

Informe de la sesión de innovación sobre la modernización de las Casas de Aragón en el Exterior



INTRODUCCIÓN

Este informe recoge los resultados de la sesión de innovación acometida por Herizont Innovación el viernes 21 de septiembre de 2018 en Orihuela de Tremedal.

En dicha sesión se ahondó en las nuevas necesidades de los/as aragoneses/as hacia *las Casas de Aragón en el exterior* y en el descubrimiento de nuevas vías para cómo ofrecer a los ciudadanos un mejor servicio adecuado a los tiempos modernos.

¿Qué son las casas de Aragón en el exterior?

Las casas de Aragón son comunidades de aragoneses/as en el exterior que se agrupan para ofrecer diferentes servicios y coberturas a aquellos/as que deciden emigrar a diferentes emplazamientos por todo el mundo.

Dichas casas favorecen el arraigo de los/las aragoneses/as migrantes, su integración y la conservación de la cultura aragonesa como un bien en sí mismo.

Listado completo de casas de Aragón.

http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/CAEX/BRSCGI?CMD=VERLST&BASE=CAEX&DOCS=1-100&SORT=PAIS,MUNI,NOMB&SEC=CAEXPORTAL&SORT=-ZONA,NOMB&OPDEF=%26&SEPARADOR=&NOMB-C=&ZONA-C=&*-C=ARAGON&OP1=NO&BAJA-C=BAJA

Web:

http://www.aragon.es/AragonesesExterior/AreasTematicas/ci.02_Casas_y_centros_detalleDepartamento?channelSelected=0



PROBLEMÁTICA

Las *Casas de Aragón del Exterior* ofrecen en su gran mayoría servicios que están enraizados en la cultura tradicional aragonesa entre las que destacan entre otras las siguientes actividades.

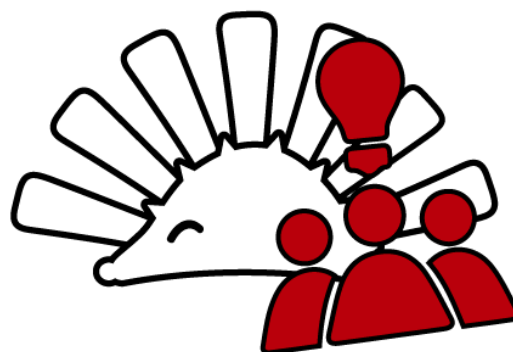
- Celebración de eventos
- Entregas de premios
- Jornadas culturales
- Festivales folclóricos
- Jornadas gastronómicas
- Jornadas de convivencia
- Exposiciones

Debido a los cambios en la sociedad los cuales hacen que lo tradicional tenga menos adeptos frente a las nuevas inquietudes se están perdiendo a los/as usuarios/as más jóvenes y por tanto **reduciendo la efectividad y utilidad ante el relevo generacional.**

RETO DE LA SESIÓN DE INNOVACIÓN

Durante la sesión de Ayudar a modernizar las *Casas de Aragón en el Exterior* a través del descubrimiento de nuevos servicios o actividades que pudieran ofrecerse en ellas, además de los actuales y permitan atraer al público más joven.

(Importante: no sustitución de actividades, sino complementación con nuevas que atraigan a las nuevas generaciones)



METODOLOGÍA

Se realizarán cuatro sesiones simultáneas de brainstorming y Design Thinking durante 2 horas con representantes de Casas de Aragón en el exterior (unos/as 130 participantes) para guiar la elaboración posterior de este informe.

Cada uno de los 4 dinamizadores/as del equipo de Herizont Innovación dinamizó un grupo de entre 25 y 30 personas mediante dinámicas orientadas al descubrimiento de servicios en 4 líneas de investigación en salas diferentes.

1) **Sala 1:**

Usuarios y sus necesidades

- Análisis de usuario
- Stakeholders map
- Dinámicas de priorización y selección

2) **Sala 2:**

Nuevos servicios y actividades

- Brainstorming
- Mapa de afinidad
- Dinámicas de priorización y selección

3) **Sala 3:**

Descubrimientos sobre la problemática de las Casas

- Brainstorming guiado
- Focus group
- Dinámicas de priorización y selección

4) **Sala 4:**

Estrategias de comunicación e implementación.

- Brainstorming
- Dafo
- Dinámicas de priorización y selección

Al finalizar la sesión se redactan las conclusiones junto con el equipo dinamizador para poder entregar un PDF con los resultados en el mismo día.

CONCLUSIONES

Introducción:

La motivación real de las Casas de Aragón en el Exterior va mucho más allá de la difusión de la cultura, la tradición o la gastronomía. Tiene sus raíces en necesidades profundas del ser humano que por circunstancias deseadas o no, se ve en la tesitura de migrar a otro territorio.

Amistad, convivencia, conocimiento de personas y relaciones sociales, participación familiar y reagrupamiento, Sentimiento de pertenencia, amistad, solidaridad, refugio... son valores universales que las casas promueven extendiendo nuestras raíces como aragoneses y conectándonos los unos con los otros y con nuestra tierra.

Estos valores no son ajenos a los jóvenes, para los cuales las Casas de Aragón en Exterior debe dar una respuesta moderna capaz de atraer y promover estos sentimientos tan propios de Aragón y que motivaron la apertura de las casas.

1. Usuarios presentes y futuros y sus necesidades hacia las casas de Aragón en el exterior.

Partiendo del reto que lleva a realizar esta sesión, "atraer jóvenes a las Casas de Aragón en el exterior", se observa que el perfil de usuarios que existe en las diferentes casas es un público de edad y características similares (**mayoría masculina y de más de 50 años**)

Para el análisis del usuario y sus necesidades se trabaja en dos grupos,

1. Los usuarios que existen actualmente
 - Organizadores:
Los organizadores, aquellos que hoy en día se dedican de forma activa y periódica en las necesidades que requieren estas organizaciones. Son usuarios de **carácter muy activo**, inquieto, afable y con ganas de expandir la cultura aragonesa con los que les rodea. Sus principales motivaciones son las **relaciones humanas y la familiaridad**, así como el ocio y entretenimiento de manera cultural vinculada a las tradiciones regionales aragonesas. Son usuarios que aportan tiempo, conocimiento e ilusión para el crecimiento y desarrollo de las Casas de Aragón en el exterior.
 - Usuarios de las casas
Los usuarios propiamente dichos, aquellos que se dedican únicamente al disfrute de los servicios que ofrecen de forma esporádica, son usuarios **con un interés lúdico al mismo tiempo que cultural**. Con necesidad de integrarse en una comunidad local conocida.
2. Aquellos que se desearía tener en un futuro: Resultan interesantes dos perfiles de jóvenes que se pueden clasificar en: **familias jóvenes con niños y jóvenes de entre 30 y 40 años**.
 - **Familias jóvenes con niños:**
Las familias jóvenes con niños son un grupo de usuarios que puede tener mucha relevancia puesto que son grupos grandes y que pueden estar vinculados a su vez a otras familias. Sus necesidades

principales son la de **entretener a los infantes de una manera original y lúdica** que les permita conocer o estar en contacto con sus raíces.

Estos perfiles jóvenes, necesitan un lugar cómodo, **desvinculado del concepto de “bar para ancianos” o “casas para mayores”** en el que pasar un rato agradable en familia y entre amigos, que no les requiera una gran inversión económica.

○ **Jóvenes de entre 20 y 30 años:**

Los jóvenes, de entre 20 y 30 años aproximadamente, son un público con muchas opciones para las Casas de Aragón en el Exterior. Se caracterizan mayormente por ser **estudiantes o trabajadores con primeros empleos**, ser inquietos y con ganas de pasarlo bien.

El objetivo es que entiendan las *Casas de Aragón en el Exterior* como un servicio al ciudadano actual y moderno y complementar con novedades las ideas más primigenias.

Como se verá en el apartado de ideación, uno de los principales aportes que se les puede ofrecer es **ayuda y asesoramiento** desde el primer momento que salen de su casa familiar para su nuevo asentamiento, así como crear un vínculo de carácter más profesional que les permita mejorar sus capacidades curriculares (prácticas, voluntariado, etc.) de manera que haya una ganancia mutua. También como punto de referencia social.

En resumen, se han detectado las siguientes necesidades propias de los usuarios más jóvenes:

- Punto de referencia para la socialización.
- Ocio y entretenimiento de carácter cultural.
- Local de esparcimiento para hobbies y otro tipo de actividades.
- Mayor número de horas disponibles de participación en actividades.
- Actividades más de moda.
- Actividades abiertas a socios y no socios. Poder llevar a amigos.
- Asesoramiento y apoyo.
- Modernizar el concepto de “Casa de Aragón en el exterior”.
- Posibles descuentos.
- Actividades en familia

2. Nuevos servicios y actividades orientados a los tiempos modernos.

Tras la sesión se recogen un total de 200 ideas orientadas las cuales se segmentan **hace en tres vectores de innovación** principales para mantener la utilidad práctica y emocional de las casas sobre los que se aportan sugerencias de servicios.

1. Mantener las actividades que funcionan y extrapolar aquellas que funcionan en otras casas.
 - Actividades de ocio
 - Facilitar que las **agencias de viajes locales** puedan dar información sobre Aragón y las casas. Organizar viajes en grupo para aragoneses residentes en el extranjero con actividades variadas y diferentes.
 - Facilitar **viajes entre casas** a los que los aragoneses en el exterior podrían sumarse, conociéndose así ellos y sus familias.

- Dar a conocer las casas en las oficinas de **turismo desde Aragón**. Facilitar que el viajero o migrante pueda conocer la ciudad de la mano de un aragonés residente.
- Los **deportes** son una cuestión altamente atrayente para los participantes. Aquellos deportes de equipo podrían atraer a las familias, continuando con aquellos más para nuestros mayores como senderismo. Además, consideran, los deportes de riesgo como el barranquismo pueden atraer a residentes a nuestras tierras.
- **Encuentros juveniles** con el patrocinio del Gobierno de Aragón, con música moderna y tradicional.
- Se sugiere potenciar a la **gente que está de vacaciones**. Es decir, aquellos residentes que se acercan a las casas durante sus periodos vacacionales.
- Actividades de **ocio dadas por los más jóvenes**, por ejemplo Skate, graffiti y artes.
- Actividades de cultura
 - **La gastronomía** es algo muy importante para los participantes, se considera que debe mantenerse e incluso potenciarse como método de reclamo dando más atención a las sociedades gastronómicas, el ejemplo de Bilbao y sus txokos les viene a la mente. Si bien puede modernizarse hacia corrientes más novedosas como “showcooking” o mostrar los platos regionales en redes sociales.
 - **Los bailes regionales** son de extrema importancia para ellos, aunque coinciden en que hay que mejorar como se difunden para llegar a más gente. A lo que ya hay suman ideas sobre llegar a los colegios mediante charlas con padres y utilizar las redes sociales.
 - **El cine y la literatura aragonesas** pueden potenciarse por medio de sesiones en las casas que posean de emplazamientos, mostrando el talento de nuestros artistas a los jóvenes del exterior y reconectando a los aragoneses con su cultura más moderna.
 - Conseguir que aragoneses referentes que viajen se acerquen a las casas para hacerlas visibles. Podrían dar charlas y ser **embajadores de marca** Aragón.
 - La **integración en fiestas** y eventos locales también es muy interesante para ellos.
 - Se plantea la **apertura a personas no aragonesas** o entre diferentes casas para hacer llegar las culturas.
- Actividades de aprendizaje
 - Ofrecer la experiencia de los/as aragoneses/as en el exterior más veteranos a los jóvenes puede hacerse mediante jornadas en las cuales los mayores hablan sobre su **experiencia profesional en el país** y puede generar mucho arraigo.
 - Jornadas y talleres de **habla aragonesa** y como potenciarla entre los aragoneses en el exterior.
 - Llegar a acuerdos con **academias y escuelas** para introducir la cultura aragonesa en los centros que tengan aragoneses.
 - Actividades sobre el **mundo digital** como la creación de páginas web.
- Actividades de utilidad
 - Orientación en **servicios consulares** que pueda complementar la de otros organismos como embajadas, los cuales no atraen tanto a los aragoneses en el

exterior. Una primera toma de contacto en el país de origen con las Casas puede ayudar mucho y fomentar el arraigo.

- Permitir a los jóvenes **obtener becas** para trabajar en los diferentes centros, llevando las redes sociales, mejorando la imagen gráfica, publicidad, comunicación etc.
- **Enlace con servicios sanitarios**, explicación de los sistemas de salud de las regiones de acogida y como utilizarlos.
- **Orientación en servicios jurídicos** y materia de legalidad propia de las regiones, incluyendo la posible recomendación de profesionales aragoneses en el exterior.
- Facilitar la **búsqueda de empleo** utilizando las redes de conocidos, profesionales y familiares es una excepcional estrategia para captar jóvenes y demostrar la utilidad de las casas.
- Ofrecer **cursos** en materias modernas como el uso de redes sociales, idiomas, tecnologías y aquellos temas de interés puede ser una buena forma de atraer jóvenes.
- El **cuidado de los niños** es algo importante en el aragonés cuando sale en al exterior. Señalan que, si las casas facilitasen de alguna manera esto mediante un servicio de guardería o actividades para niños, sería una forma genial de que los niños crecieran más como aragoneses, haciendo amigos y trayendo a sus familiares.

2. La comunicación de las actividades en tres ejes.

- Comunicación entre casas:
 - Se demanda un **canal de comunicación** (posiblemente digital) que permita a las casas establecer colaboraciones recurrentes, aprender las unas de las otras y extender el sentimiento de pertenencia por todo el mundo.
 - Realizar **actividades entre diferentes casas** aumenta el sentimiento de pertenencia, pudiendo unirse las del norte, del sur, por continentes, etc. Además, esto permitiría complementar la gama de actividades.
- Comunicación con el Gobierno de Aragón:
 - Necesidad de buscar **transparencia en el destino de los fondos** y en la efectividad del uso de los mismos.
 - **Establecer criterios objetivos** sobre la efectividad de las subvenciones para incrementarlas en aquellos escenarios que demuestren que funcionen.
 - Necesidad de **unificar criterios** a la hora de sugerir actividades nuevas, escuchar la voz de las personas de las casas. En ese sentido ven muy positivo la celebración de este taller, el cual califican como algo que marca un antes y un después "nunca antes se nos había preguntado así" señalan.
- Comunicación con el conjunto de la ciudadanía:
 - Se demanda que se potencie algún tipo de publicación digital o una **sección en los medios locales de Aragón** en la cual se den a conocer las casas y las actividades. Podría hacerse mediante tecnología de geolocalización (Ej: Un aragonés que consulta el Heraldo desde Escocia, le aparecen noticias de su casa más cercana)
 - Que las actividades de las casas puedan darse a conocer a los aragoneses facilitando un **listado mail** de aquellos que vivan en el exterior.

- Las **redes sociales** son la principal herramienta que consideran para llegar a los jóvenes. Se desea que se fomente una red común en la que las diferentes casas puedan ir subiendo sus contenidos. También se habla de la creación de un canal de YouTube.
 - Permitir a las Casas tener **alumnos de prácticas** en Turismo, Marca, Diseño, Comunicación... puede ser una vía de mejorar la intergeneracionalidad y hacer el contenido mucho más moderno.
 - Comunicación digital intuitiva:
 - Generar un **portal web de aragoneses por el mundo**, que les permita conocer que se hace en cada casa, quien participa, pero sobre todo interactuar con los responsables de las casas para pedir consejo, ofrecer colaboración o resolver dudas.
 - Mejorar las **revistas y boletines** hacia plataformas audiovisuales como podrían ser canales de YouTube o de InstagramTV
 - Generar **protocolos obligatorios** de redes sociales con el objetivo de aumentar la visibilidad digital.
 - **Invitar a la gente** a los eventos mediante redes sociales.
- 3. Actividades específicas a la región de acogida:
 - Actividades de arraigo cultural:
 - Aquellas que fomenten **mayor integración en la ciudad** buscando "abrirse a la ciudad y participar de ella"
 - Actividades de facilitación de condiciones de vida en países con circunstancias complejas.
 - Nos comentan el caso específico de Venezuela y como la casa de Aragón ayuda a paliar el desabastecimiento de medicinas, habiendo logrado atraer a 30 familias de aragoneses nuevos. Estos **casos específicos** deben ser detectados y representan una oportunidad para cubrir necesidades por parte de las casas de Aragón en determinados emplazamientos.

En resumen, las actividades que se dan tienen un gran margen de mejora para hacerlas más modernas y comunicables a los potenciales usuarios además de incluir otras nuevas que atraigan nuevo público.

3. Descubrimientos De La Problemática Y Retos De Las Casas.

Se ha hecho hincapié en la necesidad de rejuvenecer las casas, poniendo especial interés en que los jóvenes deberían disponer de una mayor capacidad de decisión, ya que muchas veces **las propuestas de los jóvenes son, según ellos, rechazadas por las personas al mando.**

Ante un conjunto de usuarios envejecido en la mayoría de las casas, nos encontramos con la necesidad de combinar 2 tipos de actividades:

- Las destinadas a adultos/mayores, que son los que mantienen en la actualidad los centros,
- Las destinadas a jóvenes/niños, que serán los que en un futuro no muy lejano se convertirán en el relevo de los socios actuales.

Del mismo modo, las actividades no pueden estar solo orientadas a potenciar el sentimiento aragonés y el vínculo con la tierra, sino que deberán mezclarse con otras actividades de difusión, orientadas a aportar visibilidad a las casas y que la gente de la ciudad interactúe con ellas.

Para ello, se han tratado varias ideas relativas a la **vinculación de las casas con actores relevantes de la zona como academias, universidades, etc.**

En la misma línea, se ha hecho énfasis en la necesidad de integrarse en las fiestas y eventos locales, enraizándose en las costumbres de la tierra y sirviendo de puente bidireccional de las costumbres de ambas regiones.

Los participantes han estado de acuerdo en **que los motivos emocionales y la nostalgia que los unen a las Casas no son iguales para los jóvenes**, menos aún en las nuevas generaciones (que en muchas ocasiones son nacidos en la región donde se encuentra la casa) y se debe conseguir conectar con las motivaciones de estos jóvenes.

Además, se ha convenido que es de especial importancia **innovar en los servicios que se ofrecen en la actualidad**, ya que se están realizando prácticamente las mismas actividades en la totalidad de las Casas, independientemente de las características de cada lugar concreto.

Se hace manifiesto que en las casas que mejor funcionaban las actividades se estaban ofreciendo **servicios diferentes**, orientados a niños (los cuales atraen padres, tíos, abuelos...) o enraizados en las culturas de la región en la que se sitúa la casa.

Las principales necesidades estratégicas que señalan para éxito de iniciativas presentes y futuras, son las siguientes:

1. Fomentar que el público se haga cargo de parte del costo de las actividades:
Los problemas económicos eran un impedimento común para las Casas, que deben mantener el espacio, las actividades y un largo etcétera, mostrando su necesidad de llegar a actividades por las que **el público esté dispuesto a asociarse o pagar**.
2. Disponer de medios para ayudar al visitante en primeras etapas:
Por otro lado, teniendo en cuenta que los motivos que llevan a los jóvenes a salir fuera de sus casas son en la gran mayoría de los casos estudios o trabajo, se ha destacado la necesidad de **apoyarlos en los inicios de esta nueva etapa**, con servicios que les facilitaran el transporte hasta su ciudad de origen, la consecución de ayudas o el conocimiento de las costumbres autóctonas.
3. Necesidad de ir a por los jóvenes de forma activa:
Además, se ha destacado la necesidad de comenzar **con estrategias más activas de captación de jóvenes**, tomando la iniciativa y acercándonos a los lugares donde podamos encontrarlos como por ejemplo entornos de ocio propios de las ciudades de acogida.
4. Apoyo real y comprometido del Gobierno de Aragón:
Para ello, el **apoyo de Gobierno de Aragón** sería una gran ayuda, pudiendo actuar como prescriptor para esos jóvenes que van a salir fuera, recomendando las Casas más cercanas al lugar de destino, donde estas podrían ayudarles de diversas maneras.
5. Utilización de nuevas tecnologías:
Por último, se ha comentado también la necesidad de aprovechar las nuevas tecnologías, desde los canales de difusión que nos ofrecen las redes sociales hasta sedes electrónicas donde los asociados o interesados pudiesen acceder a toda la información sobre las diferentes Casas.

4. Estrategias de comunicación e implementación para atraer al público joven.

Se han analizado las diferentes estrategias de comunicación que se aplican en las diferentes Casas de Aragón del exterior y nuevas formas de comunicarse.

Cada casa posee una estrategia propia adaptada a su entorno, pero gracias a poder compartir entre las casas la forma de comunicarse se han creado nuevas líneas de comunicación.

Uno de los puntos más influyentes a la hora de comunicarse, sobre todo en la búsqueda de un público joven es el **uso de las redes sociales**. Estas nos permiten, por ejemplo, **retransmitir evento como la ofrenda floral** y tener un mínimo de 2000 visualizaciones.

Las casas son embajadoras de la **cultura aragonesa que enamora a** gente de todo el mundo y las redes son el medio perfecto para acercar esta cultura al público más joven. Además de las redes sociales, el disponer de una web y el uso del mail permite comunicarse con diferentes generaciones a través de Internet.

Redes sociales e Internet

- Usar Facebook para **retransmitir eventos** como la ofrenda floral. Esto tiene una gran repercusión y dan a conocer Aragón y la Casa en su región.
- Dar a conocer las actividades y eventos de la Casa.
- **Facilitar a la gente** a localizar la existencia de la Casa cuando llega a una nueva región.
- Servir de plataforma de **ayuda e información para Aragoneses** que han llegado nuevos.
- Tener una **página web** interactiva y actualizada para tener presencia en Internet

No sólo las redes son el único medio para atraer gente nueva a las casas y dar a conocer nuestra cultura, sino que un medio utilizado por un gran número de casas son **grupos de Jota, tambor, gastronomía etc.** Estos cursos creados desde las casas atraen tanto gente de Aragón como gente de fuera que conoce nuestra cultura y se enamoran. Las casas son el **escaparate de la marca Aragón**, y con ello atraen a más gente a su gran familia.

Los grupos que pueden servir de embajadores son los siguientes:

- Grupos de **jota** tanto en las casas como en los colegios
- Grupos de **tambor**. Además, el tambor al ser ruidoso llama la atención y ayuda a dar visibilidad
- Grupo de **rondalla**
- **Jornadas gastronómicas**
- Agregar a las casas las peñas deportistas como por ejemplo el **Real Zaragoza**

En otra línea para dar visibilidad a las casas en el entorno donde se ubican es tener una **fuerte relación con el ayuntamiento y los medios de esta zona.**

Esta relación permite aparecer a la casa en diferentes **eventos institucionales** y la **cesión de espacios** para sus actividades. Como por ejemplo poder celebrar **misa durante el día del Pilar**, baturra o San Valero donde hay una gran afluencia de público. La aparición en los medios permite tener desde un espacio donde se dan noticias de Aragón como se hacía hasta hace un año en Argentina en la radio con un programa semanal de media hora, como apariciones en medios locales de las noticias de Aragón y actividades que se realizan en la localidad.

Relación con ayuntamientos e instituciones

- Permiten tener **facilidad** de aparecer en **grandes eventos**
- Permite tener **cesión de espacios públicos** donde realizar actividades y dar a conocer Aragón
- **Medios de prensa** en los que el ayuntamiento de la región de acogida tenga presencia.
- Aparición en **medios** para difundir **información de eventos**
- Tener un pequeño hueco de las **noticias de Aragón en la prensa local** digital.
- **Dar a conocer Aragón** en la localidad donde se publica

Para que una casa sea conocida el **boca a boca** es uno de los principales medios para lograrlo. Las diferentes actividades en la localidad como baile de **Jota, tambores, rondallas, grupos de teatro o jornadas gastronómicas** da a conocer la cultura de Aragón y logra atraer tanto a aragoneses en el exterior como a gente enamorada de esta cultura.

Uno de los aspectos a mejorar en el que todas las casas están de acuerdo es la necesidad de **dar a conocer las Casas dentro del propio Aragón.**

Estas Casas ofrecen ayuda y asesoramiento a gente de Aragón cuando van a visitar sus localidades y esto permite a los aragoneses tener una casa en cualquier parte del mundo dónde será ayudado y se sentirá como en su hogar.

Dar a conocer las Casas dentro de Aragón

- **Apoyo del gobierno** de Aragón en la **difusión**
- Explicar que las casas de Aragón **ayudan a los turistas.**
- Explicación de la labor de las casas en **institutos y colegios.**
- Explicar que cuando vas a vivir a una nueva ciudad te **ayudarán y asesoran.**

También se ha concluido que un aspecto donde **falla la comunicación** es con el propio gobierno de Aragón ya que **desconoce la labor de embajada** que realizan las casas y si lo conocieran en más detalle podrían **promocionar y promover estas acciones con difusión y apoyo.**

Las casas actúan de embajadas y ayudan a los nuevos habitantes

La **conclusión final** compartida por todas las casas es que tienen una **gran pasión por Aragón y su cultura** y por ello quieren poder darlas a conocer a la gente que les rodea, ya sea a través de prensa, redes sociales o las diferentes actividades que organizan durante el año.