iniciativas en la Alpujarra.

El estudio de buenas prácticas y casos de éxito es una herramienta clave para inspirar, guiar y adaptar estrategias que han funcionado en contextos similares. Este objetivo permite ampliar la visión del proyecto, incorporar metodologías innovadoras y establecer redes de colaboración que enriquezcan el enfoque.

- Diseñar una propuesta adaptada a la realidad del territorio que facilite la producción artesanal sostenible bajo criterios de proximidad y calidad.

La creación de una estructura organizativa adecuada es un paso fundamental para fortalecer el sector. Esta propuesta permitirá articular a los distintos actores (artesanos, instituciones, entidades) en torno a un modelo productivo que combine tradición e innovación, reduciendo costes y generando un impacto positivo en la economía local.

-Elaborar un plan estratégico de promoción y comercialización para los productos artesanales de la Alpujarra, con especial atención al uso de la marca de garantía.

Uno de los principales desafíos de los productores locales es la visibilización y venta de sus productos en mercados más amplios. Diseñar un plan de promoción y comercialización permitirá posicionar la oferta artesana de la Alpujarra en mercado específicos, sector y aumentar los ingresos de los productores. El uso de una marca de garantía fortalecerá la identidad territorial y la confianza del consumidor.

- Diseñar soportes de comunicación adaptados a medios físicos y digitales para dar a conocer los productos, el proyecto y sus valores asociados (sostenibilidad, identidad local, creatividad).

La comunicación es una herramienta clave para crear valor en torno a los productos artesanales. A través del diseño de materiales comunicativos coherentes con los valores del proyecto, se contribuirá a sensibilizar al público, dinamizar la imagen del territorio y facilitar la promoción tanto a nivel local como externo.

- Evaluar la viabilidad técnica, económica y social de las acciones propuestas, con el fin de asegurar su sostenibilidad a medio y largo plazo.

No bastará con diseñar propuestas atractivas; es necesario garantizar que puedan implementarse de manera sostenible. Este objetivo se enfoca en analizar los recursos disponibles y los posibles obstáculos, asegurando que las acciones planteadas sean realistas y que puedan mantenerse en el tiempo sin depender exclusivamente de ayudas externas.

3.3 ACTORES Y SUS ROLES EN EL PROYECTO.

El proyecto *Alpujarra Slow Fashion* se fundamenta en una red de actores que comparten objetivos comunes: impulsar la economía creativa local, fomentar la moda sostenible, proteger el patrimonio inmaterial de la comarca y ofrecer oportunidades de empleo y formación desde una perspectiva de sostenibilidad. La activación plena de la marca requiere tanto de estructuras formales (conforme al reglamento de uso aprobado) como de dinámicas colaborativas abiertas al ecosistema rural.

Para organizar bien cómo se va a usar la marca **Alpujarra Slow Fashion** dentro del proyecto, se ha utilizado el **Reglamento de Uso de la Marca**, que es un documento oficial aprobado por la Diputación de Granada. En ese reglamento se explica quién puede usar la marca, qué requisitos hay que cumplir, y sobre todo, cómo se va a gestionar entre todas las personas implicadas. A partir de ahí, se ha construido todo el apartado de actores y sus funciones, tomando como base lo que aparece en el **Capítulo VI**, donde se habla del **Consejo Rector**, el **Comité de Evaluación**, los **grupos de trabajo** y el **Club de Embajadores**. Gracias a ese documento, el proyecto puede tener una estructura clara y participativa, en la que tanto instituciones como artesanas puedan tomar decisiones juntas y trabajar de forma organizada para que la marca crezca y se consolide en el territorio. A continuación se detalla el papel de cada uno:

1. Ayuntamientos de las Alpujarras.

Es la administración local donde estará la sede física del proyecto: la residencia-taller de artistas y artesanas. Ofrece el lugar donde se va a trabajar, se va a formar a las mujeres, y donde se van a hacer actividades abiertas a la comunidad. Además, ayuda con la logística, los permisos, la difusión en el pueblo y puede ser el nexo con otros municipios vecinos. También facilita recursos técnicos o económicos y representa el proyecto en espacios institucionales.

2. Diputación de Granada

Institución que registra y protege la marca de garantía Alpujarra Slow Fashion. No solo vela por el buen uso de la marca, sino que también apoya con financiación, asesoramiento técnico, recursos para formación, comunicación, y organizar eventos que den visibilidad al proyecto. Tiene un papel muy activo dentro del Consejo Rector de la marca y es clave para darle continuidad a largo plazo.

3. Consejo Rector de la Marca

Es el grupo que toma las decisiones importantes sobre cómo se usa y desarrolla la marca y reúne a las personas representantes de muchas entidades distintas: diputación, ayuntamientos, asociaciones de mujeres, colectivos culturales, artesanas y centros de formación. Entre todas deciden qué actividades se hacen, cómo se aplican los criterios de calidad, qué productos pueden usar la marca y qué valores se deben mantener. Es como el “órgano de gobierno” del proyecto que a través de reuniones se deciden los pilares fundamentales de la marca.

4. Comité de Evaluación

Grupo más pequeño y técnico. Es decir, analiza si una artesana, marca o producto cumple los requisitos para tener el sello de Alpujarra Slow Fashion. Evalúan que se respeten los criterios de sostenibilidad, producción ética, calidad y arraigo en el territorio. También pueden proponer mejoras.

5. Grupos de trabajo temáticos

Son equipos que se crean para tareas concretas como por ejemplo, diseñar la primera colección, gestionar las redes sociales, organizar talleres, montar la tienda online o escribir el plan formativo. Permiten avanzar de forma práctica en el proyecto, repartiendo tareas

según los perfiles y capacidades. Pueden estar formados por artesanas, técnicas, diseñadoras, jóvenes del territorio, formadoras, etc. Su trabajo es esencial para que las decisiones no se queden en teoría y se conviertan en acciones reales.

6. Club de Embajadoras

Las integrantes, son personas reconocidas: diseñadoras, artistas , periodistas...que ayudan a promocionar la marca dentro y fuera del territorio. **Gracias** a ellas, el proyecto puede llegar a más gente, conseguir visibilidad, alianzas o incluso oportunidades comerciales. No están en la gestión directa, pero sí son fundamentales para contar la historia de la marca con fuerza, emoción y profesionalidad.

7. Artesanas, costureras, tejedoras y creadoras locales

Son las protagonistas del proyecto, es decir, las que crean con sus manos, con su historia y con sus conocimientos. Sin ellas, la marca no tiene sentido. Son quienes aportan el valor diferencial: técnicas tradicionales, diseños propios, creatividad, esfuerzo. Además de producir, también pueden formarse, mentorizar a otras y participar en las decisiones sobre la evolución del proyecto. Algunas usarán la marca para vender, otras participarán en los talleres, y muchas estarán vinculadas a la residencia.

8. Universidades y escuelas de diseño (UGR, Estación Diseño, Escuela de Arte de Granada...)

Estas entidades colaboran con el proyecto en temas de formación, prácticas, investigación o apoyo técnico. Traen talento joven, nuevas ideas y aportan conocimiento actualizado sobre sostenibilidad, diseño, innovación y economía circular. También pueden ayudar a evaluar el impacto del proyecto, crear documentación útil y reforzar la parte pedagógica.

9. Asociaciones para el Desarrollo Rural de la Alpujarra.

Entidades comarcales que conecta a los pueblos y gestiona fondos. Pueden apoyar con financiación, facilitar contactos con otros proyectos rurales similares, y asegurar que el proyecto esté conectado con la estrategia de desarrollo comarcal. También pueden participar en el Consejo Rector.

10. Equipo técnico del proyecto

Se encarga del trabajo del día a día: coordinar actividades, llevar la comunicación, dinamizar la residencia, hacer seguimiento, ayudar a las artesanas, organizar eventos, etc. **Es** el motor operativo del proyecto. Sin este equipo, las ideas no se llevarían a cabo. Son quienes traducen el plan en acciones concretas, solucionan problemas, y hacen que todo funcione con sentido y coherencia.

11. Socio Industrial

El socio industrial será una entidad experta en producción textil que colaborará en el diseño y puesta en marcha del centro industrial de confección. Aportará asesoramiento técnico en la planificación del espacio, maquinaria, procesos productivos y formación del personal. Además, contribuirá al desarrollo del modelo de negocio y establecerá los vínculos, asegurando la viabilidad del proyecto desde una perspectiva sostenible y profesionalizada.

Con esta red de actores, el proyecto *Alpujarra Slow Fashion* se apoya en una estructura muy completa, donde hay espacio para las instituciones, las mujeres del territorio, las personas técnicas y también la ciudadanía. Todo está pensado para que la marca sea algo colectivo, sostenible y con futuro.

3.4 ACTIVIDADES GENERALES Y TAREAS ESPECÍFICAS.

Para poner en marcha este proyecto de forma organizada y efectiva, se han definido seis grandes bloques de trabajo o **paquetes de trabajo**, que agrupan las acciones necesarias para alcanzar cada uno de los objetivos del proyecto. Cada paquete de trabajo pertenece a una Línea Estratégica anteriormente comentada. Estos paquetes permiten dividir el proceso en fases manejables, facilitar la coordinación entre los actores implicados y asegurar que cada parte del proyecto avanza con sentido, planificación y coherencia.

-Línea Estratégica 1- Infraestructura y aprendizaje: activar el espacio y formar el talento local

Paquete 1: activación de la residencia-taller de artistas y centro de producción, infraestructuras.

El desarrollo del proyecto *Alpujarra Slow Fashion* requiere la activación de dos infraestructuras distintas y complementarias, que responden a diferentes necesidades y escalas dentro del ecosistema productivo del territorio. Por un lado, se propone la adecuación de un centro creativo y de formación en Torvizcón, concebido como un espacio de innovación, transmisión de saberes y co-creación textil. Por otro lado, se contempla la planificación futura de un centro de producción industrial comarcal, de carácter más técnico y comercial, cuya puesta en marcha dependerá de la evaluación de viabilidad económica, espacial e institucional. Este último paquete de trabajo (pt7) se incluirá como anexo estratégico en el apartado de ANEXOS.

1. Centro de formación y experimentación en Torvizcón

El espacio principal que se activará en esta primera fase del proyecto será la residencia-taller de artistas y creadoras en Torvizcón. Este centro será un nodo formativo y experimental donde se puedan impartir talleres, realizar prácticas artesanales, acoger a diseñadoras invitadas y fortalecer redes creativas a pequeña escala. Se trata de un espacio fundamental para la

profesionalización de artesanías locales, la acogida de residentes y el desarrollo de microproyectos con enfoque artístico, sostenible y colaborativo.

El centro contará con zonas diferenciadas: un taller textil artesanal equipado, una sala polivalente de formación y encuentros, una pequeña zona expositiva, y un área de acogida temporal para estancias cortas de creadoras locales o externas. Este espacio será gestionado por los diferentes ayuntamientos, con la colaboración del equipo técnico del proyecto. Su dotación será sencilla pero funcional: maquinaria ligera (máquinas de coser, bastidores, telares), mobiliario móvil, red eléctrica e internet. El espacio no está concebido para la producción industrial, sino como laboratorio creativo y educativo, donde el foco está en los procesos, la investigación y el aprendizaje compartido.

2. Planta de producción textil comarcal (fase futura integrada en el sub-paquete 3.2)

De forma complementaria, el proyecto contempla el diseño de un centro de producción textil industrial a nivel comarcal, que no se ejecutará en esta fase, pero que se propone como **línea estratégica de futuro**. Este centro permitiría escalar la producción de las colecciones desarrolladas bajo la marca *Alpujarra Slow Fashion*, dar empleo a un número significativo de personas (entre 14 y 20 en una primera fase), y convertir los diseños creados en la residencia en productos comercializables a gran escala. Para ello se requeriría una nave de aproximadamente 700 m², una inversión en maquinaria de unos 500.000–600.000 €, y la capacitación técnica del personal.

Actividades específicas del Paquete 1 (Residencia-Taller de Torvizcón):

- Reunión inicial entre el Ayuntamiento de Torvizcón, la Diputación de Granada y el equipo técnico del proyecto para definir el uso del espacio, las reformas necesarias y el presupuesto compartido.

- Contratación de un ingeniero industrial para la adecuación del edificio con reformas ligeras para redistribución interior, instalación eléctrica, puntos de luz, ventilación y accesibilidad
- Compra e instalación de equipamiento ligero:
 - 3 máquinas de coser semiprofesionales.
 - 1 telar artesanal y bastidores de tejido.
 - Mesas de corte, sillas, estanterías y herramientas textiles.
- Diseño participativo de una normativa de uso del espacio (horarios, turnos, usos compartidos, cesiones temporales).
- Organización de una jornada inaugural abierta a la comunidad local y a la comarca, con demostraciones textiles, visitas guiadas y presentación pública del proyecto.

Paquete 2: formación y empoderamiento de mujeres artesanas y creadoras locales

La formación es uno de los ejes centrales del proyecto *Alpujarra Slow Fashion*, y se plantea desde una doble perspectiva: por un lado, como herramienta de empoderamiento y profesionalización para mujeres artesanas interesadas en desarrollar sus propios microproyectos creativos; por otro, como un itinerario que también prepare a personas del territorio para incorporarse, si así lo desean, a un sistema de producción más avanzado que se plantea como fase futura (ver Paquete 7).

El objetivo de este paquete es desarrollar una “escuela rural de moda sostenible y producción textil” que tenga contenidos diversos, accesibles y adaptados al entorno. Los talleres estarán centrados tanto en el conocimiento tradicional (bordado, teñido natural, reciclaje creativo, costura de oficio), como en temas contemporáneos como la marca personal, la sostenibilidad aplicada, el diseño circular o la digitalización básica. Esta formación estará liderada por profesionales del sector, diseñadoras y también por artesanas locales con experiencia, que actuarán como mentoras y referentes.

A su vez, se incorporarán módulos técnicos básicos en producción textil industrial, con el objetivo de que las participantes puedan familiarizarse con procesos como el corte industrial, el patronaje técnico, el control de calidad o el uso de maquinaria de confección automatizada. De esta manera, la formación no solo fomenta el emprendimiento individual y la cultura textil local, sino que abre puertas reales de inserción laboral para mujeres del entorno rural.

Actividades específicas:

-Diseñar un itinerario formativo completo, dividido en dos rutas:

Formación creativa en moda sostenible y saberes artesanos.

Formación técnica en procesos industriales básicos y empleabilidad.

-Poner en marcha un curso piloto de 20 horas titulado

“Iniciación a la Moda Sostenible y Bordado Creativo”, con enfoque kilómetro cero y perspectiva de género.

- Organizar sesiones prácticas quincenales, donde participen:

1. Una diseñadora o experta externa en moda ética.
2. Una artesana local como formadora o mentora.
3. Un técnico invitado del sector industrial para el módulo técnico (corte, patronaje, producción).

- Lanzar tutorías personalizadas para acompañar a mujeres que quieran profesionalizar su producción, solicitar el uso de la marca, o preparar su candidatura a la planta de producción futura.

- Crear y publicar una carpeta digital de recursos formativos: videos tutoriales breves, patrones básicos, glosarios ilustrados, guías de herramientas, que estarán disponibles gratuitamente en la web del proyecto.

- Evaluar el proceso formativo con encuestas de satisfacción y un pequeño informe que oriente futuras ediciones.

-Línea Estratégica 2- Producción y visibilidad: construir marca, crear comunidad

Paquete 3: Producción de una primera colección de productos artesanos bajo la marca Alpujarra Slow Fashion.

La producción textil constituye uno de los momentos más decisivos del proyecto, ya que cristaliza todo el trabajo formativo, creativo y organizativo en una oferta tangible. Este paquete se estructura en dos líneas de producción complementarias y estratégicas: por un lado, una colección artesanal, simbólica y colaborativa que da visibilidad al valor cultural del territorio; por otro, una línea de moda comercial pensada para generar ingresos sostenibles, proyección de marca y empleo estable en la comarca. Ambas líneas refuerzan la idea de un sistema mixto que une creación, identidad y desarrollo económico.

- Sub-paquete 3.1: Colección artesanal colaborativa

Esta línea se desarrollará dentro de la residencia-taller de Torvizcón, aprovechando su carácter experimental, formativo y artístico. Artesanas locales y diseñadoras invitadas co-crearán una colección limitada basada en técnicas tradicionales reinterpretadas con sensibilidad contemporánea. Las piezas, elaboradas con materias primas locales, tendrán un fuerte componente narrativo y se utilizarán como carta de presentación de la marca. Su valor no radica únicamente en el mercado, sino en su capacidad para comunicar valores como la sostenibilidad, la identidad cultural o el empoderamiento rural.

Actividades específicas:

- Co-creación de 7 prototipos singulares (3 bolsos, 2 fulares y 2 camisetas intervenidas).
- Elaboración de fichas técnicas, materiales de storytelling y documentación fotográfica.
- Validación de las piezas por el Comité de Evaluación siguiendo el reglamento de la marca.

- Participación en ferias comarcales (Órgiva, Pampaneira, Lanjarón) como fase piloto de venta y visibilización.

- Sub-paquete 3.2: Colección de moda comercializable y puesta en marcha de la infraestructura industrial

Esta segunda línea se orienta a la comercialización real de los productos de la marca y su entrada en el mercado como propuesta sostenible y competitiva. Se trata del desarrollo de una colección cápsula juvenil —camisetas, sudaderas, pantalones, camisas— con un diseño funcional y atractivo para públicos conscientes. Lo más relevante es que esta colección se concibe como el primer encargo del futuro Centro Comarcal de Producción Textil Industrial, una infraestructura proyectada específicamente para responder a las necesidades de escalabilidad del modelo y dotar al territorio de un verdadero motor económico textil.

Este centro requerirá una nave industrial de aproximadamente 700 m², una inversión inicial estimada de 600.000 € en maquinaria (máquinas de corte, sistemas de patronaje digital, cosido automatizado, etc.), y un equipo técnico de entre 14 y 20 personas. La dirección técnica y planificación del modelo de producción será liderada por un socio industrial especializado, que acompañará todo el proceso desde la concepción del edificio hasta la formación del personal y el control de calidad. La colección comercial será así la primera piedra de un sistema de producción ético, territorial y económicamente viable.

Actividades específicas:

- Diseño y patronaje de una colección funcional juvenil: 5 sudaderas, 5–10 camisetas, 5–8 pantalones largos, 5 pantalones cortos, 5–10 camisas.
- Producción inicial de una tirada mínima de 300 unidades por prenda, a través del nuevo centro industrial.
- Supervisión técnica de procesos: desde el abastecimiento sostenible hasta el etiquetado con la marca.

- Distribución piloto en tiendas del territorio, ferias especializadas (BioCultura, Slow Fashion Next)
- Planificación del modelo de negocio del centro: servicios a terceros, contratos estables, escalabilidad anual.

De esta forma, se consolida un paquete de trabajo que integra la creatividad artesanal con la estrategia comercial, generando tanto impacto simbólico como retorno económico.

Paquete 4: comunicación, identidad de marca y la visibilidad del proyecto

Aquí se desarrollará una estrategia de comunicación clara y adaptada al contexto rural, pero con proyección externa. Se trabajará la imagen visual de la marca, se actualizarán o crearán los perfiles en redes sociales, y se pondrá en marcha una web propia con información sobre el proyecto, los productos, los valores y las personas detrás. Se crearán contenidos audiovisuales que cuenten el proceso, los aprendizajes y el día a día de la residencia, siempre desde una mirada cercana, emocional y profesional. Además, se organizarán actividades de difusión como jornadas abiertas, presentaciones o exposiciones, y se activará el Club de Embajadoras, invitando a personas referentes del mundo del diseño, la artesanía o el emprendimiento sostenible a apoyar el proyecto públicamente y contribuir a darle proyección.

Actividades específicas:

- Diseño de la nueva imagen gráfica de la marca: logotipo, tipografía, etiquetas, packaging y carta de colores vinculada al territorio.
- Apertura de perfiles oficiales en Instagram y Facebook, con un calendario editorial mensual y publicación de al menos 3 contenidos semanales.
- Grabación de 3 vídeos cortos de presentación del proyecto: uno sobre la residencia, otro sobre una artesana y otro sobre la marca.

- Organización de un evento de presentación de la colección con exposición de productos y charla abierta sobre moda ética.

-Línea Estratégica 3- Sostenibilidad territorial: gobernanza, alianzas y continuidad del modelo

Paquete 5: gestión interna de la marca y las licencias de uso

El quinto paquete tiene que ver con la **gestión interna de la marca y las licencias de uso**, siguiendo lo que ya está establecido en el Reglamento de Uso. Esto implica que se convocará y activará formalmente el Consejo Rector de la marca —donde estarán representados los principales actores del territorio— y el Comité de Evaluación, que se encargará de revisar y aprobar las solicitudes de uso de la marca. Se adaptarán los formularios y la documentación para que cualquier artesana interesada pueda acceder fácilmente al proceso, y se diseñarán materiales sencillos (como una guía visual o un pequeño vídeo) que expliquen cómo funciona la marca y qué beneficios tiene. También se supervisará que el uso que se hace de la marca en los productos y canales de comunicación sea correcto, y se hará un seguimiento individualizado de las primeras personas licenciatarias para ofrecerles acompañamiento.

Actividades específicas:

- Constitución oficial del Consejo Rector con acta firmada, calendario de reuniones y listado de miembros.
- Actualización del Manual de Buenas Prácticas en formato visual y comprensible, con ejemplos ilustrativos.
- Convocatoria abierta a nivel comarcal para que artesanas y talleres soliciten su licencia de uso de la marca.
- Emisión de las 3 primeras licencias piloto con acompañamiento técnico para garantizar el uso correcto de la identidad visual.

Paquete 6: tejer alianzas, consolidar la gobernanza del proyecto y asegurar su sostenibilidad a largo plazo

Para que Alpujarra Slow Fashion no se quede solo como un proyecto puntual, sino que tenga futuro, es necesario crear redes de colaboración estables. Por eso, se firmarán convenios con universidades, centros educativos, asociaciones de mujeres, escuelas de diseño y otras entidades que puedan sumar. También se elaborará un plan de financiación mixta que combine subvenciones públicas, pequeñas campañas de crowdfunding y posibilidades de comercialización directa. Además, se organizarán encuentros comarcales y mesas de diálogo para compartir los avances del proyecto, evaluar sus resultados y recoger propuestas para nuevas fases. Todo esto se recogerá en un plan de continuidad que permita que el modelo se amplíe a otros pueblos o inspire otros proyectos similares.

Actividades específicas:

- Firma de convenio con la Universidad de Granada para prácticas de estudiantes en diseño, sociología, antropología o emprendimiento social.
- Diseño de una campaña de microfinanciación a través de Goteo.org o Verkami para financiar parte del equipamiento de la residencia.
- Realización de una encuesta de impacto entre las participantes del proyecto (antes y después de la intervención formativa).
- Redacción de una hoja de ruta a tres años que incluya expansión a otros municipios, renovación de licencias y segunda colección.

3.5 RECURSOS NECESARIOS Y POSIBLES.

Para garantizar que el proyecto *Alpujarra Slow Fashion* se pueda llevar a cabo de forma ordenada, realista y efectiva, se ha hecho una planificación detallada de los **recursos necesarios**. Estos recursos se han organizado según los **paquetes de trabajo** definidos previamente, ya que cada uno de ellos responde a un objetivo clave del proyecto y requiere medios específicos para desarrollarse.

Se han distinguido dos tipos de recursos fundamentales: por un lado, los **recursos materiales**, que incluyen desde maquinaria y herramientas textiles hasta mobiliario, materiales didácticos, infraestructura tecnológica o soportes de comunicación; y por otro, los **recursos humanos**, es decir, las personas, profesionales y entidades implicadas en cada fase, ya sea desde la formación, la producción, la coordinación o la toma de decisiones.

Esta estructura por paquetes permite entender claramente qué se necesita en cada etapa del proyecto, facilita la asignación de tareas y responsabilidades, y ayuda también a calcular presupuestos, buscar financiación o establecer colaboraciones. Así, los recursos no se han pensado de forma genérica, sino **directamente vinculados a las actividades concretas que se quieren desarrollar**, teniendo en cuenta la realidad del territorio, los principios de la marca y el enfoque colaborativo del proyecto.

Paquete 1. activación de la residencia-taller de artistas infraestructuras.

La **residencia-taller** será el centro operativo y simbólico del proyecto *Alpujarra Slow Fashion*, concebido como un espacio para la formación, la experimentación y la colaboración en torno a la moda sostenible, donde las artesanas se forman y experimentan con la artesanía. Para ponerlo en marcha, será necesario adecuar el espacio físico y dotarlo del equipamiento técnico básico necesario para su funcionamiento como laboratorio creativo rural. Aunque el inmueble ya existe, su acondicionamiento es esencial para garantizar su operatividad, accesibilidad y sostenibilidad.

Desde el punto de vista **material**, se requerirá mobiliario específico como mesas amplias de trabajo, sillas ergonómicas, estanterías, tableros móviles para exposiciones, así como **infraestructura técnica mínima**, incluyendo una conexión a internet de alta velocidad, iluminación LED de bajo consumo, ventilación adecuada y tomas de corriente distribuidas por zonas. También será necesario adquirir **maquinaria textil básica**, orientada a la formación y producción artesanal experimental: 3 máquinas de coser industriales o semiprofesionales, 2 remalladoras, un telar manual de tamaño medio, planchas profesionales y kits de herramientas (tijeras, agujas, reglas, cintas métricas, alfileres...).

En cuanto a **recursos humanos**, el buen funcionamiento de la residencia exige contar con una **coordinadora local del espacio**, responsable de la gestión diaria, la organización de turnos, el seguimiento de incidencias y la dinamización del uso del taller. A esto se suma la implicación del **Ayuntamiento de Torvizcón**, tanto en aspectos técnicos (obras menores, permisos, mantenimiento) como en la **cesión y gestión compartida del inmueble**, así como el respaldo del **equipo técnico del proyecto**, que se encargará del diseño pedagógico del espacio, la selección del equipamiento y la organización de los primeros eventos públicos.

Financiación pública:

1. Diputación de Granada
 - Planes Provinciales de Inversión en Infraestructuras Locales (para municipios menores de 5.000 habitantes).
 - Línea de subvenciones de la Delegación de Empleo y Desarrollo Sostenible.
2. Junta de Andalucía – Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo
 - Subvenciones para el fomento del empleo en zonas rurales.
 - Convocatorias del Instituto Andaluz de la Mujer para el impulso de espacios de empoderamiento y formación.
3. Grupos de Desarrollo Rural (GDR Alpujarra – Sierra Nevada Almeriense)
 - Programa LEADER, especialmente en su eje de fomento de la innovación social y activación del patrimonio cultural inmaterial.
4. Fondos Europeos – Next Generation y POISES

- A través de convocatorias como “Empleo Rural Sostenible” o “Economía Circular y Cultura Textil”.
5. Ministerio de Cultura y Deporte
- Ayudas para la activación de espacios creativos rurales y residencias artísticas.

Paquete 2. Formación de artesanas y creadoras locales

Este paquete requiere una gran inversión en recursos **didácticos y humanos**, más que en infraestructura física. A nivel **material**, será necesario contar con kits personales para las participantes (básicos de costura, cuadernos, telas, reglas, material de patronaje), además de equipos compartidos: proyectores, ordenador portátil, impresora, materiales para talleres de teñido (cubetas, pigmentos naturales, guantes), y materiales reciclables para ejercicios de customización y creatividad.

En cuanto a **recursos humanos**, se necesitarán **formadoras especializadas** en moda sostenible, patronaje, costura profesional, tintes naturales, upcycling, comunicación digital o economía circular. Idealmente, estas personas serán una combinación de artesanas con experiencia del territorio y diseñadoras invitadas con conocimientos técnicos actualizados.

Además, se necesitará una **dinamizadora de grupo**, que motive la participación, facilite el trabajo colaborativo y esté atenta a las necesidades personales o emocionales de las participantes. También será útil la figura de una **mentora**, alguien con trayectoria en emprendimiento textil que pueda acompañar a las mujeres durante el proceso de desarrollo de sus ideas o proyectos personales.

Paquete 3. Producción piloto de productos bajo la marca Alpujarra Slow Fashion

La fase de producción representa el núcleo tangible del proyecto, ya que es el momento en que los conocimientos formativos, el diseño identitario y las alianzas entre mujeres artesanas, diseñadoras e instituciones se convierten en objetos reales. La propuesta contempla una estrategia de doble vía, articulada en dos líneas de producción interdependientes que

responden tanto al propósito cultural y simbólico de la marca como a su proyección comercial futura. Estas dos líneas están organizadas como subpaquetes dentro del mismo marco operativo, para facilitar su implementación de forma escalonada y complementaria.

Subpaquete 3.1: Colección artesanal colaborativa

La colección artesanal se elaborará en el taller-residencia de Torvizcón, con un enfoque creativo, sostenible y de pequeño formato. Por tanto, los recursos materiales se centran en insumos textiles naturales y herramientas artesanales.

Recursos materiales

- Materias primas textiles: algodón orgánico, lino, cáñamo, lana local, hilos reciclados, tejidos recuperados de stocks muertos (deadstock).
- Materiales auxiliares: botones ecológicos, cremalleras biodegradables, etiquetas de tela, cordeles de cáñamo.
- Material promocional: etiquetas físicas con códigos QR, carteles para ferias, papel reciclado para empaquetado, tintas vegetales para impresión.
- Material gráfico: cámara semiprofesional, foco led portátil y fondos neutros para documentación de productos.

Recursos humanos

- 3 a 5 artesanas locales que ya hayan participado en el proceso formativo.
- Una diseñadora residente que actúe como coordinadora estética de la colección.
- Un perfil de documentación y archivo (puede ser una persona del equipo técnico o de prácticas).
- Apoyo del Comité de Evaluación para validar los prototipos según el reglamento de la marca.

- Posibles colaboraciones con fotógrafos o diseñadores gráficos para la parte visual del catálogo.

Subpaquete 3.2: Colección de moda comercializable y puesta en marcha del centro industrial

Esta colección tendrá otra escala y objetivos más ligados a la producción profesional. Por ello, requiere de una infraestructura técnica especializada, mayores volúmenes de materiales y perfiles profesionales vinculados al diseño industrial, la cadena de producción y la comercialización.

Recursos materiales

- Infraestructura: nave industrial de 700 m² con espacios diferenciados para patronaje, corte, confección y almacenamiento.
- Maquinaria: sistema de corte industrial, patronaje digital, cosido automatizado, remalladoras, estaciones de planchado industrial, etiquetado automático.
- Materias primas: tejidos sostenibles certificados (GOTS o similares), algodón reciclado, tintes naturales aplicables a gran escala.
- Material logístico: percheros móviles, etiquetadoras, cajas para transporte, sistema de etiquetado con control de lote y trazabilidad.
- Software: programa de gestión de inventario, diseño asistido por ordenador (CAD), CRM para seguimiento de puntos de venta.

Recursos humanos

- Socio industrial especializado encargado del diseño del centro, compra de maquinaria, organización del flujo de trabajo y supervisión general del modelo productivo.
- Dirección técnica de colección: diseñador/a jefe que traduzca la identidad de marca a un lenguaje comercial y juvenil.

- Personal de producción textil: entre 14 y 20 personas distribuidas entre corte, confección, control de calidad y embalaje (a contratar progresivamente).
- Técnicos/as de sostenibilidad para garantizar que la producción cumple con criterios medioambientales.
- Gestor/a comercial y de distribución: conexión con puntos de venta y seguimiento de ventas piloto.
- Asesoramiento legal para formalización de contratos, licencias y registros vinculados a la marca.

Paquete 4. Comunicación, identidad de marca y visibilidad del proyecto

Este paquete requiere recursos **materiales y digitales** muy específicos: una **cámara de fotos profesional**, trípode, focos portátiles, micrófonos y, si es posible, una pequeña cabina de luz para fotos de producto. Se necesitará **software de diseño gráfico** Adobe Illustrator, Canva Pro, Photoshop, así como el diseño de una web básica, alojamiento web y dominio. También serán necesarios recursos para imprimir cartelería, postales, etiquetas de marca, y producir merchandising o materiales promocionales sencillos.

En cuanto a **recursos humanos**, este paquete necesita a una **persona responsable de comunicación** (community manager, periodista o diseñadora con conocimientos de marca y redes sociales), una **diseñadora gráfica** para crear la imagen visual, y un/a **videógrafo/a o fotógrafo/a** profesional que pueda documentar el proyecto de forma atractiva. También será necesaria la implicación de una persona que coordine la **estrategia de comunicación con medios**, para asegurar presencia en ferias, entrevistas, redes y campañas.

Paquete 5. Gestión de la marca y licencias de uso

En esta fase se trata de dar forma real y operativa al reglamento de uso de la marca ya elaborado, activando los mecanismos que permitirán a las artesanas locales, previamente

formadas, **solicitar licencias para usar el nombre de la marca en sus productos**, siempre cumpliendo con criterios de calidad, sostenibilidad, trazabilidad y autenticidad del territorio.

Para poder gestionar todo este sistema con profesionalidad y transparencia, será necesario dar una serie de pasos concretos. En primer lugar, se plantea la **contratación de una empresa especializada en branding y comunicación visual**, que revise, complete o actualice la identidad visual de la marca, cree un manual de uso gráfico y verbal, y diseñe las aplicaciones prácticas como etiquetas, embalajes, certificados de autenticidad o materiales promocionales. Esta empresa puede ser seleccionada a través de una convocatoria abierta o mediante un acuerdo con alguna escuela o colectivo de diseño ético que comparta los valores del proyecto.

Al mismo tiempo, se considera clave incorporar una **figura de community manager profesional**, que se encargue de gestionar las redes sociales de la marca, diseñar contenidos, visibilizar las historias de las productoras locales, compartir los procesos de creación y apoyar las primeras estrategias de venta digital. Esta figura también actuará como canal de comunicación entre la marca y las artesanas, ayudándolas a posicionarse online con coherencia y profesionalidad.

Otro elemento fundamental en esta fase es el **funcionamiento activo del Consejo Rector de la marca**, un órgano de gobernanza colectiva formado por representantes de instituciones públicas (como Diputación y Ayuntamientos), asociaciones de artesanas, universidades y diseñadoras. Este consejo debe reunirse periódicamente para tomar decisiones estratégicas, evaluar propuestas, aprobar nuevas licencias y revisar el cumplimiento del reglamento. Vinculado a él, se activa también un **Comité de Evaluación**, integrado por personas expertas en diseño, sostenibilidad, artesanía y cultura, encargadas de revisar las solicitudes para usar la marca, validar los productos, y acompañar técnicamente a las creadoras.

Además, será clave designar una persona técnica de seguimiento, especialmente en la fase piloto, que supervise cómo están utilizando la marca las primeras licenciatarías, resuelva dudas, ofrezca orientación personalizada, y detecte posibles mejoras. Esta figura será responsable de acompañar a las primeras productoras en la implementación real de los estándares de marca.

En cuanto a recursos materiales, si bien son más reducidos que en otros paquetes, siguen siendo importantes. Se necesitarán carpetas para documentación, formularios digitales para solicitudes (como Jotform o Google Forms), etiquetas numeradas para productos certificados, plantillas de licencias en formatos físico y digital, y plataformas compartidas de archivo y trabajo colaborativo (como Notion o Google Drive). Todo esto debe estar diseñado de forma clara, accesible y profesional, reforzando el prestigio y la coherencia del proyecto.

Paquete 6. Alianzas, gobernanza y sostenibilidad del proyecto

Aquí, los **recursos materiales** necesarios incluyen documentación legal para los convenios, materiales para encuentros comarcales (kits de bienvenida, presentaciones, material audiovisual), herramientas para la recogida de datos (tabletas, formularios, grabadoras de audio), y recursos digitales para la gestión de indicadores (hojas de Excel, software tipo Airtable o herramientas participativas tipo Miro o Mural).

Los **recursos humanos** deben incluir una **persona coordinadora de alianzas e institucionales**, que se encargue de redactar convenios, mantener la relación con universidades y otras entidades, y buscar oportunidades de financiación pública o privada. También se necesitará una persona encargada del **diseño de indicadores de impacto y evaluación**, que pueda recoger información sobre cómo el proyecto mejora la vida de las participantes o el territorio. Finalmente, será clave el apoyo de una persona o equipo que redacte el **plan de continuidad del proyecto**: con visión estratégica, conocimiento del territorio y experiencia en modelos de economía social o cultural.

3.6 FASES PARA SU IMPLEMENTACIÓN.

El cronograma del proyecto se ha estructurado de forma realista y escalonada, partiendo del mes de septiembre de 2025 como inicio formal de las acciones. Toda la planificación se ha distribuido en torno a los seis paquetes de trabajo originales, incluyendo una ampliación estratégica del Paquete 3 en los dos subpaquetes: una primera línea artesanal de prototipado y una segunda línea de producción comercial enmarcada en una futura planta industrial. Esta articulación permite avanzar con una implementación progresiva, integrando tanto el trabajo local y creativo como el enfoque de sostenibilidad económica y proyección comercial de la marca.

El primer bloque de trabajo, **P1: Activación de la residencia-taller de Torvizcón**, comienza en septiembre de 2025 y se prolonga hasta enero de 2026. Durante este tiempo se acometerán obras menores, como la adecuación del espacio, la mejora de la instalación eléctrica y de conectividad, y la adquisición de mobiliario y señalética funcional. Una vez preparado el espacio, se procederá a la compra de equipamiento textil artesanal: máquinas de coser, remalladoras, mesas de corte, entre otros elementos necesarios para la producción creativa. En enero de 2026 se celebrará una jornada de apertura, en la que se presentará la residencia al público local y a los medios comarcales, activando así simbólicamente el espacio como núcleo cultural del proyecto.

En paralelo, se inicia el **P2: Formación y empoderamiento de mujeres artesanas y creadoras locales**, que arranca en octubre de 2025 con la elaboración de un programa formativo y la selección de formadoras y mentoras. Este bloque se extiende hasta junio de 2026 e incluye talleres presenciales sobre técnicas textiles (bordado, tintes naturales, patronaje...) y también sobre digitalización, sostenibilidad o marca personal. Además, se ofrece un sistema de tutorías personalizadas para acompañar a las mujeres interesadas en profesionalizar su práctica. Esta línea de acción se conecta directamente con la marca territorial, ya que las mujeres formadas podrán solicitar el uso de la marca como productoras acreditadas.

Una vez que los talleres formativos se encuentren en marcha, en febrero-marzo de 2026, comienza también el **Paquete 3: Producción piloto de productos bajo la marca Alpujarra Slow Fashion**, que se ha subdividido en dos sub-paquetes de trabajo bien diferenciados y complementarios. Por un lado, el *sub-paquete 3.1* comprende la creación de una colección artesanal colaborativa, realizada en el taller de la residencia por artesanas locales y diseñadoras residentes. Esta colección se desarrolla entre marzo y junio de 2026 y prioriza el uso de materiales locales, las técnicas tradicionales y la experimentación textil. Se producirán prototipos únicos con alto valor simbólico, que serán documentados visual y técnicamente, validados por el Comité de Evaluación y posteriormente presentados en ferias o espacios expositivos de la comarca.

Por otro lado, y de manera complementaria, se plantea el *sub-paquete 3.2: Producción de una colección de moda comercializable en planta industrial*, como un paso estratégico a medio plazo. Esta línea arranca en julio de 2026 con la búsqueda de un socio industrial y el diseño colaborativo de la infraestructura textil, que será concebida como un centro de producción más profesionalizado, enfocado a la confección de prendas funcionales y accesibles, como camisetas, sudaderas o pantalones. Una vez definida la estructura, entre enero y marzo de 2027 se desarrollará el diseño de la colección cápsula juvenil, y entre abril y junio de ese mismo año se realizará una producción piloto en series de al menos 300 unidades por diseño. Esta colección será distribuida a través de puntos de venta físicos y plataformas digitales, consolidando la presencia comercial de la marca en el mercado responsable.

Mientras estos tres primeros paquetes avanzan, se desarrollará de forma transversal el **P4: Comunicación, identidad de marca y visibilidad**, con una duración de septiembre de 2025 a junio de 2026. Desde el inicio se elaborará la identidad visual de la marca, el diseño de catálogos, etiquetas y perfiles en redes sociales. En octubre se lanza la página web, donde se irá compartiendo contenido sobre el proceso, productos y protagonistas del proyecto. En abril y mayo de 2026 se implementa una campaña de comunicación con motivo del lanzamiento de la primera colección, que culmina con un evento final en mayo: un desfile de moda y exposición, que servirá para posicionar públicamente la marca y atraer a prensa, compradores y agentes culturales.

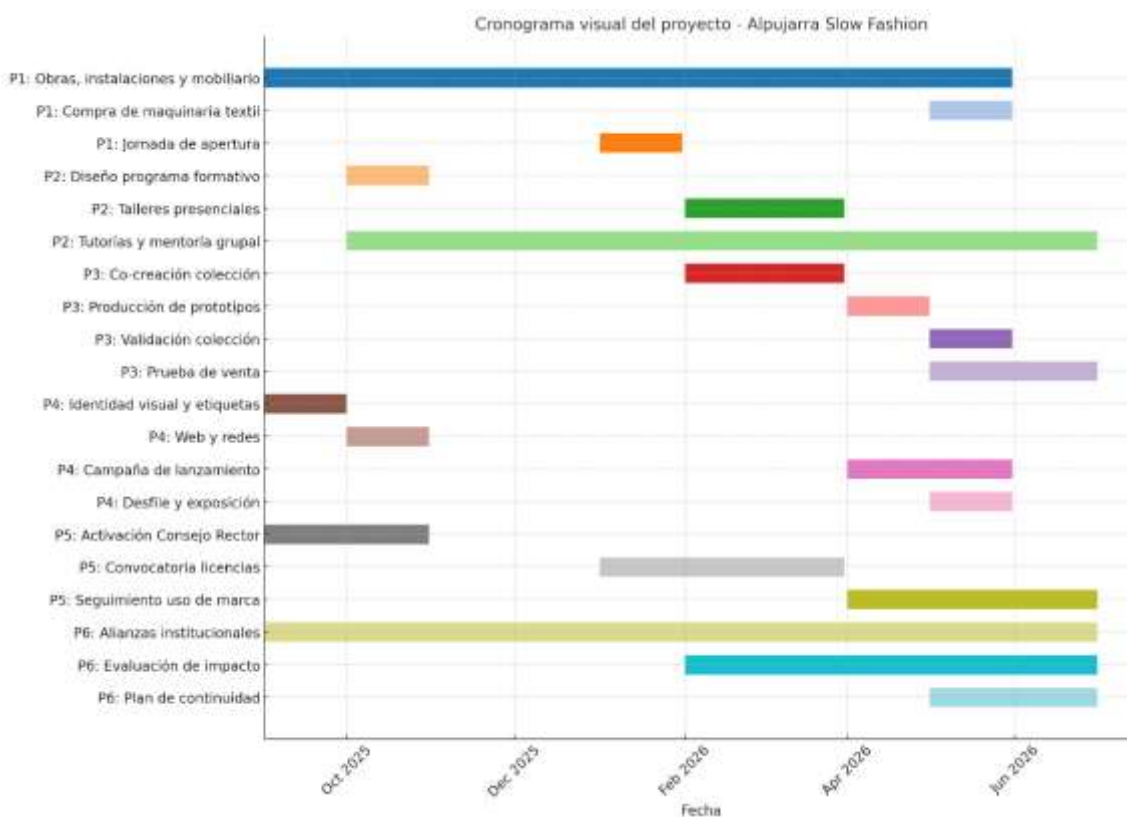
En paralelo, también se activa el **P5: Gestión de la marca y licencias de uso**, que comienza en septiembre de 2025 con la formalización del Consejo Rector. Este órgano de gobernanza supervisará la evolución del proyecto y será clave en la gestión de licencias y criterios de calidad. A lo largo del segundo trimestre de 2026 se lanza la convocatoria piloto para artesanas interesadas en obtener la licencia de uso de la marca, y en el tercer trimestre se realiza un seguimiento para asegurar el cumplimiento de los estándares establecidos.

Por último, el **P6: Tejer alianzas, gobernanza y sostenibilidad** se mantiene como un paquete de fondo que trabaja entre septiembre de 2025 y junio de 2026. Incluye la firma de convenios con universidades, centros educativos, asociaciones y entidades culturales; el diseño de herramientas de evaluación del impacto social y económico; y la redacción de un plan de continuidad que proyecte el modelo más allá del primer año. Este plan incluirá nuevos ciclos formativos, colecciones anuales y propuestas de expansión territorial hacia otros municipios de la Alpujarra.

Este cronograma permite una implementación sólida, ordenada y adaptada a la realidad territorial, equilibrando el impulso de iniciativas creativas con la consolidación de estructuras productivas y comerciales a medio y largo plazo.

Cronograma General del Proyecto Alpujarra Slow Fashion (2025-2026)

P1: Activación de la residencia-taller de Torvizcón (infraestructura)	
Septiembre 2025 - Mayo 2026	Obras menores, instalación eléctrica, mobiliario y señalética
Mayo 2026	Compra de maquinaria y equipamiento textil
Enero 2026	Jornada de apertura de la residencia al público y medios
P2: Formación de artesanas y creadoras locales	
Octubre 2025	Diseño del programa formativo y selección de formadoras
Febrero - Marzo 2026	Inicio de talleres presenciales (costura, tintes, diseño...)
Octubre 2025 - Junio 2026	Sistema de tutorías personalizadas y mentoría grupal
P3: Producción piloto de la colección textil	
Febrero - Marzo 2026	Inicio de proceso de co-creación entre diseñadoras y artesanas
Abril 2026	Producción de prototipos textiles
Mayo 2026	Validación por Comité de Evaluación
Mayo - Junio 2026	Prueba de venta en feria o pop-up comarcal
P4: Comunicación, identidad de marca y visibilidad	
Septiembre 2025	Diseño de imagen visual, etiquetas y catálogos
Octubre 2025	Lanzamiento de la web y redes sociales
Abril - Mayo 2026	Campaña de lanzamiento de la colección
Mayo 2026	Desfile y exposición final de colección de verano
P5: Gestión de la marca y licencias de uso	
Septiembre - Octubre 2025	Activación del Consejo Rector
Enero - Marzo 2026	Lanzamiento de la convocatoria de licencias piloto
Abril - Junio 2026	Supervisión del uso de la marca según el reglamento
P6: Alianzas, gobernanza y sostenibilidad	
Septiembre 2025 - Junio 2026	Firma de convenios con universidades y asociaciones
Febrero - Junio 2026	Diseño de herramientas de evaluación de impacto
Mayo - Junio 2026	Redacción del plan de continuidad del modelo



- *Cronograma general con ampliación de sub-paquetes:*



3.7 HOJA DE RUTA TERRITORIAL PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.

La implementación del proyecto *Alpujarra Slow Fashion* requiere la implicación activa de distintas entidades del territorio: ayuntamientos, mancomunidad de municipios, la Diputación de Granada y otros agentes clave. Esta hoja de ruta territorial se plantea como una secuencia de acciones coordinadas entre estas instituciones, con el objetivo de crear las condiciones materiales y sociales para activar la residencia-taller, poner en marcha la producción textil local y consolidar la marca como un motor de desarrollo económico sostenible.

FASE 1: Cierre de acuerdos para la activación del espacio-taller.

Responsables: Ayuntamiento Torvizcón..., Mancomunidad de la Alpujarra, Diputación de Granada

-Ayuntamiento de Torvizcón y otros que se quieran hacer responsables del proyecto, como entidades anfitrionas del espacio físico, deben liderar la firma de un acuerdo de colaboración con entidades industriales interesadas en sumarse al proyecto.

-La Diputación de Granada, a través de sus líneas de apoyo a la Agenda Urbana o a iniciativas de despoblación, debe facilitar los marcos administrativos necesarios.

- La Mancomunidad de Municipios de la Alpujarra actuará como coordinadora y facilitadora entre municipios, generando sinergias territoriales y promoviendo la visión comarcal del proyecto.

El proceso arranca con una primera fase de planificación institucional que corresponde tanto al Ayuntamiento de Torvizcón como a la Diputación de Granada. Una de las primeras decisiones clave es establecer un acuerdo formal con un agente industrial o entidad colaboradora interesada en apoyar la dinamización del espacio productivo. Este paso resulta imprescindible para garantizar la viabilidad técnica y operativa de la residencia, ya que asegura la implicación de un agente con capacidad para gestionar el equipamiento, articular procesos productivos y coordinar la formación en los primeros meses.

FASE 2: Financiación e infraestructuras para puesta en marcha

Responsables: Diputación de Granada, Ayuntamientos implicados, Asociación colaboradora

- Conseguir la financiación para el acondicionamiento del espacio (obra ligera, equipamiento textil, señalética e infraestructuras básicas), que puede gestionarse a través de fondos propios municipales o mediante ayudas de la Diputación
- Se debe tramitar también la solicitud de fondos complementarios europeos: Next Generation, Programa Leader, FEMPA, entre otros.

Se inicia el proceso de búsqueda y formalización de financiación para la adecuación del espacio. Aquí, tanto los Ayuntamientos de la Mancomunidad, como la Diputación tienen un papel esencial. El primero debe encargarse de facilitar los trámites administrativos y licencias necesarias para las obras de acondicionamiento del local, mientras que la Diputación puede activar líneas de apoyo económico a través de sus programas de Agenda Urbana, proyectos estratégicos comarcales o planes de cooperación municipal. En esta fase se contemplan partidas destinadas a obras menores (reforma interior, pintura, accesibilidad), instalación eléctrica, mobiliario funcional, maquinaria textil profesional (máquinas de coser, planchas industriales...) y recursos digitales básicos para tareas de diseño, comunicación y gestión.

FASE 3: Constitución del sistema de gobernanza y uso de la marca

Responsables: Diputación, Ayuntamiento de Torvizcón, Mancomunidad, Consejo Rector

- Se activa el Consejo Rector de la marca Alpujarra Slow Fashion, en base al Reglamento aprobado en colaboración con la Diputación (ya incluido en tu proyecto).
- Las entidades públicas participantes deben firmar el acuerdo de cesión de uso de la marca y formalizar los criterios de adhesión, seguimiento y supervisión.

Paralelamente al acondicionamiento físico, debe ponerse en marcha la dimensión institucional del proyecto, centrada en la creación de un sistema de gobernanza claro para el uso y gestión de la marca. Tanto el Ayuntamiento como la Diputación tienen la responsabilidad de constituir el Consejo Rector de la marca, según el reglamento ya elaborado previamente, que establece las condiciones de uso, licencias y sistema de supervisión de las piezas producidas bajo este sello. Esta estructura de gobernanza no solo vela por la calidad del producto final, sino que garantiza una red estable, transparente y participativa. La Mancomunidad de Municipios juega aquí un papel clave como organismo de enlace entre distintos pueblos, promoviendo la cohesión comarcal del proyecto y facilitando la incorporación de nuevos municipios en futuras fases.

FASE 4: Formación de personal y activación de la producción

Responsables: Industrial o entidad gestora, Ayuntamientos, Diputación, agentes educativos.

-Una vez el espacio esté acondicionado, debe iniciarse el **proceso de selección y formación de mujeres artesanas** interesadas en profesionalizarse.

-El **Ayuntamiento y la Diputación** colaborarán con asociaciones locales y entidades formativas para ofrecer un **itinerario pedagógico en costura, economía circular, diseño sostenible y emprendimiento**.

-Se contrata al **personal técnico o formativo**, y se inicia la **producción piloto**, con acompañamiento de diseñadoras colaboradoras.

Una vez activada la infraestructura física y formalizado el marco institucional, comienza la fase de formación y activación productiva. Esta parte del proceso tiene como protagonistas a las mujeres artesanas y creadoras locales. Desde el inicio, se diseña un itinerario pedagógico centrado en técnicas de costura, tintes naturales, diseño textil sostenible, digitalización y emprendimiento social. Las sesiones son dirigidas por profesionales del sector y formadoras seleccionadas por la entidad gestora, con el acompañamiento de los ayuntamientos y asociaciones culturales de la comarca. Durante esta etapa también se habilita un sistema de

tutorías personalizadas y mentorías colectivas que permiten no solo adquirir habilidades técnicas, sino también reforzar la visión emprendedora de las participantes.

FASE 5. Creación del primer prototipo de colección Slow Fashion

Responsables: Diseñadoras + Equipo pedagógico + Consejo Rector

- Co-diseño participativo entre diseñadoras y artesanas.
- Elección de materiales, cortes y tintes en base a criterios de marca.
- Producción de prototipos en residencia y validación técnica por comité de la marca.
- Registro fotográfico y etiquetado bajo reglamento de uso.
- Prueba de venta de los prototipos

A partir de los conocimientos adquiridos durante la formación en diseño sostenible, técnicas de confección o selección de materiales locales, se llevará a cabo un proceso participativo para definir el estilo, los acabados y el concepto de la primera colección piloto. Esta fase no se centra únicamente en el producto final, sino en todo el proceso: la elección de materiales según criterios de trazabilidad, la narrativa estética vinculada al territorio, y el cumplimiento de los estándares marcados en el reglamento de la marca. Una vez producidos los primeros prototipos, se validarán ante el Comité de Supervisión de la marca para asegurar su adecuación a los principios de identidad, sostenibilidad y calidad.

FASE 6: Comercialización, puntos de venta y visibilidad

Responsables: Mancomunidad, Red de Ayuntamientos, Diputación, entidades privadas

- Con la colección piloto ya producida, se define una **estrategia de comercialización local y comarcal**, incluyendo:
 - Ferias comarcales
 - Pop-ups en pueblos
 - Tienda física temporal o espacio compartido en centros turísticos

- Canal online vinculado a la marca

- Se organiza un **evento de presentación pública con desfile, exposición y campaña de prensa**, liderado por el Ayuntamiento y la Mancomunidad, y se presentan los primeros productos con la marca Slow Fashion de la Alpujarra.

Se desarrolla en paralelo una estrategia de comunicación, diseño de marca y posicionamiento. Una pequeña agencia o equipo gráfico se encarga de crear la identidad visual del proyecto: logotipo, etiquetas, packaging, diseño de redes y catálogo. Se lanza la web y se abren perfiles en redes sociales. Estos canales se alimentan de contenido audiovisual generado en el propio proceso (vídeos del taller, testimonios, evolución de la colección...). Se lanza una campaña de comunicación para visibilizar el proyecto, que culmina con un gran evento final: un desfile de presentación de la colección de temporada verano 2026. Este evento se plantea como una jornada de encuentro territorial, con invitados del sector, representantes públicos, prensa especializada y agentes de comercialización.

FASE 7: Evaluación y continuidad del modelo

Responsables: Diputación, Consejo Rector, Entidades colaboradoras

- Finalmente, debe realizarse una evaluación de resultados sociales, económicos y culturales, midiendo:

- Participación femenina
- Empleo generado
- Número de piezas vendidas
- Visibilidad territorial

- A partir de aquí, se redacta un Plan de Continuidad y Escalabilidad, que puede incluir:

- Nuevos ciclos formativos
- Otras colecciones
- Implicación de más municipios

-Asociación entre talleres para ampliar red de producción

La hoja de ruta territorial se cierra con un bloque de evaluación y planificación de continuidad. Se realiza una revisión del impacto del proyecto, tanto en términos cuantitativos (número de mujeres formadas, piezas producidas, participación municipal...) como cualitativos (aprendizajes, mejoras propuestas, nivel de satisfacción de las participantes). La Diputación y la Mancomunidad deben liderar aquí la redacción de un documento de continuidad que proponga el mantenimiento del espacio en funcionamiento, nuevas ediciones del programa formativo, posibilidad de escalado del modelo a otras localidades, o incluso la creación de una cooperativa de producción comarcal. Este documento también debe recoger acuerdos con universidades, centros o instituciones culturales para facilitar su réplica o consolidación a medio y largo plazo.

3.8 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA SU DESARROLLO, O EN SU CASO ESTUDIO DE VIABILIDAD.

- Análisis de Factibilidad:

Paquetes de trabajo	Actividades	nº personas	contratos	Personal €/con	%	total	€	Conceptos	€	otros gastos y suministros	concepto	€	concepto	total	€	visitas ind	TOTAL	ANUALIDADES	2026	2027	2028
LÍNEA ESTRATÉGICA I																					
1. Adaptación residencia-taller	Reuniones coordinación	5	8	280	50%	9600	4000 viajes							4000	960	19560	11616	12672	13728		
	Controla fi y diseño planta	1	10	280	30%	840	300 viajes							500	154	1474	821,4	1788,8	1916,2		
	Contribución y maquinaria	5	40	280	40%	22400	5000 viajes			20 000 maquinaria		20 000 materiales		45 500	6740	74 340	8755,4				
2. Formación	Diseño de sesiones talleres	3	8	280	60%	4032	3000 viajes							3000	823,2	6835,2	7396,70	7962,24	8625,76		
	Sesiones de talleres de orientación	3	80	280	90%	40320	700 viajes			1 000 material didáctico				1721	4292,1	46223,1	50646,41	55461,72	60390,03		
	Tutorías individuales	1	16	280	50%	2240	300 viajes							300	264	2794	3073,4	3352,8	3632,2		
LÍNEA ESTRATÉGICA II																					
3.1 Generación de banco documental de productos artesanales	Registro fotográfico	1	100	280	30%	8400	200 viajes			500 Material digital				700	910	10010	11011	12012	13013		
	Control de evaluación	5	18	280	40%	10080	3000 viajes							3000	1308	14388	15620,8	17265,8	19104,4		
4. Comunicación y promoción	Gestión de redes	2	20	280	30%	3360	600 viajes							600	396	4356	4791,6	5227,2	5662,8		
	Diseño página web	2	10	280	20%	1120	800 viajes							800	182	2112	2323,2	2534,4	2745,6		
	Estrategia de marca	1	10	280	30%	840	600 viajes							600	144	1584	1742,4	1900,8	2059,2		
	Vinculación con otras empresas	2	8	280	40%	2240	300 viajes							300	298,8	3386,8	3615,48	3944,16	4272,94		
LÍNEA ESTRATÉGICA III																					
5. Gestión Marca y marcas uso Estrategia de marca	Consejo rector	1	10	280	30%	840	800 viajes							800	144	1584	1742,4	1900,8	2059,2		
	Seguimiento y evaluación	4	20	280	40%	11440	1000 viajes							1000	1444	15884	17472,4	19040,8	20649,2		
	Seguimiento y evaluación	3	10	280	60%	5040	800 viajes							800	584	6428	7066,4	7758,8	8351,2		
6. Gobernanza	Actores y roles	6	6	280	30%	3024	1200 viajes							1200	422,4	4846,4	5111,94	5375,68	5640,30		
	Manual operativo	2	8	280	25%	1120	700 viajes							700	182	2002	2202,2	2402,4	2602,6		
	Seguimiento y evaluación	2	6	280	40%	1344	700 viajes							700	264,4	2948,4	3173,34	3398,08	3622,90		
	Reuniones	6	8	280	50%	6720	1500 viajes							1500	822	9042	9946,2	10850,4	11754,6		
3.2 (paquete adicional) Centro de Coordinación de personal de profesici	Diseño de planta	20	80	280	30%	126000	1500 viajes							1500	12750	140250	154276	168300	182325		
	Contribución y Maquinaria	2	8	280	40%	1760	1000 viajes			18 000 ingeniero				18000	2679,2	28713,2	25198,32	26716,32	28234,32		
	Control de evaluación	10	40	280	50%	84000	2500 viajes			400 000 maquinaria		200 000 materiales		802500	88650	975150	1072665				
	Control de evaluación	4	10	280	25%	2800	300 viajes							300	370	4070	4477	4884	5291		

- Impacto:

LE	IMPACTO	año 1	año 2	año 3	año 1	año 2	año 3	1	2	3 Total
Empleo	ptos trabajo 1	20	25	30	17000	19000	22000	340000	475000	660000
Ventas	nº colecc	20	25	30	17000	19000	22000	340000	475000	660000
Aumento visitas	nº personas	100	120	3	36000	39600	47520	52272	139392	3163192

La viabilidad y el impacto del proyecto Alpujarra Slow Fashion se analizan a partir de dos dimensiones clave: la estructura de costes y recursos por paquete de trabajo, y la proyección del impacto social y económico que se prevé alcanzar en los tres primeros años de implementación.

La tabla de viabilidad económica presenta el desglose detallado de costes personales, materiales y operativos asociados a cada uno de los paquetes de trabajo y líneas estratégicas. Este análisis permite observar no solo la magnitud de la inversión, sino también la distribución temporal y el grado de madurez o esfuerzo requerido por cada acción:

1. Activación Residencia-Taller (Paquete 1)

Este paquete contempla una inversión total de 112.873€ en 2026, principalmente destinada a adecuación del espacio, compra de maquinaria básica, y planificación. Se distribuye de forma progresiva, con ligeros aumentos en 2027 (137.828€) y 2028 (136.122€). La alta proporción de gasto en infraestructura y maquinaria lo convierte en un paquete clave para el arranque, aunque no el más costoso del conjunto.

2. Formación (Paquete 2)

La inversión se centra en honorarios de formadoras, tutorías y material didáctico. El coste total asciende a aproximadamente 45.000€ anuales, lo cual es coherente con su alta rentabilidad social. Permite capacitar a mujeres y agentes locales con una inversión moderada, garantizando resultados a corto y medio plazo.

3. Producción de productos (Paquete 3.1 y 3.2)

La producción se divide entre la colección artesanal (3.1) y la infraestructura de moda comercializable (3.2), siendo esta última la mayor inversión de todo el plan.

- La colección artesanal tiene un coste estimado anual de aprox. 20.000-25.000€, mientras que

- La infraestructura industrial implica un coste total de más de 1 millón de euros, distribuido entre 2026 (468.150€), 2027 (527.120€) y 2028 (504.920€), incluyendo construcción de planta, maquinaria (600.000€), diseño y contratación de personal. Es una apuesta a largo plazo, con alta capacidad para generar empleo y escalabilidad comercial.

4. Comunicación y Promoción (Paquete 4)

Con un gasto progresivo y constante (cerca de 20.000€/año), se centra en identidad visual, redes sociales, marketing y participación en eventos. Esta línea tiene un alto retorno en términos de visibilidad y posicionamiento territorial.

5. Gestión de la Marca (Paquete 5)

Inversión media (16.000€/año) destinada a funcionamiento del consejo rector, contratación de una empresa externa para branding y herramientas de seguimiento. Aunque menos costosa, es vital para asegurar la gobernanza y la calidad de la marca.

6. Gobernanza y Alianzas (Paquete 6)

Tiene un coste anual medio de entre 24.000€ y 27.000€, cubriendo reuniones de actores clave, elaboración de manuales y evaluación del modelo. Es un pilar estratégico para la sostenibilidad institucional y la generación de acuerdos territoriales.

La segunda tabla muestra cómo estas inversiones se traducen en resultados concretos, tanto en términos de empleo, actividad económica como en atracción de público:

1. Empleo

Se estima la creación de:

- 20 empleos en el primer año
- 25 en el segundo

- 30 en el tercero

Esto suma un total de 75 empleos directos, especialmente en producción textil, formación y gestión de marca. Esto es crucial para combatir la despoblación en zonas rurales y fomentar el arraigo.

2. Ventas

Se prevé lanzar al menos 2 colecciones por año, con unos 20 modelos por colección. La tirada mínima se estima en 500 unidades por modelo, con un precio medio estimado de 20€/unidad en el primer año, ascendiendo progresivamente hasta 30€/unidad en el tercer año.

- Ingresos estimados:

- Año 1: 340.000€
- Año 2: 475.000€
- Año 3: 660.000€
- Total acumulado en 3 años: 1.475.000€

Esto representa una sólida viabilidad comercial, especialmente si se logra consolidar una red de distribución eficiente en tiendas especializadas, e-commerce y ferias sostenibles.

3. Impacto cultural Y turístico

Se espera un aumento de 100 a 120 visitantes/día durante 3 días anuales de eventos vinculados a la moda y artesanía (ferias, pasarelas, exposiciones), generando un impacto económico indirecto de más de 130.000€ en servicios locales (alojamiento, restauración, compras, etc.).

El proyecto demuestra una viabilidad financiera progresiva, donde los paquetes de mayor inversión (infraestructura industrial y residencia taller) se equilibran con otros de menor

coste pero gran impacto (formación, comunicación, gestión). A medio y largo plazo, el modelo tiene capacidad de autofinanciación a través de las ventas, genera empleo, visibiliza la cultura textil rural, y fortalece la identidad del territorio desde la sostenibilidad y la innovación social.

3.9 INCORPORACIÓN Y ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL PROYECTO.

El proyecto *Alpujarra Slow Fashion* nace con una vocación profundamente arraigada en el territorio y también con un compromiso claro con la transformación social desde la igualdad. La perspectiva de género no es un “añadido” o algo secundario del proyecto, sino que forma parte de su propia razón de ser.

En el caso específico de la Alpujarra, las mujeres han sostenido durante generaciones el trabajo textil, el bordado, la costura, el uso de plantas y otras expresiones artesanas, aunque en la mayoría de los casos este trabajo ha estado ligado al ámbito doméstico y ha sido considerado parte de las tareas de cuidado, sin valor económico. Frente a esta realidad, el proyecto plantea una transformación del significado del trabajo artesanal femenino... de una actividad informal e invisible, a una vía de desarrollo profesional, cultural y económico.

La propuesta de crear una residencia de artistas y un centro de formación responde, a la necesidad de generar **espacios físicos estables y accesibles para que las mujeres puedan formarse, crear, emprender y sobretodo compartir experiencias entre ellas**. El proyecto está especialmente enfocado a mujeres rurales que desean recuperar o ampliar su actividad creativa, pero que se encuentran con barreras estructurales como: la falta de tiempo, la sobrecarga de tareas familiares, la escasa oferta de formación, la dificultad para acceder a recursos digitales o la falta de apoyo institucional para iniciativas lideradas por ellas.

Aunque el proyecto está abierto a todas las personas interesadas, su diseño y sus metodologías tienen un **impacto diferenciado sobre mujeres y hombres**, ya que se dirige especialmente a reducir la brecha de género existente en el acceso al empleo, la formación y el reconocimiento en el mundo rural.

El hecho de que las actividades se centren en el textil y en la artesanía responde a una lógica de recuperación de saberes locales. Lejos de reproducir roles tradicionales, el enfoque del proyecto propone una resignificación de los oficios artesanos, convirtiéndolos en oportunidades sostenibles y modernas para las nuevas generaciones.

El proyecto pone especial punto de atención en evitar los riesgos de exclusión dentro de la propia comunidad de mujeres. Se contempla la diversidad de situaciones como mujeres jóvenes que buscan su primer empleo, mujeres mayores con experiencia no reconocida, mujeres con hijos a cargo o con poca disponibilidad horaria, mujeres sin formación reglada o que viven en municipios más alejados. Por eso, la oferta formativa se diseña con formatos adaptados, sesiones prácticas, acompañamiento personalizado y contenidos accesibles. No se trata solo de enseñar técnicas, sino de construir un proceso de empoderamiento, donde se fortalezcan las redes de apoyo, la capacidad de decisión y la confianza en el propio valor como creadoras.

Una de las aportaciones más relevantes del proyecto es su apuesta por un modelo de gobernanza participativa con presencia activa de las mujeres. El Reglamento de Uso de la Marca Alpujarra Slow Fashion recoge la participación de asociaciones de mujeres y artesanas individuales en el Consejo Rector y el Comité de Evaluación, donde se definen las decisiones más importantes, se revisa el uso de marca y se planifican las acciones colectivas. Este enfoque garantiza que las mujeres no solo sean beneficiarias, sino también responsables del rumbo del proyecto.

Por último, el impacto de género será medido no solo en términos numéricos, sino también cualitativos. Se evaluará cuántas mujeres participan, cuántas acceden a licencias de uso, cuántas generan ingresos a través de sus productos, pero también cómo se sienten, cómo valoran su experiencia, si se sienten escuchadas e integradas en la comunidad creativa.

Alpujarra Slow Fashion se presenta como un proyecto comprometido con una **economía feminista, circular y comunitaria**, que reconoce el valor del trabajo de las mujeres rurales y les ofrece las herramientas necesarias para liderar una nueva etapa de desarrollo artístico. Es una propuesta que parte del territorio y lo cuestiona desde el compromiso con la igualdad y la sostenibilidad.

3.10 DISEÑOS PREVIOS, INFOGRAFÍAS, MAPAS, SOLUCIONES MARKETING, ETC ...

- Participación jornadas de Orientación



-Participación exposición Liba Clark



-Participación en reuniones con artesanas



3.11 CONCLUSIONES.

Al inicio del diseño del proyecto *Alpujarra Slow Fashion*, los objetivos estaban orientados a abordar varios retos clave del territorio: el envejecimiento y despoblación rural, la falta de oportunidades laborales (especialmente para mujeres), la pérdida del tejido artesanal tradicional y la escasa visibilidad de los productos identitarios. Para ello, se plantearon metas muy concretas como: habilitar un espacio de residencia y producción y un itinerario de formación para artesanas y así, reactivar la marca *Alpujarra Slow Fashion* para continuar con la producción, y así llegar al máximo público para conservar el encanto cultural en el territorio.

A lo largo del proceso de análisis, diseño y formulación del proyecto, estos objetivos no solo se han mantenido, sino que han sido reforzados con nuevas dimensiones que enriquecen y amplían el alcance inicial. En lugar de una intervención puntual, el proyecto ha evolucionado hacia un modelo más estructurado, en forma de laboratorio de innovación rural en moda sostenible. El planteamiento final, por tanto, propone no solo recuperar saberes artesanales, sino activar un ecosistema económico, creativo y social basado en la cooperación, la circularidad y el arraigo territorial.

En este sentido, puede decirse que la diferencia más destacada entre los objetivos iniciales y finales del proyecto es el **grado de articulación estratégica alcanzado**: el proyecto no se limita a organizar actividades aisladas (como talleres o producción de prendas), sino que **propone un modelo replicable y sostenible de desarrollo rural centrado en el textil y la identidad cultural**, con impactos tanto económicos como simbólicos y ambientales.

El desarrollo del proyecto *Alpujarra Slow Fashion* ha demostrado que es posible transformar los retos estructurales de un territorio rural —como la Alpujarra— en oportunidades de innovación y generación de empleo, siempre que se trabajen desde una lógica participativa, con enfoque de género y sostenibilidad. A través de la residencia-taller en Torvizcón, la profesionalización de mujeres artesanas y la reactivación de la marca territorial, se sientan las bases para construir un modelo que aúna tradición e innovación, aportando soluciones reales a problemas complejos como la despoblación, el desempleo femenino o la desconexión entre saberes locales y dinámicas de mercado.

Este proyecto no solo responde a las líneas de acción marcadas por la Agenda Urbana 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sino que lo hace desde el convencimiento de que el conocimiento artesanal no es una reliquia del pasado, sino una fuente de creatividad, arraigo y emprendimiento para el futuro. En lugar de convertir la artesanía en una postal, la propuesta la convierte en **una herramienta de transformación estructural**, que genera redes, productos, comunidad y nuevas formas de habitar y proyectar el territorio.

Como estudiante de máster, este proceso también ha sido una oportunidad para aplicar herramientas de diagnóstico territorial, planificación estratégica, enfoque ecosistémico y análisis DAFO-CAME en un contexto real y con impacto directo. La elaboración del estudio de viabilidad, el diseño por paquetes de trabajo, la proyección del impacto y la lectura con perspectiva de género han permitido consolidar una propuesta madura y fundamentada, que puede ser presentada ante entidades públicas y agentes del territorio con rigor y claridad.

En definitiva, *Alpujarra Slow Fashion* no solo es un proyecto de prácticas. Es una propuesta viva, posible y necesaria. Una residencia de artistas rurales que recupera el alma textil del territorio, que convierte la economía circular en empleo digno, y que apuesta por el talento de las mujeres como motor de futuro. Un puente entre lo que somos y lo que podemos llegar a ser.

4 BIBLIOGRAFÍA.

Institucionales y políticas públicas

- Gobierno de España. (2019). Agenda Urbana Española. Una nueva política urbana. Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

<https://www.mitma.gob.es/agenda-urbana/que-es-la-agenda-urbana>

- Diputación de Granada. (2025). Programa Puentes. Prácticas universitarias en territorios sostenibles.

<https://www.dipgra.es/contenidos/fomento-y-empleo/programa-puentes-practicas-universitarias-en-territorios-sostenibles/>

- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2021). Estrategia nacional frente al reto demográfico. Gobierno de España.

<https://www.miteco.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/politica-territorial/>

Proyectos y experiencias de referencia

- Macontex. (2023). Fábrica textil de cercanía y economía social en Galicia.

<https://www.macontex.gal/>

- Textile Exchange. (2024). Accelerating Impact Through Preferred Fibers and Materials.

<https://textileexchange.org/>

- Slow Fashion Next. (2023). Formación e innovación en moda sostenible.

<https://www.slowfashionnext.com/>

- Universidad de Granada. (2025). Laboratorio Rural de Moda Sostenible Alpujarra Living LAB. [Proyecto interno, referencias obtenidas de materiales compartidos en prácticas].

Datos territoriales y socioeconómicos

- Instituto Nacional de Estadística. (2024). Padrón municipal. Población por municipios.

<https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2861>

- Diputación de Granada. (2024). Análisis socioeconómico de la Alpujarra. Plan de Desarrollo Territorial.

<https://www.dipgra.es/contenidos/plan-desarrollo-alpujarra>

- Andalucía Emprende. (2024). Guía de recursos para el emprendimiento rural y femenino en Andalucía.

<https://www.andaluciaemprende.es/>

Otras fuentes complementarias

- Fundación Biodiversidad. (2023). Moda sostenible y economía circular: claves para emprender desde lo rural.

<https://fundacion-biodiversidad.es/actualidad/publicaciones>

- Diario.es. (2023, noviembre). La despoblación de la Alpujarra y el papel de las mujeres como motor de cambio.

https://www.eldiario.es/andalucia/despoblacion-alpujarra-mujeres_1_10652967.html

- Ecología Política. (2023). El poder de la artesanía para regenerar territorios.

<https://www.ecologiapolitica.info/?p=15233>

- Fundación Cotec. (2022). Economía del dato y sostenibilidad en zonas rurales.

<https://cotec.es/informes/>

ANEXOS.

ANEXO I PRESENTACIÓN DEL PROYECTO EN POWER POINT





Durante las prácticas me he integrado en un equipo multidisciplinar vinculado a la Diputación de Granada, con el objetivo de colaborar en la puesta en marcha de una iniciativa de desarrollo territorial a través de **la artesanía textil y la moda sostenible**

- Cronología: Febrero a Julio 2025
- Numero de visitas a territorio: 20 días en campo
- Municipios visitados: Bubión, Torvizcón, Pampaneira, Ugijar...

Metodología

- Trabajo de campo
- Entrevistas
- Acompañamiento técnico
- Reuniones
- Observación activa
- Trabajo en equipo



Experiencia en Territorio

- Participación en reuniones con equipos técnicos municipales, asociaciones locales y artesanas del territorio
- Encuentros en talleres y entrevistas
- Pasarela Slow Fashion Centro Albayzín
- Exposición Pintura Liba Clark



CONTEXTO GENERAL

La Alpujarra es una comarca rural de gran valor natural y CULTURAL, caracterizada por su orografía montañosa, pueblos dispersos y fuerte identidad territorial

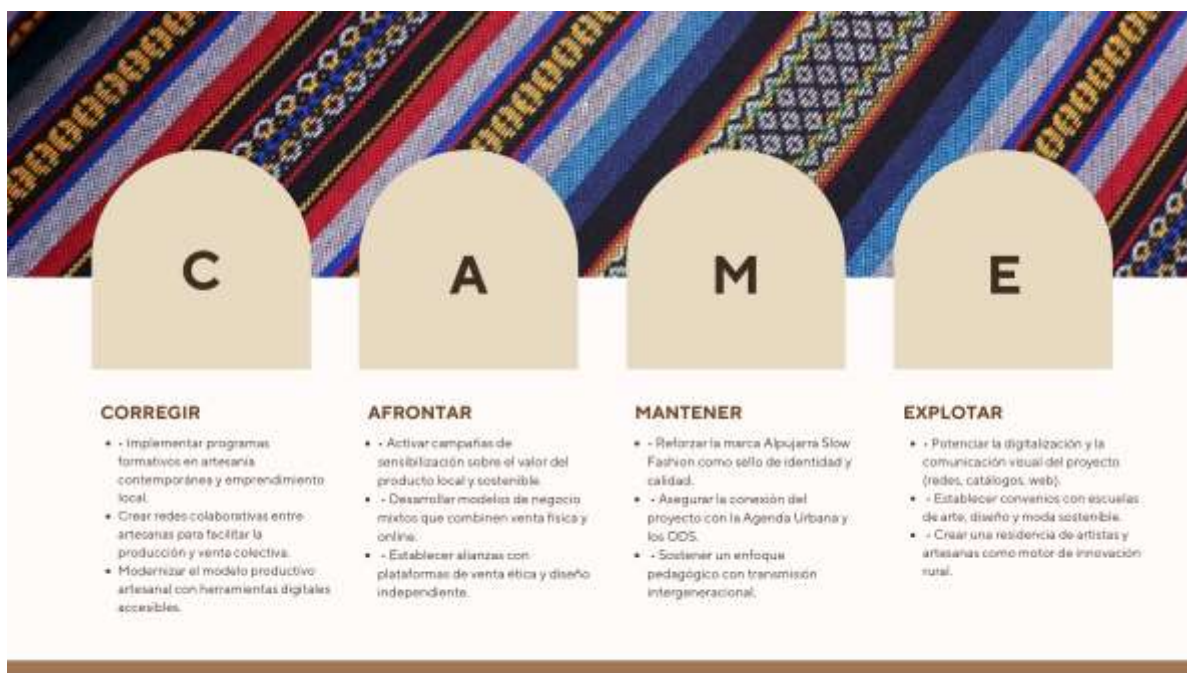
DATOS SOCIO ECONÓMICOS

- Pérdida de población constante en los últimos 20 años: municipios como Torvizcón o Bubión tienen menos de 1.000 habitantes.
- Baja natalidad y alta emigración
- Pocas iniciativas emprendedoras
- Infraestructuras de transporte y digitales limitadas

POTENCIAL DEL TERRITORIO

- Riqueza en saberes tradicionales
- Alto valor simbólico, cultural y turístico
- Mujeres y jóvenes con interés en sostenibilidad y creatividad
- Programas como la Agenda Urbana





Casos de éxito inspiradores

• MACONTEX- Málaga

Cooperativa textil impulsada por mujeres que ofrece servicios de confección industrial y producción ética, con enfoque en la formación textil y la producción para marcas sostenibles.

Demuestra que es posible crear empleo de calidad en zonas rurales mediante la profesionalización del sector textil. Su modelo es adaptable a la Alpujarra en cuanto a formación, producción local y colaboración con instituciones.

• Textile Exchange - Red global de sostenibilidad textil

Organización internacional más importante en la promoción de la sostenibilidad en la industria textil. Desarrolla estándares, certificaciones y recursos sobre fibras sostenibles, transparencia y prácticas éticas.

ofrece una guía sólida de buenas prácticas y certificaciones para garantizar que los productos de tu marca "Alpujarra Slow Fashion" cumplan con criterios de sostenibilidad, trazabilidad y responsabilidad social.



OBJETIVOS

GENERALES

- Impulsar el fortalecimiento del sector artesanal y de moda sostenible en la Alpujarra.
- Fomentar la cohesión territorial y la revitalización de zonas rurales despobladas
- Diseñar modelos viables de producción, promoción y comercialización de productos artesanales.
- Facilitar la transferencia de conocimientos entre personas, generaciones y contextos
- Alinearse con los marcos estratégicos de desarrollo territorial ya existentes

ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico territorial y sectorial que identifique las condiciones actuales, potencialidades y barreras del sector artesanal y de moda sostenible en la Alpujarra.
- Identificar y analizar experiencias de éxito en otros territorios rurales que puedan servir como modelo para la implantación de iniciativas en la Alpujarra.
- Diseñar una propuesta adaptada a la realidad del territorio que facilite la producción artesanal sostenible bajo criterios de proximidad y calidad.
- Elaborar un plan estratégico de promoción y comercialización para los productos artesanales de la Alpujarra, con especial atención al uso de la marca de garantía.
- Diseñar soportes de comunicación adaptados a medios físicos y digitales para dar a conocer los productos.
- Evaluar la viabilidad técnica, económica y social de las acciones propuestas, con el fin de asegurar su sostenibilidad a medio y largo plazo.



Líneas Estratégicas

1.

Infraestructura y aprendizaje: activar el espacio y formar el talento local (pt1, pt2)

Esta línea apuesta por activar la residencia-taller como espacio creativo y desarrollar una escuela textil que forme a mujeres artesanas en técnicas tradicionales, sostenibilidad y diseño contemporáneo.

2.

Producción y visibilidad: construir marca, crear comunidad (pt3, pt4)

Desarrollamos dos líneas de producto: una colección artesanal de autor y una cápsula juvenil producida en un futuro centro industrial. Todo bajo estándares éticos, trazables y con el respaldo de la marca "Alpujarra Slow Fashion".

3.

Sostenibilidad territorial: gobernanza, alianzas y continuidad del modelo (pt5, pt6)

Esta línea trabaja la comunicación, la identidad visual y la creación de eventos públicos. Además, articula alianzas institucionales y la gobernanza compartida para consolidar el proyecto en el largo plazo.

Paquetes de Trabajo

1

Infraestructura y aprendizaje: activar el espacio y formar el talento local.

Paquete 1: activación de la residencia-taller de artistas y centro de producción, Infraestructuras.

Puesta en marcha de un centro creativo en Torvizcón con zonas de trabajo textil, formación y convivencia. Servirá como núcleo experimental del proyecto y lanzadera para diseñadoras y artesanas locales.

Paquete 2: formación y empoderamiento de mujeres artesanas y creadoras locales

Talleres prácticos sobre bordado, tintas naturales, reciclaje, marca personal o digitalización. Formadoras profesionales y mentoría personalizada.

2

Producción y visibilidad: construir marca, crear comunidad

Paquete 3: Producción de una primera colección de productos artesanos bajo la marca Alpujarra Slow Fashion

Sub-paquete 3.1: Colección artesanal colaborativa

Producción artesanal en la residencia-taller: diseño colaborativo y simbólico con materiales locales.

Sub-paquete 3.2: Colección de moda comercializable y puesta en marcha de la Infraestructura industrial

Proyección de un centro industrial futuro para producción en tiradas y posicionamiento de marca.

Paquete 4: comunicación, identidad de marca y la visibilidad del proyecto

Diseño de la identidad visual, etiquetas, catálogos y redes sociales. Desarrollo web con tienda online. Diseño final de presentación de la colección en mayo 2026. Participación en ferias y espacios culturales.

3

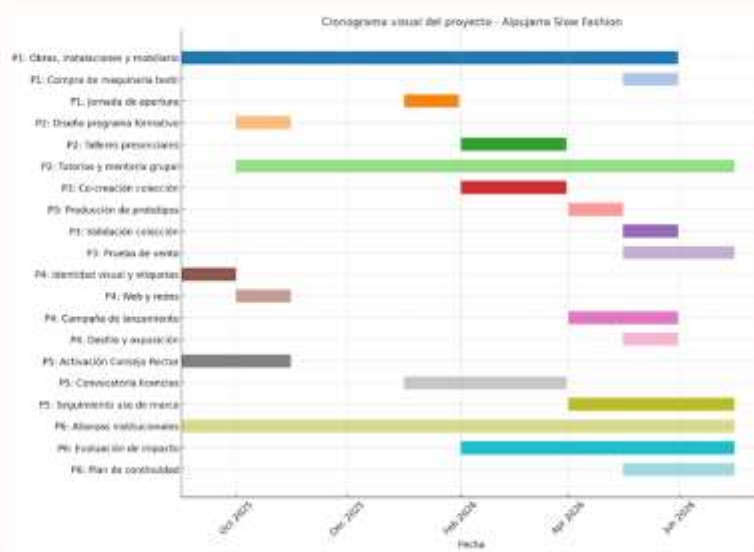
Sostenibilidad territorial: gobernanza, alianzas y continuidad del modelo

Paquete 5: gestión interna de la marca y las licencias de uso

Activación del Consejo Rector y Comité de Evaluación. Licencias de uso para artesanas y seguimiento de criterios de calidad, sostenibilidad y coherencia de marca.

Paquete 6: tejer alianzas, consolidar la gobernanza del proyecto y asegurar su sostenibilidad a largo plazo

Firmas de convenios con universidades, asociaciones y centros de formación. Diseño del plan de sostenibilidad a medio-largo plazo, incluyendo nuevos ciclos formativos y expansión territorial.



VIABILIDAD

Resumen de trabajo	Actividades	nº personas	Personal		coste	€	Conceptos	€	otros gastos y suministros		conceptos	total	costes totales		ANUALIZADOS		
			€/pers	%					1 TOTAL	2016			2017	2018			
1. ALPUGARRA (ALPUGARRA)																	
1.1. Alpujarra (Alpujarra)	Alpujarra (Alpujarra)	5	5	280	50%	940	940	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Costes de desplazamiento	1	10	280	50%	840	840	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Comunicación y transporte	9	40	280	50%	2360	2360	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
1.2. Puentes	Diseño de soluciones técnicas	3	3	280	50%	840	840	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Trabajo de laboratorio de planificación	5	80	280	50%	4020	4020	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Tareas individuales	1	10	280	50%	280	280	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
2. ALPUGARRA (ALPUGARRA)																	
2.1. Alpujarra (Alpujarra)	Alpujarra (Alpujarra)	5	5	280	50%	940	940	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Costes de desplazamiento	1	10	280	50%	840	840	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Comunicación y transporte	9	40	280	50%	2360	2360	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
2.2. Puentes	Diseño de soluciones técnicas	3	3	280	50%	840	840	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Trabajo de laboratorio de planificación	5	80	280	50%	4020	4020	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Tareas individuales	1	10	280	50%	280	280	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
3. ALPUGARRA (ALPUGARRA)																	
3.1. Alpujarra (Alpujarra)	Alpujarra (Alpujarra)	5	5	280	50%	940	940	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Costes de desplazamiento	1	10	280	50%	840	840	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Comunicación y transporte	9	40	280	50%	2360	2360	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
3.2. Puentes	Diseño de soluciones técnicas	3	3	280	50%	840	840	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Trabajo de laboratorio de planificación	5	80	280	50%	4020	4020	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Tareas individuales	1	10	280	50%	280	280	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
4. ALPUGARRA (ALPUGARRA)																	
4.1. Alpujarra (Alpujarra)	Alpujarra (Alpujarra)	5	5	280	50%	940	940	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Costes de desplazamiento	1	10	280	50%	840	840	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Comunicación y transporte	9	40	280	50%	2360	2360	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
4.2. Puentes	Diseño de soluciones técnicas	3	3	280	50%	840	840	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Trabajo de laboratorio de planificación	5	80	280	50%	4020	4020	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Tareas individuales	1	10	280	50%	280	280	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
5. ALPUGARRA (ALPUGARRA)																	
5.1. Alpujarra (Alpujarra)	Alpujarra (Alpujarra)	5	5	280	50%	940	940	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Costes de desplazamiento	1	10	280	50%	840	840	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Comunicación y transporte	9	40	280	50%	2360	2360	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
5.2. Puentes	Diseño de soluciones técnicas	3	3	280	50%	840	840	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Trabajo de laboratorio de planificación	5	80	280	50%	4020	4020	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Tareas individuales	1	10	280	50%	280	280	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
6. ALPUGARRA (ALPUGARRA)																	
6.1. Alpujarra (Alpujarra)	Alpujarra (Alpujarra)	5	5	280	50%	940	940	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Costes de desplazamiento	1	10	280	50%	840	840	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Comunicación y transporte	9	40	280	50%	2360	2360	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
6.2. Puentes	Diseño de soluciones técnicas	3	3	280	50%	840	840	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Trabajo de laboratorio de planificación	5	80	280	50%	4020	4020	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Tareas individuales	1	10	280	50%	280	280	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
7. ALPUGARRA (ALPUGARRA)																	
7.1. Alpujarra (Alpujarra)	Alpujarra (Alpujarra)	5	5	280	50%	940	940	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Costes de desplazamiento	1	10	280	50%	840	840	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Comunicación y transporte	9	40	280	50%	2360	2360	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
7.2. Puentes	Diseño de soluciones técnicas	3	3	280	50%	840	840	1000 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Trabajo de laboratorio de planificación	5	80	280	50%	4020	4020	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000
	Tareas individuales	1	10	280	50%	280	280	100 viajes		200 personas		4000	4000	4000	4000	10000	10000

IMPACTO

LE	IMPACTO	año 1	año 2	año 3	año 1	año 2	año 3	1	2	3 Total
	Empleo	20	25	30	17000	18000	22000	34000	47500	66000
	Ventas	100	120	150	17000	18000	22000	34000	47500	66000
	Aumento visitas	100	120	150	17000	18000	22000	34000	47500	66000

- Empleo femenino y juvenil en el medio rural
- Nuevas economías creativas
- Revalorización de saberes tradicionales
- Posicionamiento de la Alpujarra como marca cultural
- Es una intervención que combina impacto económico, cultural y social.

Conclusiones y aprendizaje

Transformación territorial desde lo artesanal

El proyecto demuestra que la artesanía no es solo una práctica cultural, sino una herramienta de desarrollo territorial. A través de la moda sostenible, se ha diseñado una propuesta viable para dinamizar la economía local, empoderar a las mujeres rurales y reforzar la identidad de la Alpujarra frente a la despoblación.

Modelo escalable y replicable

El sistema mixto entre formación, producción artesanal y una planta industrial plantea una estrategia realista, escalonada y con potencial de futuro, con alianzas institucionales clave y una visión integradora del territorio.

Impacto social y cultural

El enfoque participativo, feminista y rural del proyecto refuerza la cohesión social, revitaliza oficios tradicionales y ofrece nuevas oportunidades para mujeres y jóvenes a través de la creatividad y la economía circular.

