



**ACERCAMIENTO RURAL-URBANO. PONIENDO EN VALOR LA AGRICULTURA Y
PRODUCTOS LOCALES.FASE 1
MEMORIA DE ACTIVIDADES 2020**

Arkaute, 31 de DICIEMBRE de 2020

Índice

1. INTRODUCCIÓN	3
2. JUSTIFICACIÓN Y ENMARQUE ESTRATÉGICO	4
2.1. JUSTIFICACIÓN	4
2.2. ENMARQUE ESTRATÉGICO	5
3. OBJETIVOS DEL PROYECTO	8
4. LÍNEAS DE ACTUACIÓN	9
5. ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO	10
5.1. ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO	10
6. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	11
6.1. ACTUACIÓN 1: IDENTIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA ENTRE PERSONAS PRODUCTORAS Y COMERCIO COMARCAL/LOCAL	11
6.1.1. Diagnóstico del mapeo de comercios de proximidad y personas productoras adheridas al proyecto	11
6.2. ACTUACIÓN 2: ESTUDIO/PROSPECCIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS EN COMERCIOS DE PROXIMIDAD Y EL CONSUMO DE PRODUCTOS LOCALES EN EL CONTEXTO DEL POSTCOVID19; EL VÍNCULO DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD CON EL PRODUCTO LOCAL Y PERSONAS PRODUCTORA	14
6.3. ACTUACIÓN 3: INTERCAMBIOS ENTRE ENTIDADES SOCIAS PARA CONSOLIDAR REDES DE APRENDIZAJE Y VISITAS DE ESTUDIO	16
6.3.1. Visitas estudio	16
6.4. ACTUACIÓN 4: TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO ENTRE LAS Y LOS AGENTES PARTICIPANTES	16
6.4.1. JORNADAS WEBINAR SOBRE EXPERIENCIAS DE EUSKADI Y CATALUÑA	17
6.5. ACTUACIÓN 5: SENSIBILIZACIÓN	19
7. PRESUPUESTO	20
8. CRONOGRAMA	21
9. NOTAS ACLARATORIAS	22
10. ANEXOS	24

1. INTRODUCCIÓN

Los llamados tradicionalmente espacios rurales se están redefiniendo globalmente y de manera particular en Europa. Nos encontramos ante una serie de transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales de los sentidos que dan lugar a nuevas ruralidades.

Así pues, crear vínculos fuertes de apoyo mutuo entre los entornos rurales y urbanos, es clave para lograr un desarrollo inteligente, circular e inclusivo para un territorio sostenible. Fortaleciendo la colaboración regional, la interdependencia y la interconectividad.

Los entornos urbanos, dependen del ámbito rural para su abastecimiento de bienes de consumo, de fuentes de energía y de servicios ambientales. Por su parte, el entorno rural cuenta con un alto grado de dependencia del ámbito urbano en lo que se refiere a los flujos de servicios especializados, el comercio y la venta de los productos.

El proyecto pretende tejer sinergias entre las comunidades rurales y urbanas, ofrecer espacios de diálogo, crear espacios de intercambio y dinamización así como promover la concienciación y sensibilización en torno a los productos agroalimentario locales y su consumo, junto con la divulgación del conocimiento y el reconocimiento del medio rural. A su vez, tiene como fin incentivar la creación de actividades económicas en el territorio a partir de la promoción y la comercialización del producto agroalimentario local, y de la sinergia con el comercio de proximidad.

Cabe señalar que se trata de un proyecto faseado, que se lanza este año 2020 con vocación de continuar con nuevas acciones los próximos años. Las acciones que se recogen en los siguientes puntos de esta memoria son las que se abordarán en esta primera fase, correspondiente al periodo julio- diciembre del año 2020.

2. JUSTIFICACIÓN Y ENMARQUE ESTRATÉGICO

2.1. JUSTIFICACIÓN

La gravedad y rapidez en la expansión de la pandemia conlleva la necesidad de adoptar medidas excepcionales, que afectan a la cotidianidad de la población de manera general y que, en muchos casos, tienen que ver con la alimentación.

Resulta clave que los poderes públicos centren sus esfuerzos en hacer llegar una alimentación adecuada a toda la población: saludable, sostenible, local, de temporada y segura.

En segundo lugar, las medidas de aislamiento y cierre de flujos nos llevan a resaltar el papel de la provisión de alimentos en el entorno local, de cara a la seguridad alimentaria. Es necesario fortalecer y proteger las pequeñas producciones agroalimentarias sostenibles de proximidad.

El refuerzo de los tejidos económicos locales y sostenibles es una forma de adelantarnos en la reconstrucción. Estos tejidos locales de producción y distribución, de apoyo entre personas en un mismo territorio, son los que están sosteniendo las muchas situaciones. Esta situación, muestra la necesidad de centrar esfuerzos en fortalecer los canales de distribución de proximidad, incluyendo los mercados de abastos y de calle, las asociaciones de consumo y el pequeño comercio. A su vez, sería necesario enfocar una compra pública para la ayuda alimentaria que fortalezca la producción y distribución locales, que son las que aportan empleo estable, seguridad, calidad, y una cohesión social.

Nos encontramos ante nuevos retos y oportunidades en el sector agroalimentario. Una oportunidad para sensibilizar e impulsar a la ciudadanía, y en valorizar la cadena de alimentación desde su origen hasta el comercio de proximidad. Tendiendo puentes y facilitando la conexión entre productores/as y comerciantes así como el establecimiento de redes de abastecimiento local.

- Oportunidad para las pequeñas empresas agroalimentarias de diversificar sus canales de comercialización.
- Necesidad de incorporar las nuevas tecnologías y la digitalización a lo largo de la cadena de valor del producto agroalimentario local.
- Incremento de la demanda de producto local y/o ecológico en los mercados urbanos.
- Revalorización de las estrategias colectivas: cooperar para competir.
- Nueva generación de empresas productoras y elaboradoras con ideas innovadoras y carácter emprendedor.
- Voluntad de nuevos marcos estratégicos de apoyo a la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios locales (ODS, Pacto de Milan, Farm to fork strategy).
- Nuevos hábitos de consumo: Mayor interés por las propiedades saludables, el origen y la sostenibilidad de los alimentos.
- Preocupación por la crisis climática y la contaminación.

Entre los principales retos de las zonas rurales de Euskadi se encuentran el impulso a la creación y diversificación de actividad económica, la generación de empleo y la consolidación de una oferta de servicios e infraestructuras de calidad que garanticen las mismas oportunidades a las personas tanto en entornos rurales como urbanos; todo ello desde una perspectiva rural, atendiendo y manteniendo la identidad propia de cada municipio. Se trata de objetivos compartidos por las diferentes instituciones y entidades públicas y privadas.

Si bien es cierto que desde la aprobación de la Ley de Desarrollo Rural en 1998 y en base a los PDR comarcales definidos en los diferentes periodos y a ayudas impulsadas desde las diferentes administraciones vascas la situación de las zonas rurales de manera general ha mejorado considerablemente, somos conscientes de que todavía quedan muchas necesidades por cubrir y retos por alcanzar.

2.2. ENMARQUE ESTRATÉGICO

El objetivo general del Programa LEADER del Grupo de Acción Local MENDINET, consiste en favorecer el desarrollo económico de las zonas LEADER del País Vasco a fin de promover el mantenimiento de la población rural, ampliando la base poblacional y territorial de actuación en el fomento de oportunidades de empleo y la dotación de equipamientos y servicios para mejorar su calidad de vida. Todo ello mediante una estrategia innovadora, de desarrollo sostenible integrado y de calidad.

El programa del Grupo de Acción Local contempla entre sus objetivos específicos el fomento de proyectos de cooperación interterritorial y transnacional. La estrategia del grupo de acción local Mendinet y los PDRs comarcales comparten de manera general los retos mencionados en el apartado anterior.

- **Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015)**

La Organización de las Naciones Unidas y la Agenda 2030 proponen 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de los cuales el ODS 11 se centra en “Crear ciudades y comunidades urbanas sostenibles” y los ODS 2, 6, 12, 13, 14 y 16 tienen vinculación directa con la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios.

- **Pacto de Milán (2015)**

El **Pacto de Milán** sobre las políticas alimentarias urbanas (firmado por más de 130 ciudades del mundo en 2015 y actualmente con 205 ciudades participantes), es el primer protocolo internacional a través del cual las ciudades se comprometen a desarrollar sistemas de alimentación más sostenibles.

- **PEGA (2017)**

El **Plan Estratégico de Gastronomía y Alimentación de Euskadi 2020 (PEGA)** elaborado por el Gobierno Vasco se ha lanzado para avanzar en el **desarrollo de la Cadena de Valor de la Alimentación vasca**: trabajar y avanzar en las 4S de la alimentación y gastronomía vasca: Segura, Saludable, Singular y Sostenible (social, cultura, económica y medioambientalmente).

- **Farm to Fork Strategy (2020)**

“**Farm to Fork**” es la estrategia para alcanzar un equilibrio social, ambiental y económico a lo largo de la cadena de valor agroalimentaria. Integrada en el “European Green Deal”, se postula como una hoja de ruta para articular sistemas agroalimentarios sostenibles capaces de abastecer la población de comida sana y de proximidad.

- **PDRS Euskadi 2015-2020**

Otras estrategias en las que se enmarca el proyecto planteado:

.- NIREA

Es un programa para impulsar la Reactivación del Sector Primario y Revitalización del medio rural y litoral vasco. Promueve su desarrollo sostenible y busca el reconocimiento de su aportación al sistema económico y social de Euskadi.

.- RIS3

El RIS3 Euskadi es una estrategia para la transformación económica territorial que concentra los recursos disponibles en un conjunto limitado de prioridades de I+D e innovación. Por lo tanto, RIS3 Euskadi trabaja para profundizar en ámbitos de gran valor añadido que generen crecimiento y empleo. Son ámbitos de oportunidad en los que Euskadi posee capacidad empresarial y científico-tecnológica. En concreto se han identificado tres ámbitos estratégicos: Fabricación avanzada, energía y biociencias/salud. ... y cuatro territorios de oportunidad: Alimentación, hábitat urbano, ecosistemas, industrias culturales y creativas.

.- EAT-Tendencias AZTI 2019

.- Local • El origen importa

Como contraposición a la globalización y el universo de consumo online, esta tendencia refuerza lo local, donde el origen adquiere especial relevancia. El producto local conecta con la parte más emocional de las y los consumidores, asociándose a confianza, autenticidad, salud o identidad. Está asociado también a aspectos culturales y existe

además una conciencia creciente sobre el impacto en el entorno social, ambiental y económico de consumir local. Además, promueve una relación más cercana y transparente entre la persona consumidora y los distintos eslabones de la cadena alimentaria.

.- Trust4Food • Confianza

Los consumidores son personas, y cada vez más reivindican esa parte más humana y emocional, buscando una mayor conexión y cercanía con las marcas/empresas, a las que reclaman apertura, empatía, honestidad y transparencia. Esta tendencia busca, en definitiva, una relación de confianza en el ámbito del consumo alimentario, así como una implicación y compromiso común (ciudadanos, empresas, instituciones...) hacia la transformación positiva del sistema alimentario.

* CARTA DE LA AGRICULTURA PERIURBANA

Para la preservación, la ordenación, el desarrollo y la gestión de los espacios agrarios periurbanos. Pacto Llobregat.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

El objetivo general de este proyecto de cooperación consiste en impulsar desde el ámbito rural la conexión de la sociedad con su propia economía y cultura local, fomentando el compromiso de la misma con el desarrollo territorial sostenible, los productos locales, el medio rural y litoral, desde el punto de vista de su multifuncionalidad, restableciendo la confianza y el conocimiento mutuo productor/consumidor, potenciando así el vínculo “rural-urbano”.

Objetivos específicos:

- Identificar, dar a conocer y valorizar los productos y las personas productoras locales.
- Vincular y fortalecer el sector agroalimentario con el pequeño comercio.
- Fomentar el asociacionismo en el sector.
- Facilitar herramientas a las personas productoras para promocionar y comercializar su producto.
- Estructurar la oferta y la demanda entre personas productoras y comercio territorial
- Crear canales de comercialización de circuito corto.
- Crear nodos rurales de innovación en producto agroalimentario local
- Innovar en materiales, métodos y estrategias para acceder a mercados urbanos emergentes
- Introducir las nuevas tecnologías y la digitalización en la cadena de valor del producto agroalimentario local
- Ofrecer servicios de I+D a las empresas agroalimentarias locales
- Divulgar la innovación del trabajo en red para el fomento de los sistemas agroalimentarios territorializados.

4. LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Las actuaciones a llevar a cabo en la fase 1, a lo largo del 2020, giran en torno a los siguientes ámbitos de trabajo:

1. Identificación y organización de la oferta y la demanda entre productores/as y comercio comarcal/local.
 - a. Mapeo de comercio local/comarcal/ territorial y de su posicionamiento y necesidades respecto a producto de proximidad.
 - b. Identificación y cuantificación de la posible oferta de producto, susceptible de participar en el proyecto (hay que tener en cuenta que muchas explotaciones tienen ya sus vías de comercialización)
 - c. Diseñar una propuesta conjunta de organización.
 - d. Identificar los condicionantes y necesidades a nivel de logística.
 - e. Diseñar un modelo innovador de logística y distribución
2. Sensibilización social: se desarrollarán acciones dirigidas a públicos objetivos concretos donde la sociedad rural y urbana se reconozcan como partícipes y coprotagonistas de una misma sociedad.
 - a. Elaboración de un discurso para poner en valor el producto de proximidad así como las personas productoras por su aportación al suministro, funcionamiento y operatividad en la cadena de valor de la alimentación y los beneficios del consumo de productos locales, para el conjunto de la sociedad
 - b. Diseño de materiales y elementos de Información y sensibilización sobre la importancia y el papel del sector primario de proximidad
3. Intercambios entre entidades socias para consolidar redes de aprendizaje a través del conocimiento de otras iniciativas que se llevan a cabo en otras zonas, sus factores de éxito y las dificultades encontradas.
 - a. Visitas de estudio.

5. ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO

5.1. ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Equipo técnico:

- Integrado por la persona contratada y un técnico de la ST.
- Tareas: impulsar las líneas de acción definidas, en base a las memorias presentadas a la DDR y trasladar a la JD de Mendinet los avances y cumplimiento de hitos de cada proyecto.

Equipo de Coordinación:

- Integrado por una ADR representante de cada Territorio Histórico y una persona representante de HAZI.
- Tareas: dirigir y hacer seguimiento del trabajo del equipo técnico, ayudar a establecer los contactos con las empresas de apoyo y dirigir y hacer seguimiento de su trabajo

Equipo de Contraste:

- Integrado por las personas que en su día mostraron interés y participaron en la preparación de las memorias de cada proyecto.
- Tareas: Ayuda puntual, facilitar información, actuar como interlocutor en las comarcas, labores de contraste...

	RURAL-URBANO
Equipo Técnico	Ainhoa Zabala Jimena Velasco
Equipo de Coordinación	Cristina (Izki) Jokin (Jata Ondo) Yurre (Urkome) (Coordinadora) Nagore (HAZI)
Equipo de contraste	Esther (Rioja Alavesa) Iker (Tolomendi) Mikel (Behemendi) Agurtzane (Debemen) Juan Mari (Lea Artibai y Urkiola) Bingen (Gorbeialde)

6. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados que se muestran a continuación se basan en las líneas de actuación descritas en el apartado anterior. El desarrollo de las mismas ha sido gestionado en acorde con los objetivos iniciales, a la hora de realizar los procesos, actividades y tareas previstos. Sin embargo, como veremos, este camino no es lineal, sino que requiere de flexibilidad y adaptabilidad del proyecto al ecosistema dinámico en el cual lo desarrollamos.

Los resultados obtenidos en esta primera fase del proyecto “ACERCAMIENTO RURAL-URBANO”. Poniendo en valor la agricultura y productos locales son los siguientes:

6.1. ACTUACIÓN 1: IDENTIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA ENTRE PERSONAS PRODUCTORAS Y COMERCIO COMARCAL/LOCAL

6.1.1. DIAGNÓSTICO DEL MAPEO DE COMERCIOS DE PROXIMIDAD Y PERSONAS PRODUCTORAS ADHERIDAS AL PROYECTO

El mapeo se ha desarrollado con la colaboración de las 13 ADRs participantes en el proyecto. Para ello, basándonos en la metodología cualitativa, se ha diseñado un formulario *ad hoc* para la recogida de datos de cada comarca adscrita al proyecto.

La respuesta obtenida ha sido muy positiva en esta fase inicial del proyecto, tanto en cuanto a la participación de las ADR por territorio, así como la participación de personas productoras y comercios de proximidad de las diversas comarcas de la CAPV.

1. Participación de las ADR

PARTICIPACIÓN ADR	13
BIZKAIA	4
ARABA	5
GIPUZKOA	4

2. Participación personas productoras/elaboradoras

PARTICIPACIÓN PERSONAS PRODUCTORAS/ELABORADORAS	114
BIZKAIA	34
ARABA	48
GIPUZKOA	32

3. Tipología de productos

Diversidad de productos: 21

TIPO DE PRODUCTO	Nº de PERSONAS PRODUCTORAS/ELABORADORAS
HORTALIZAS/FRUTAS	32
LACTEOS	27
HUEVOS	3
PAN/DULCES	11
CARNE	6
CARNE DE POTRO	1
MIEL	4
TXAKOLI	6
VINO	5
CONSERVAS DE PESCADO	1
MERMELADA	1
CONSERVAS HORTALIZAS	2
TRUFA	1
ACEITE DE OLIVA	2
PATE	1
SETAS	1
LEGUMBRES	3
CEREALES	2
EMBUTIDOS	1
SIDRA Y DERIVADOS	3
CERVEZA ARTESANAL	1

4. Participación comercio proximidad

PARTICIPACIÓN COMERCIOS	30
BIZKAIA	8
ARABA	14
GIPUZKOA	8

5. Tipo de comercio

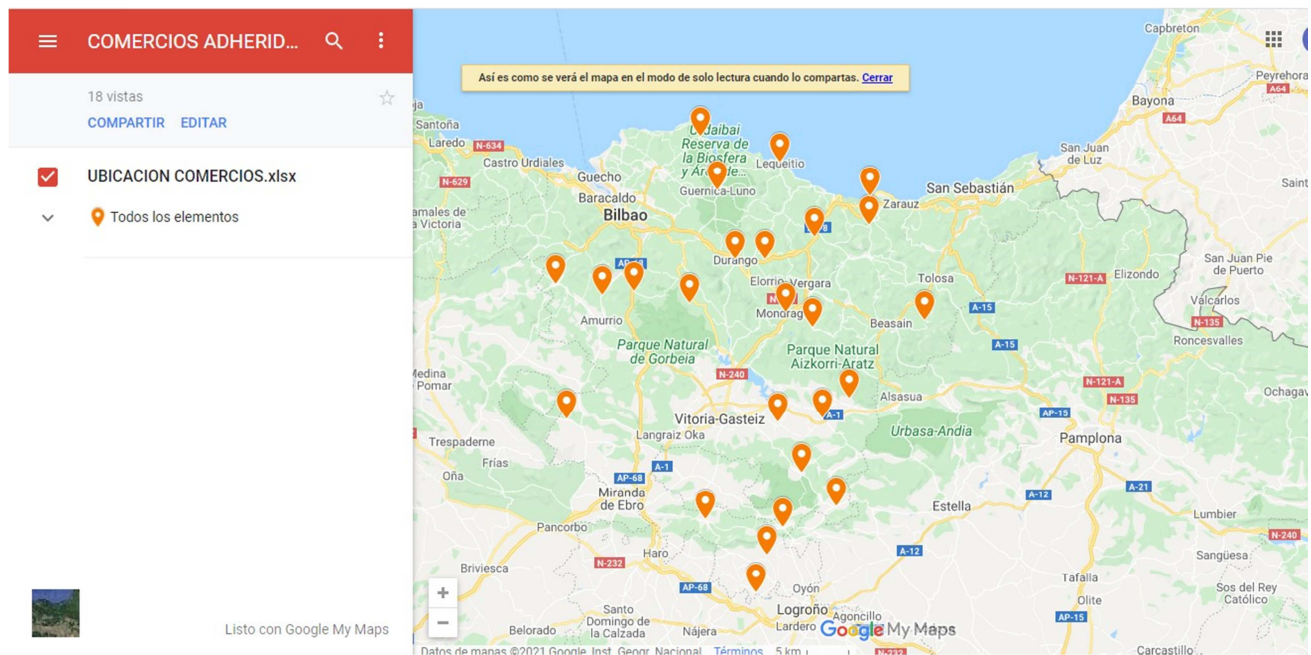
TIPO DE COMERCIO	Nº DE COMERCIOS
TIENDA ESPECIALIZADA	10

ULTRAMARINOS	5
CARNICERIA	3
PEQUEÑO SUPERMERCADO	7
OTROS (panadería, tienda de fruta...)	5

6. Localización comercios de proximidad

UBICACIÓN DE COMERCIOS
BERMEO
ZEANURI
OROZKO
GERNIKA-LUMO
BERNEDO
SANTA CRUZ DE CAMPEZO (2)
MAESTU
PEÑACERRADA
ARAIA
ALEGRIA-DULANTZI
AGURAIN
VILLANUEVA DE VALDEGOVIA
MANZANOS
ARTZINIEGA
LUJANONDO
ARRASATE
BERGARA
OÑATE
LA PUEBLA DE LABARCA
ELVILAR
ELGOIBAR
DEBA
ZESTOA
ZUMAIA
ABALTZISKETA
LEKEITIO (2)
ZALDIBAR
DURANGO

<https://goo.gl/maps/F1zwbxfB59QXn8UVA>



A continuación, se presenta el formulario diseñado para la recogida de datos de comercios de proximidad y personas productoras adheridas al proyecto ([ANEXO I](#)).

6.2. ACTUACIÓN 2: ESTUDIO/PROSPECCIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS EN COMERCIOS DE PROXIMIDAD Y EL CONSUMO DE PRODUCTOS LOCALES EN EL CONTEXTO DEL POSTCOVID19; EL VÍNCULO DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD CON EL PRODUCTO LOCAL Y PERSONAS PRODUCTORAS

Partiendo de la premisa, de desarrollar sinergias entre los principales sectores económicos de las zonas rurales/peri-urbanas, y fortalecer el desarrollo sostenible de las cadenas alimentarias; haciendo uso de los activos territoriales, apoyando el desarrollo de la economía circular en las zonas rurales/peri-urbanas, desarrollando un enfoque integral hacia la digitalización como facilitador de las economías rurales, mejorando los sistemas de conocimiento e innovación, es necesario conocer la realidad actual en cuanto a los hábitos de consumo y compra de las personas consumidoras en el escenario actual.

OBJETIVOS

- Identificar los nuevos hábitos y pautas de consumo que han surgido a raíz de la crisis COVID19 en los comercios de proximidad, vinculado al consumo de productos locales.

- Conocer el impacto importante en el comportamiento de las personas consumidoras en el contexto que nos encontramos, e identificar las necesidades y la demanda en cuanto a las nuevas tendencias que han surgido.
- Analizar la situación del pequeño comercio y sus interacciones con sus personas proveedoras, destacando las posibles problemáticas para el abastecimiento.

Este estudio nos dará información actualizada, y nos sirve como punto de partida para:

- Obtener la visión de las personas consumidoras y sus pautas de consumo en nuestro contexto.
- Identificar la demanda de las personas consumidoras
- *Identificar la oferta existente en los comercios de proximidad (comercio)*
- *Identificar las interacciones con sus personas proveedoras-producto local (comercio)*
- *Problemáticas de abastecimiento y logística en cuanto al producto local (comercio)*
- Interactuar con las personas productoras en cuanto a la demanda de las personas consumidoras y el comercio de proximidad: fortalezas y debilidades para responder a la realidad actual
- Explorar oportunidades y realizar un plan de actuación: personas productoras, comercio, personas consumidoras

METODOLOGIA

El *universo* del estudio estará limitado, ya que estadísticamente no se podrá trabajar sobre una muestra de la sociedad en su globalidad. Es decir, el universo lo formarán por una parte los comercios adheridos al proyecto, y, por otra parte, las personas consumidoras que realizan su compra en estos establecimientos.

Para ello se ha definido un ratio o número de personas consumidoras que se encuestarán por establecimiento, para obtener un número cuantificable y una diagnosis con un nivel de confianza.

El estudio se realizará en un total de 28 comercios de proximidad de la CAPV adheridos al proyecto, manteniendo el equilibrio entre las áreas geográficas de los tres territorios y con una estimación de universo de personas consumidoras que alcanza el número de 280-300.

Las *encuestas* serán dirigidas, estructuradas en las líneas que se han mencionado en los objetivos. Par el ello el trabajo de campo se ha diseñado de la siguiente manera:

- Encuestas presenciales, en los establecimientos adheridos al proyecto y con un refuerzo de encuestas online, mediante recursos tecnológicos diseñados y adaptados para la recogida de datos.

- Contactación y coordinación entre las y los agentes: comercios adheridos, ADRs y la consultora.
- Previamente se realizará un testeo de la encuesta en dos comercios, para su validación y aplicación en el periodo de trabajo de campo.

El estudio se desarrollará en un periodo de 4 meses, desde el inicio de las primeras reuniones de coordinación entre las dos entidades. Tal como muestra la propuesta técnica de Prosumerlab, adjuntada como [ANEXO II](#), se recogen al detalle las distintas fases de estudio, así como su cronograma. Una vez concluido el estudio, y analizado las conclusiones obtenidas de la misma, se diseñarán las acciones de sensibilización y de desarrollo del proyecto.

6.3. ACTUACIÓN 3: INTERCAMBIOS ENTRE ENTIDADES SOCIAS PARA CONSOLIDAR REDES DE APRENDIZAJE Y VISITAS DE ESTUDIO

La Cooperación LEADER tiene por objeto relacionar a colectivos determinados del territorio, con colectivos similares de otros territorios con las mismas necesidades, a fin de favorecer el aprendizaje mutuo y buscar soluciones comunes a problemas concretos (Marco Nacional de Desarrollo Rural). De esta manera, la cooperación es una manera de ampliar las perspectivas del ámbito local y aportar nuevos conocimientos a los territorios a fin de mejorar las estrategias locales.

Basándonos en el Procedimiento de Coordinación entre AAGG para proyectos de cooperación LEADER interterritorial, después de mantener los contrastes iniciales con varios Grupos de Acción Local (GAL) catalanes y con la Red ARCA, se establece el marco de cooperación como socios del presente proyecto. Dicha cooperación se formaliza mediante la redacción y firma del Convenio de Cooperación (Convenio Cooperación MENDINET-ARCA 2020, [ANEXO III](#)).

Con el fin de consolidar y ampliar la red cooperación e intercambiar aprendizajes y conocimiento, se realiza una primera toma de contacto con la Asociación TEDER, el Grupo de Acción Local de Tierra Estella (Navarra).

6.3.1. VISITAS ESTUDIO

Debido a la excepcional situación de este año, causada por el SARS-COV-2 (COVID-19), no se han podido realizar visitas *in situ*, para el conocimiento y transferencia de experiencias. La evolución de la pandemia determinará la posibilidad de realizar las visitas de estudio en la siguiente fase del proyecto.

6.4. ACTUACIÓN 4: TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO ENTRE LAS Y LOS AGENTES PARTICIPANTES

6.4.1. JORNADAS WEBINAR SOBRE EXPERIENCIAS DE EUSKADI Y CATALUÑA



Las jornadas webinar ACERCAMIENTO RURAL URBANO han sido desarrolladas en colaboración entre los dos entidades socias el proyecto, ARCA y MENDINET, con el objetivo de la transferencia e intercambio de experiencias y conocimiento entre las entidades socias, GAL y ADRs.

De este modo, hemos tenido la oportunidad de incrementar la visibilidad y humanizar las experiencias desarrolladas y presentadas por cada uno de las entidades socias del proyecto. Por otra parte, se ha favorecido la interacción y la creación de vínculos entre los asistentes, así como tejer sinergias y crear un espacio de intercambio.

Las webinar se han presentado en dos sesiones, con la presentación de experiencias de Cataluña por un lado, y por otro lado las experiencias de Euskadi.

Experiencias de Cataluña.

- Gustum: networking agroalimentario

Alba Secanell, técnica de la Asociación Leader Ponent, expuso el proyecto Gustum. Este proyecto tiene como objetivo el desarrollo rural a través de la promoción y comercialización de productos rurales. Dentro del proyecto, genera especial interés el evento de networking de personas productoras locales que se organiza.

- BCN-ALIMENTA

Patricio Hernández, miembro del Instituto Municipal de Servicios Sociales de Barcelona, presentó la segunda experiencia; el proyecto Alimenta para la cooperación entre lo rural y urbano. El proyecto Alimenta nació el pasado mes de junio, con el objetivo de garantizar la cobertura alimentaria de personas en riesgo de exclusión social en Barcelona.

- GO RETA: incorporación de jóvenes y relevo generacional

Gemma Estany, coordinadora técnica de ARCA, presentó el proyecto de RETA: RED DE ESPACIOS DE TEST AGRARIOS, iniciativa para acompañar a la incorporación de las y los agentes a instalarse en el sector. El proyecto nació de la necesidad de dar una continuidad generacional a la actividad agraria. Los estudios indican que en 10 años el 50% de las personas agricultoras europeas van a desaparecer. La falta de relevo generacional se ha convertido en un problema para las zonas rurales y la producción de alimentos locales.

Experiencias de Euskadi.

• ELIKAGUNEA

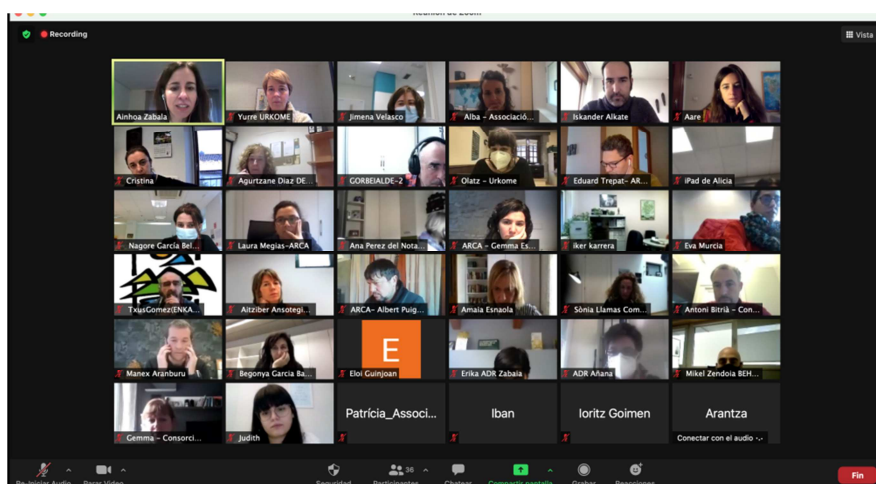
Ioritz Aizpuru miembro de la cooperativa Artxara y Yurre Peñagarikano, responsable de la ADR URKOME, presentaron el proyecto Elikagunea de Azpeitia, proyecto cooperativo para fomentar los productos alimentarios locales y transformar el modelo de consumo fortaleciendo el primer sector. El proyecto surgió de la necesidad de reformar el edificio de la plaza del mercado, no solamente a nivel de infraestructura, sino también para la generación de nuevos contenidos. Este proceso de renovación se hizo mediante la participación bottom up para la cual el Ayuntamiento invitó a compartir su opinión a personas productoras, agentes y las diferentes agencias sociales.

• NEKAZARIAK ESKOLAN

Nagore Garcia de HAZI, compartió la segunda experiencia. Nekazariak Eskolan fomenta la sensibilización con el primer sector, el reconocimiento de estas profesiones y el consumo local a través de la realización de talleres en los cursos de tercer ciclo de educación primaria de los colegios interesados. Se acercan los trabajos del entorno agrario y forestal a los centros escolares. La gran diferencia de este programa respecto a otros es que son las y los profesionales del sector primario los que se acercan al centro escolar.

• DIAMETRO200

Fede Patxa, cocinero, gestor y uno de los socios que gestionan la Cantina de Orona presentó el proyecto Diametro 200. Este proyecto que nació de la necesidad de Orona (empresa cooperativa fabricante de ascensores y perteneciente al Grupo Mondragon) de tener una cantina de carácter sostenible en sus instalaciones de la Smart City de Hernani. Esta ciudad inteligente da cabida a la empresa en sí y a un campus de la universidad de Mondragon, sumando un total de más de 700 personas.



El éxito de las sesiones webinar, ha sido debido a la temática de las experiencias presentadas, así como el alto número de participantes en las mismas (un total de 86 participantes en las dos sesiones de la jornada).

Las conclusiones obtenidas de estas jornadas se presentan en el documento resumen incluido en el [ANEXO IV](#).

6.5. ACTUACIÓN 5: SENSIBILIZACIÓN

Esta línea de actuación del proyecto queda pendiente de realización para 2021. Una vez se realice el estudio de prospección, y analizado las conclusiones obtenidas, se diseñarán las acciones de sensibilización para desarrollarlas en la segunda fase del proyecto.

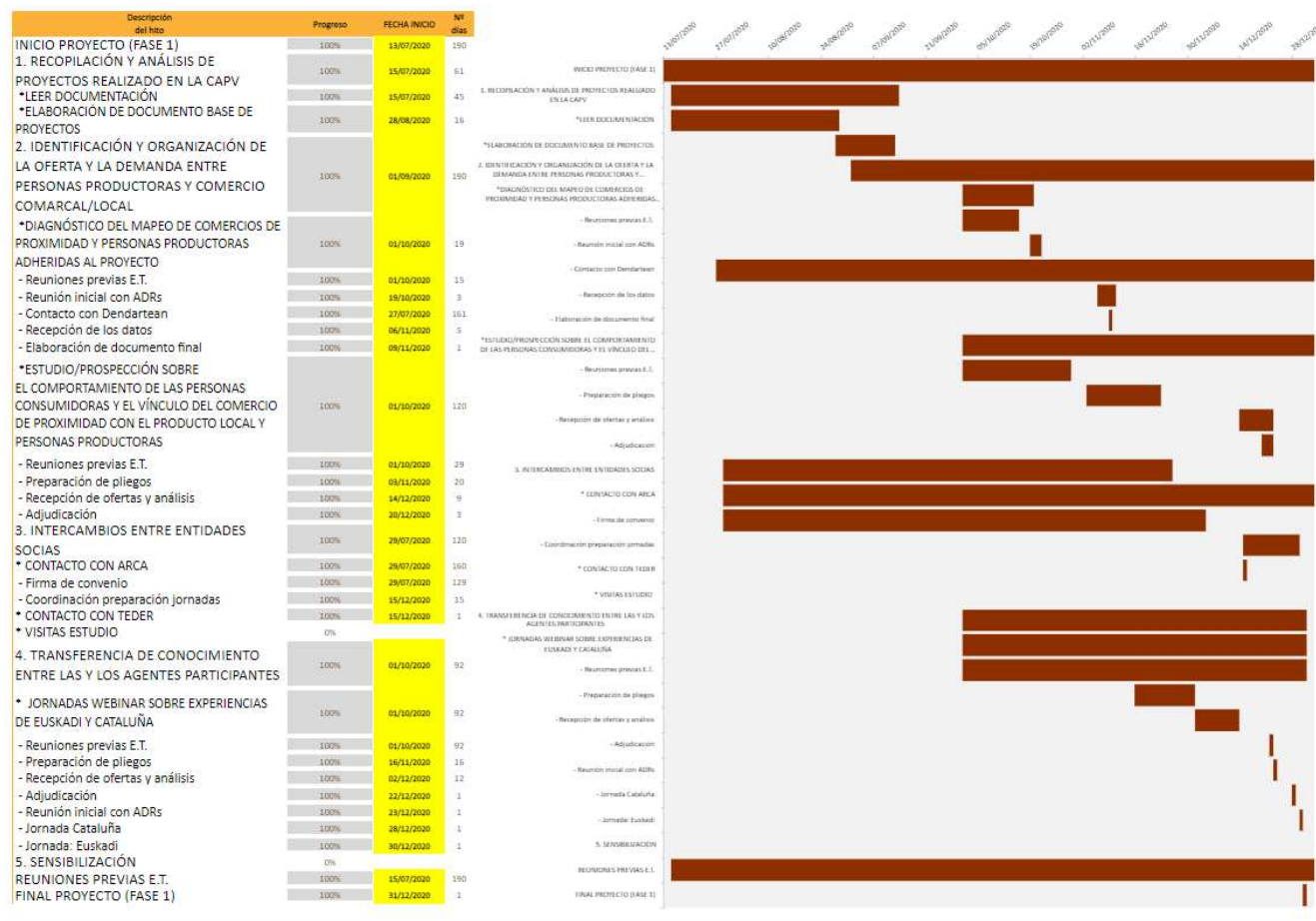
7. PRESUPUESTO

Debido a la excepcional situación de este año, causada por el SARS-COV-2 (COVID-19), no se han podido realizar visitas *in situ*, se ha readaptado el proyecto con el fin de conseguir los mejores resultados posibles, por lo que finalmente se han hecho las acciones reflejadas en el punto 6 de este documento, con el consiguiente coste del proyecto:

PROYECTO ACERCAMIENTO RURAL URBANO	
GASTOS	AÑO 2020
Gastos de personal	11.493,26€
Gastos generales derivados de la gestión del proyecto	0
Visitas de estudio	3.194,40€
Gastos correspondientes a las acciones derivadas del proyecto ACERCAMIENTO RURAL URBANO	8.016,25€
TOTAL	22.703,91€

8. CRONOGRAMA

El cronograma estimado para la realización del proyecto según los parámetros contemplados en la presente memoria se extiende desde junio del 2020 a diciembre del mismo año (fase I).



9. NOTAS ACLARATORIAS

1. **Guía de Cooperación LEADER Interterritorial:** <http://www.redruralnacional.es/-/manual-de-cooperacion-leader-interterritorial>
2. Iniciativas mencionadas:
 - a. **Pacto de Milán**
https://www.foodpolicymilano.org/wp-content/uploads/2015/10/Milan-Urban-Food-Policy-Pact-_SPA.pdf
 - b. **PEGA**
https://www.euskadi.eus/contenidos/plan_departamental/pega/es_def/adjuntos/PEGA.pdf
 - c. **Farm to Fork Strategy**
https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf
 - d. **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
 - e. **PDR Euskadi 2015-2020**
https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/osoa_dokumentazioa/es_def/adjuntos/PDR%20Euskadi%202015-2020_v3.pdf
 - f. **Nirea**
<http://www.nirea.eus/es/>
 - g. **RIS3 EUSKADI**
<http://ris3euskadi.eus/>
 - h. **EAT tendencias-AZTI**
https://www.azti.es/wpcontent/uploads/2020/03/EATRENDS2019_CASTb.pdf
 - i. **Carta de la Agricultura Periurbana**
<http://www.agroterritori.org/web2/wp-content/uploads/2014/05/Carta-de-la-Agricultura-periurbana.pdf>
 - j. **GUSTUM**
<https://www.gustum.org/es/>
 - k. **BCN ALIMENTA**
<https://ajuntament.barcelona.cat/serveissocials/es/canal/institut-municipal-de-serveis-socials>
 - l. **GO RETA**
<https://espaciostestagrarios.org/>
 - m. **ELIKAGUNEA**
<http://elikagunea.eus/>

n. NEKAZARIAK ESKOLAN

<http://www.nirea.eus/es/nirea/nirea-proyectos-iniciativas/11050-nekazariak-eskolan/11050-nekazariak-eskolan>

o. DIAMETRO200

<http://www.diametro200.com/>

10. ANEXOS

- I. ANEXO I: FORMULARIO RECOGIDA DE DATOS DE COMERCIOS DE PROXIMIDAD Y PERSONAS PRODUCTORAS ADHERIDAS AL PROYECTO
- II. ANEXO II: PROPUESTA DE ESTUDIO PROSUMERLAB
- III. ANEXO III: CONVENIO COOPERACIÓN MENDINET-ARCA 2020
- IV. ANEXO IV: MEMORIA JORNADAS