



XII CONGRESO NACIONAL DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL



EL ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y LA PARTICIPACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN PROACTIVA DEL IMPACTO SOCIAL

Alonso Tamargo, S.; Martínez García, A.; Pérez Burgos, C.; Granero Castro, J.

TAXUS MEDIO AMBIENTE S.L. C/ Cabranes 1 (Montecerrao) 33006 Oviedo Telf.: 985 24 65 47 Email: cperez@taxusmedioambiente.com

INTRODUCCIÓN

En los **proyectos de energías renovables** la comunicación y la participación proactiva de la población del área de interés puede suponer un valor añadido a la propuesta, ya que permite incluir medidas efectivas y adaptadas a la realidad social del ámbito de aplicación para mitigar los posibles impactos negativos y maximizar los beneficios sociales.

El **RD 1183/2020** de 29 de diciembre, de acceso y conexión a las redes de transporte y distribución de energía eléctrica, destaca la importancia del **análisis del impacto socioeconómico** de los proyectos incluyéndolo como posible criterio aplicable en los **concursos de capacidad** de acceso en las subestaciones eléctricas.



METODOLOGÍA

SECUENCIA METODOLÓGICA

Información – Participación – Escucha Activa – Implantación – Comunicación de resultados

A menudo, los proyectos de energías renovables implican un rechazo social que dificulta el desarrollo de los mismos por falta de información. La comunicación, entendida como la escucha activa y el diálogo bidireccional, pueden ser la clave de una estrategia que favorezca el apoyo social.

Por ello, se plantea una secuencia metodológica que integre esta variable para generar un mayor valor compartido.

CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA	STAKEHOLDERS	ANÁLISIS DEL PROYECTO	PROCESO PARTICIPATIVO	PLAN DE ACTUACIÓN	COMUNICACIÓN DE RESULTADOS
Estudio de Base: - Establecer el área de estudio. - Análisis de datos: - Demográficos. - Actividad económica. - Contexto sociocultural. - Interpretación de datos.	Stakeholder: cualquier entidad, colectivo o individuo que pueda tener un efecto sobre el proyecto, que pueda verse afectado o que tenga interés por el mismo. Mapeo de stakeholders: Caracterización de los grupos de interés según su interés e influencia.	- Identificación de riesgos y oportunidades del proyecto. - Evaluación de impactos y medidas. Temáticas clave: a) Creación de empleo directo e indirecto. b) Contribución a la cadena de valor local. c) Mitigación de las problemáticas sociales existentes.	La participación proactiva enriquecerá el proceso. Perfil de participación bajo: - Encuestas. - Visitas presenciales. Perfil de participación alto: - Charlas informativas. - Dinámicas participativas.	- Identificación de posibles alternativas y valoración de la viabilidad de las propuestas de mejora del proceso participativo. - Elaboración del Plan de Actuación y Seguimiento a través de indicadores.	Transmitir los resultados a los participantes refuerza su papel en el proceso. Las pautas a ejecutar son: - Charla presentación de las acciones a acometer. - Valoración del proceso de participación.

PLAN DE COMUNICACIÓN

A lo largo de todo el proceso de participación debe desarrollarse y ejecutarse un **Plan de Comunicación** transversal que integre los siguientes pasos:

- Análisis de situación e identificación y segmentación de los destinatarios diana.
- Definición de objetivos y alineación con los objetivos comunicativos del promotor.
- Identificación de las estrategias operativas.
- Plan y tácticas de comunicación en medios tradicionales y en medios digitales.



En los casos de mayor complejidad, se recomienda diseñar un **Plan de Comunicación de Crisis** para la gestión adecuada de conflictos y emergencias.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

La implantación del análisis socioeconómico del área de influencia en un proyecto de energías renovables que además introduzca la participación proactiva como metodología estratégica va a generar los siguientes **beneficios**:

- Conocer las expectativas y necesidades de la comunidad.
- Identificar las alternativas y priorizar medidas.
- Anticipar y gestionar los riesgos sociales no previstos del proyecto.
- Ahorro económico por posibles gastos derivados de la inadecuada gestión de impactos sociales.

COMUNICACIÓN DE RESULTADOS

La comunicación de resultados alcanzados refuerza el sentido de pertenencia de los participantes. Para ello, es necesario establecer un **Plan de Monitoreo de las Acciones Propuestas** que incluya:

- Indicadores de seguimiento.
- Frecuencia de monitoreo.
- Análisis de resultados.
- Estrategia de comunicación de resultados.

TAXUS
MEDIO AMBIENTE

Organizado por:



Palacio de Congresos Europa

10-12 abril 2024

VITORIA-GASTEIZ