

ALIMENTACIÓN

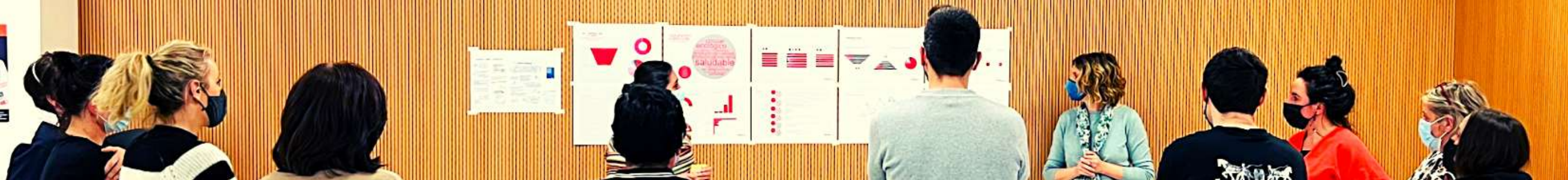
SOSTENIBLE

TALLERES DE COCREACIÓN

Sesión 1: 22 de marzo 2022

Sesión 2: 5 de abril 2022

Sesión 3: 18 de mayo 2022

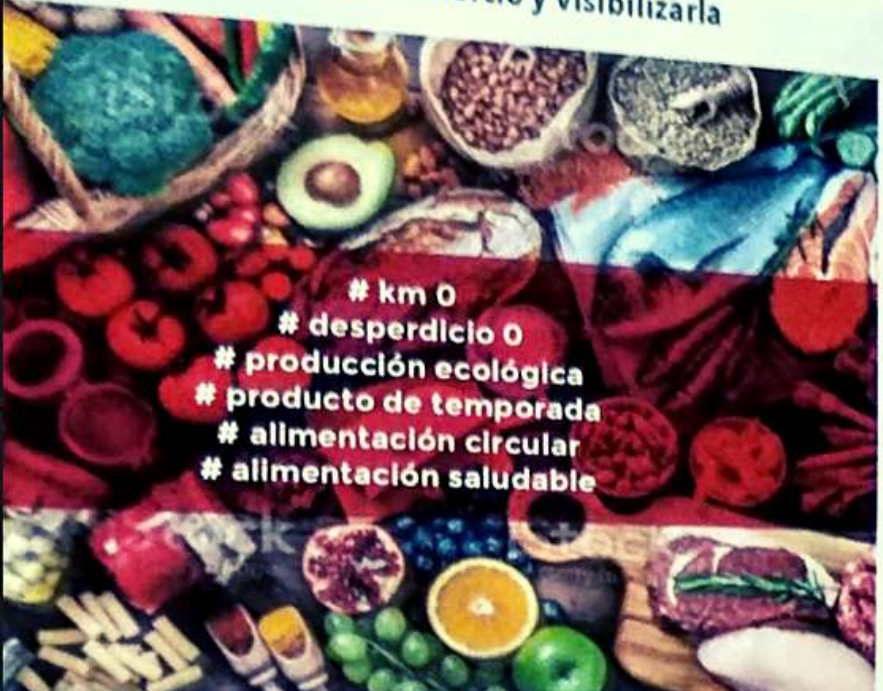


MARCO DE TRABAJO

- La alimentación es uno de los grandes motores de la economía y se ha convertido en un reto estratégico a nivel europeo para que sea sostenible transformando en oportunidades los retos en materia de clima y medio ambiente.
- El área de promoción económica del ayuntamiento de Getxo ha puesto en marcha un proyecto para articular una red de comercio local en pro de la alimentación sostenible.
- Han mostrado interés en la iniciativa 83 comercios de los 186 establecimientos de alimentación existentes en la localidad, lo que supone un 45% del total.
- La primera fase se ha centrado en conocer el nivel de interés y conocimiento del comercio local en aspectos relacionados con la alimentación sostenible.
- La segunda se ha enfocado realizar dos talleres de cocreación con los comercios de cara a construir las bases de esta red.
- Ahora toca decidir los siguientes pasos a dar.

ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

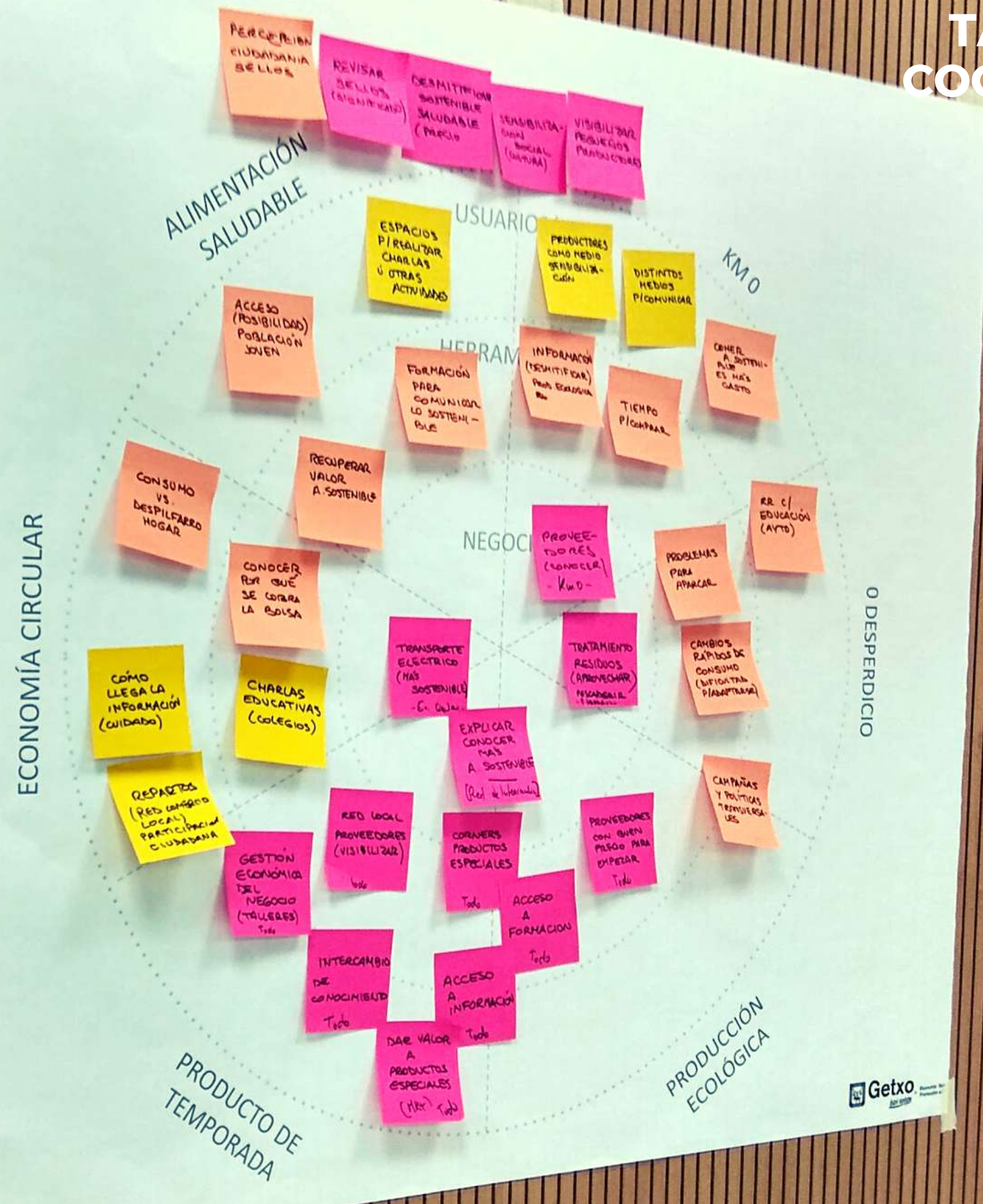
Impulsar una red de comercio y visibilizarla



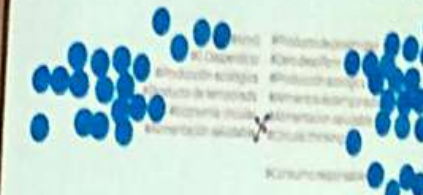
- # km 0
- # desperdicio 0
- # producción ecológica
- # producto de temporada
- # alimentación circular
- # alimentación saludable

Getxo Economía Sostenible
Promoción económica

INFORMACIÓN
T. 94 466 0140 | getxolan@getxo.eus | f t i @getxolan
www.getxo.eus/getxolan



ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE



ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

OBJETIVOS DE LA SESIÓN

Generar un primer espacio de trabajo para la red en el que poder devolver los resultados de las encuestas y comenzar a trabajar conjuntamente en la detección de las principales necesidades para lograr un verdadero impulso de la alimentación sostenible desde tres dimensiones:

- lo que se puede impulsar desde el negocio
- lo que se puede impulsar mejorando o incorporando nuevas herramientas y/o tecnologías
- lo que se puede impulsar desde la perspectiva de la parte usuaria/consumidora.

CONTRASTE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La primera fase del taller se centró en compartir los resultados de la encuesta realizada a los 87 comercios de la red.



ETIQUETAS DEFINITIVAS

ALIMENTACIÓN

SOSTENIBLE

Gracias a la aportación brindada por Fundación Elika y el contraste realizado con los participantes estas son las etiquetas seleccionadas que enmarcarán los elementos fundamentales para la promoción y desarrollo de una alimentación sostenible en Getxo.

Para aglutinar todo lo que haga en la línea del proyecto bajo una misma marca se van a utilizar las siguientes etiquetas :

#ProductoDeProximidad

#ZeroDespilfarro

#ProducciónEcológica

#ProductoDeTemporada

#EconomíaCircular

#AlimentaciónSaludable

-

#ConsumoResponsable

#AlimentaciónSostenibleGetxo

#ElikaduraJasangarriaGetxo

IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES PARA IMPULSAR UNA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

Los participantes trabajaron en la identificación de necesidades en relación a la alimentación sostenible desde 3 focos: el propio negocio, las herramientas que se necesitan y las personas usuarias.

Tras un análisis posterior, se detectaron 3 posible líneas de acción:

ACCIONABLE DESDE
EL AYUNTAMIENTO

ACCIONABLE DESDE
LA RED

ACCIONABLE DESDE
COMUNICACIÓN

NECESIDADES

Negocio

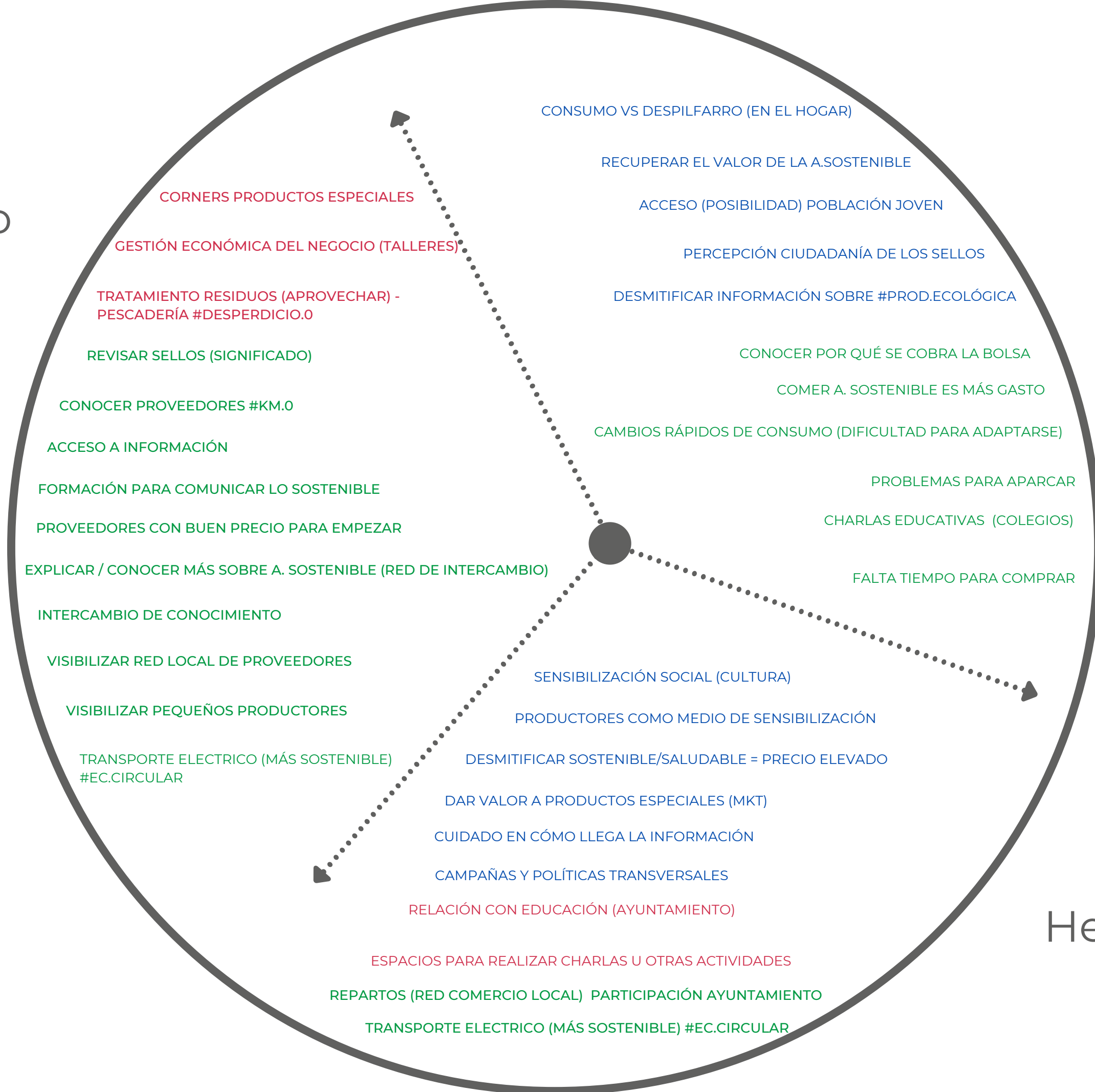
Sociedad-Consumo-Usuarios/as

Herramientas

ACCIONABLE DESDE EL AYUNTAMIENTO

ACCIONABLE DESDE LA RED

ACCIONABLE DESDE COMUNICACIÓN



CORNERS PRODUCTOS ESPECIALES

GESTIÓN ECONÓMICA DEL NEGOCIO (TALLERES)

TRATAMIENTO RESIDUOS (APROVECHAR) -
PESCADERÍA #DESPERDICIO.0

REVISAR SELLOS (SIGNIFICADO)

CONOCER PROVEEDORES #KM.0

ACCESO A INFORMACIÓN

FORMACIÓN PARA COMUNICAR LO SOSTENIBLE

PROVEEDORES CON BUEN PRECIO PARA EMPEZAR

EXPLICAR / CONOCER MÁS SOBRE A. SOSTENIBLE (RED DE INTERCAMBIO)

INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO

VISIBILIZAR RED LOCAL DE PROVEEDORES

VISIBILIZAR PEQUEÑOS PRODUCTORES

TRANSPORTE ELECTRICO (MÁS SOSTENIBLE)
#EC.CIRCULAR

CONSUMO VS DESPILFARRO (EN EL HOGAR)

RECUPERAR EL VALOR DE LA A.SOSTENIBLE

ACCESO (POSIBILIDAD) POBLACIÓN JOVEN

PERCEPCIÓN CIUDADANÍA DE LOS SELLOS

DESMITIFICAR INFORMACIÓN SOBRE #PROD.ECOLÓGICA

CONOCER POR QUÉ SE COBRA LA BOLSA

COMER A. SOSTENIBLE ES MÁS GASTO

CAMBIOS RÁPIDOS DE CONSUMO (DIFICULTAD PARA ADAPTARSE)

PROBLEMAS PARA APARCAR

CHARLAS EDUCATIVAS (COLEGIOS)

FALTA TIEMPO PARA COMPRAR

SENSIBILIZACIÓN SOCIAL (CULTURA)

PRODUCTORES COMO MEDIO DE SENSIBILIZACIÓN

DESMITIFICAR SOSTENIBLE/SALUDABLE = PRECIO ELEVADO

DAR VALOR A PRODUCTOS ESPECIALES (MKT)

CUIDADO EN CÓMO LLEGA LA INFORMACIÓN

CAMPAÑAS Y POLÍTICAS TRANSVERSALES

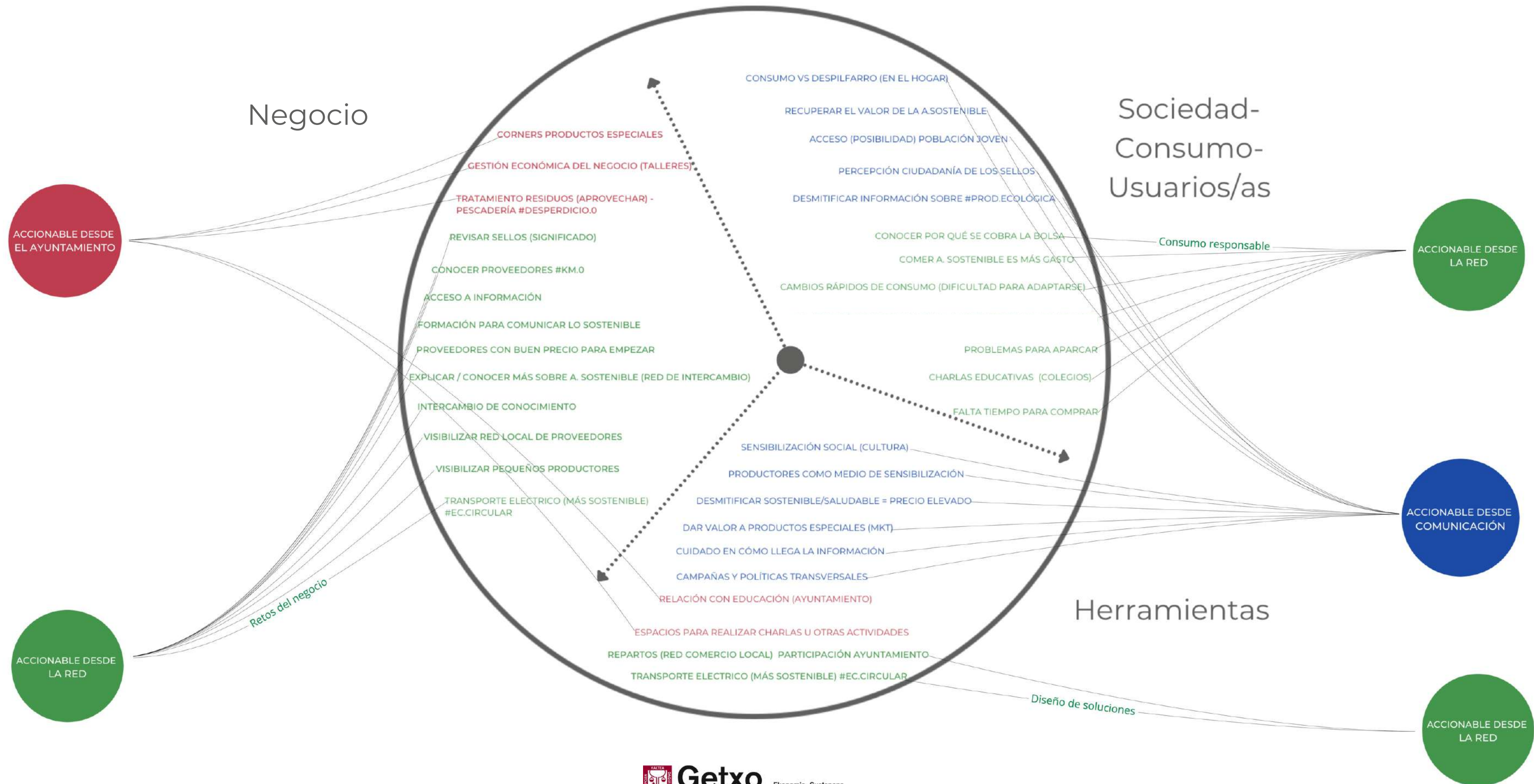
RELACIÓN CON EDUCACIÓN (AYUNTAMIENTO)

ESPACIOS PARA REALIZAR CHARLAS U OTRAS ACTIVIDADES

REPARTOS (RED COMERCIO LOCAL) PARTICIPACIÓN AYUNTAMIENTO

TRANSPORTE ELECTRICO (MÁS SOSTENIBLE) #EC.CIRCULAR

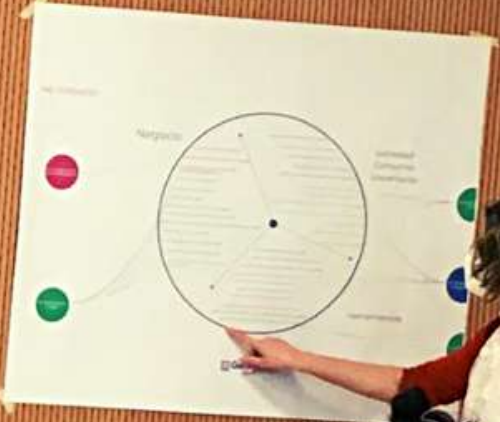
NECESIDADES



TALLER DE COCREACIÓN 2



WIFI CONTACTLESS
Connect Id



OBJETIVOS DE LA SESIÓN 2

Comenzar a articular la red desde la identificación de un propósito común, para ello:

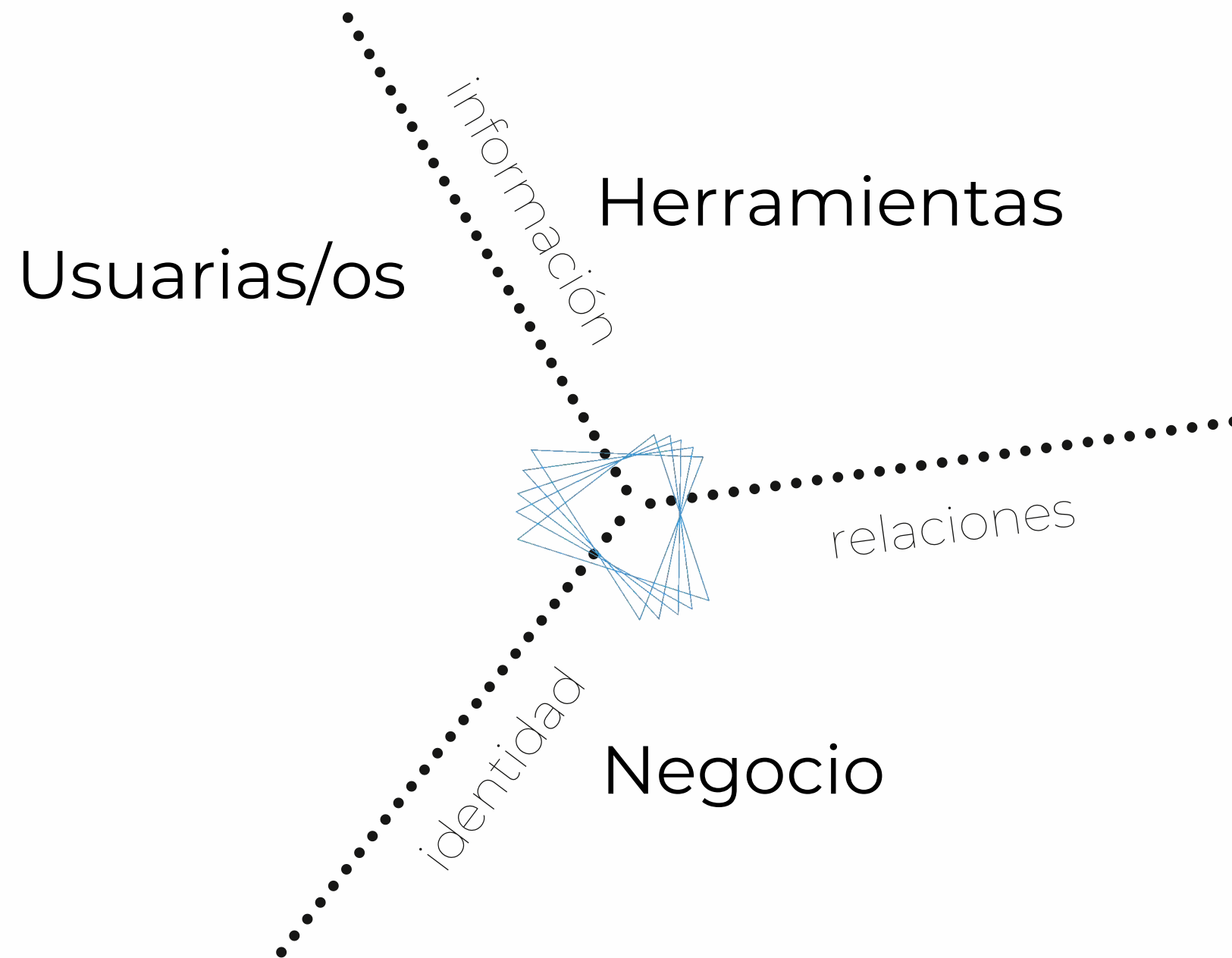
- Identificaremos el "para qué".
- Los elementos core de la identidad de esta red.
- Mapearemos las relaciones principales que debería activar.

DANDO SENTIDO PARA ACTIVAR LA RED

Tomando como punto de partida las conclusiones y el trabajo realizado en la primera sesión, las personas participantes reflexionaron e identificaron los elementos más importantes para dar sentido a la creación de esta la red.

Para ello trabajaron indagando en el **propósito** de la red (para qué) y sus **ejes de activación** (identidad, relaciones e información).

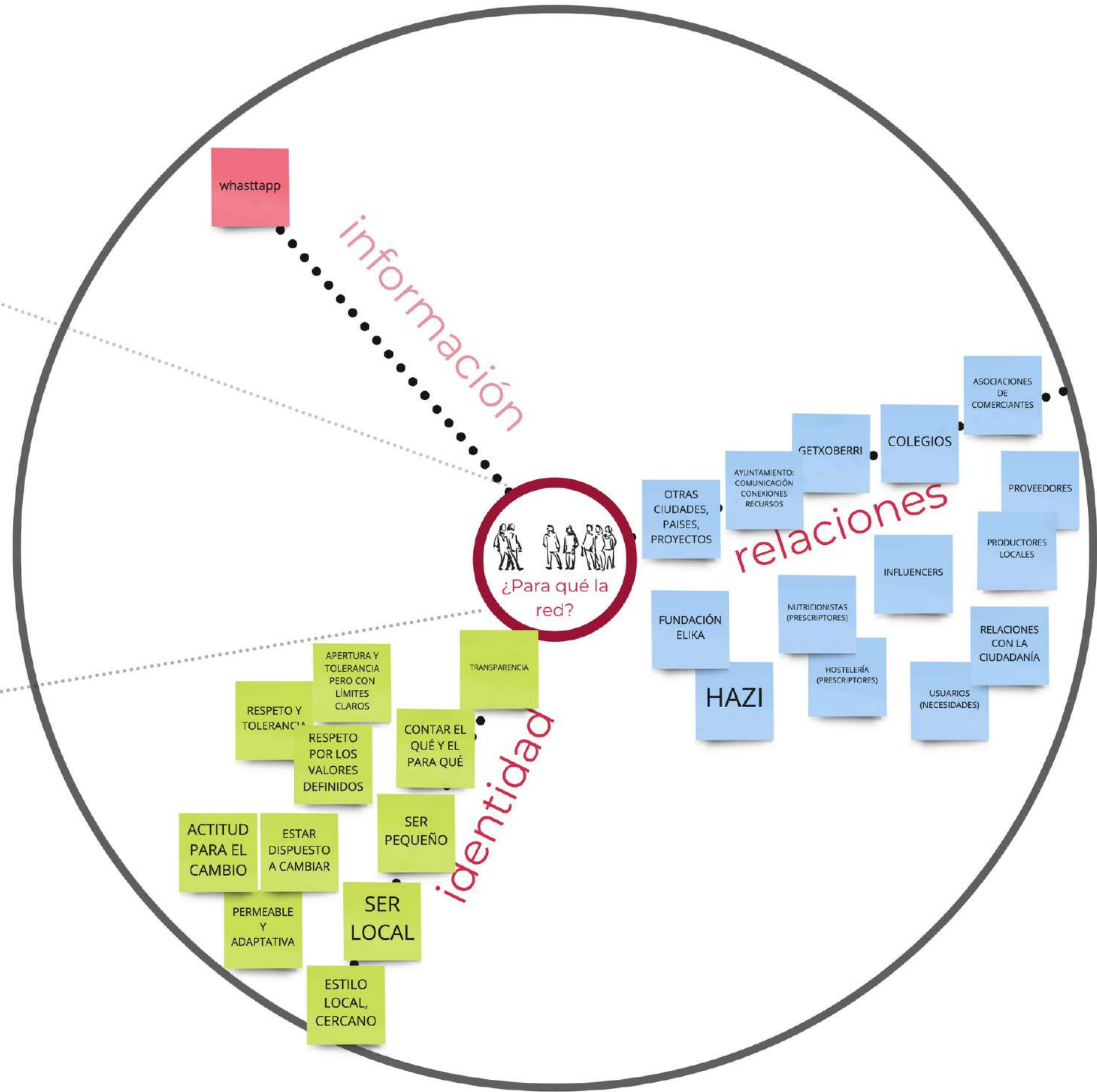
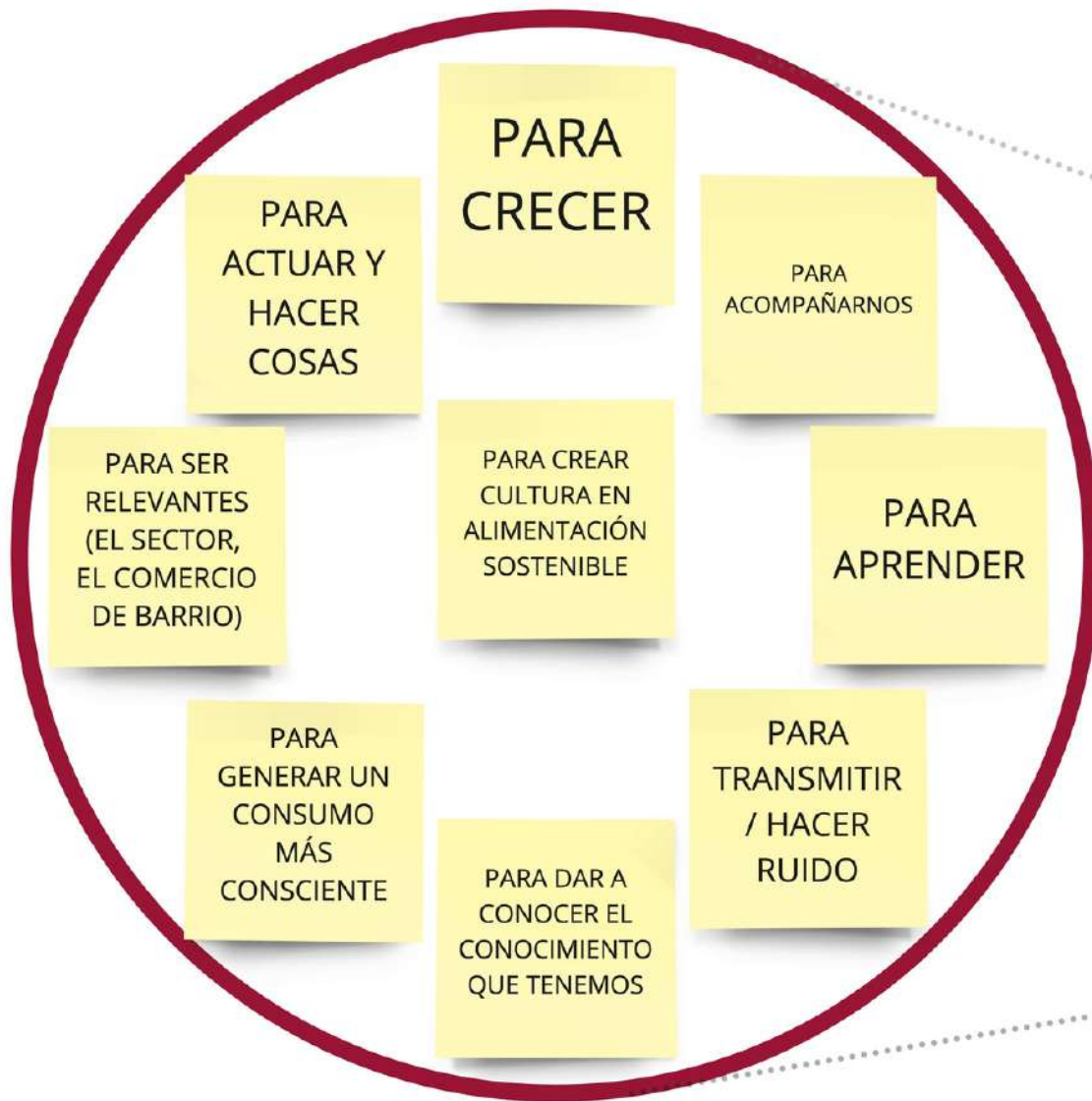
3 EJES DE ACTIVACIÓN



- **Identidad:** Son las interpretaciones actuales que el territorio hace de su historia, sus decisiones y actividades presentes y su sentido de futuro. Alinearse en torno a principios y propósitos compartidos permitirá la máxima autonomía.
- **Información:** Es el medio que permite evolucionar a cualquier tipo de organización. Disponer de un sistema de datos abierto, transparente, ágil y abundante, es lo que crea las condiciones para el surgimiento de respuestas rápidas, bien integradas y efectivas.
- **Relaciones:** Son las vías para potenciar la inteligencia del sistema. A través de las relaciones la información se crea y se transforma. Generar oportunidades de compartir y de encontrarse potencia las conexiones que generan nuevas oportunidades y respuestas integradas.

No es posible planificar intervenciones efectivas sin descubrir lo que hace único a cada organismo. Hemos identificado 3 elementos esenciales sobre los que apalancar el desarrollo ecosistémico sostenible.

ACTIVANDO LA RED



- IDEAS: BENCHMARKING DE OTRAS EXPERIENCIAS
- IDEAS: ESCUCHAR LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS USUARIAS
- IDEAS: EDUCACIÓN - CAMPAÑAS CON EL ALUMNADO (EJ. COLEGIO EUROPA)
- IDEAS: PRODUCTORES PARA QUE NOS CUENTEN
- IDEAS: SIMIL A CONCEPTO FARMACIAS "PRESCRIPCIÓN DEL FARMACEÚTICO"



¿PARA QUÉ QUEREMOS CONSTRUIR ESTA RED?

- QUE UNA ACCIÓN LLEVE A LA OTRA Y NOS LLEVE A UN FIN
- QUEREMOS CRECER (LEVANTAR LAS ALAS)
- CRECER COMO SECTOR EN EL MUNICIPIO
- CREAR CULTURA EN ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE
- FOMENTAR OTRO TIPO DE CONSUMO
- ILUMINAR Y TRAER ALTERNATIVAS
- CREAR UNA CONEXIÓN CON LA TIERRA
- HACER MUCHO RUIDO
- FORMAR PARTE DE ALGO QUE PASA INFORMACIÓN
- APRENDER DE LA MANO
- CREAR MÁS CONSCIENCIA
- CAPTAR USUARIOS - CONSUMIDORES (PESCAR)
- EL COMERCIO DE BARRIO ES RELEVANTE

Reflexiones iniciales de los participantes para dar sentido e iniciar la construcción de la red.

COMENZAMOS A CONSTRUIR EL MARCO DE NUESTRA IDENTIDAD



- SER PEQUEÑO
 - SER LOCAL
 - ESTAR DISPUESTO A CAMBIAR
 - ACTITUD PARA EL CAMBIO
-
- RESPETO Y TOLERANCIA PERO CON LÍMITES CLAROS
 - RESPETO Y TOLERANCIA
 - RESPETO POR LOS VALORES DEFINIDOS
 - PERMEABLE Y ADAPTATIVA
 - ESTILO LOCAL, CERCANO
 - CONTAR EL QUÉ Y EL PARA QUÉ
 - TRANSPARENCIA

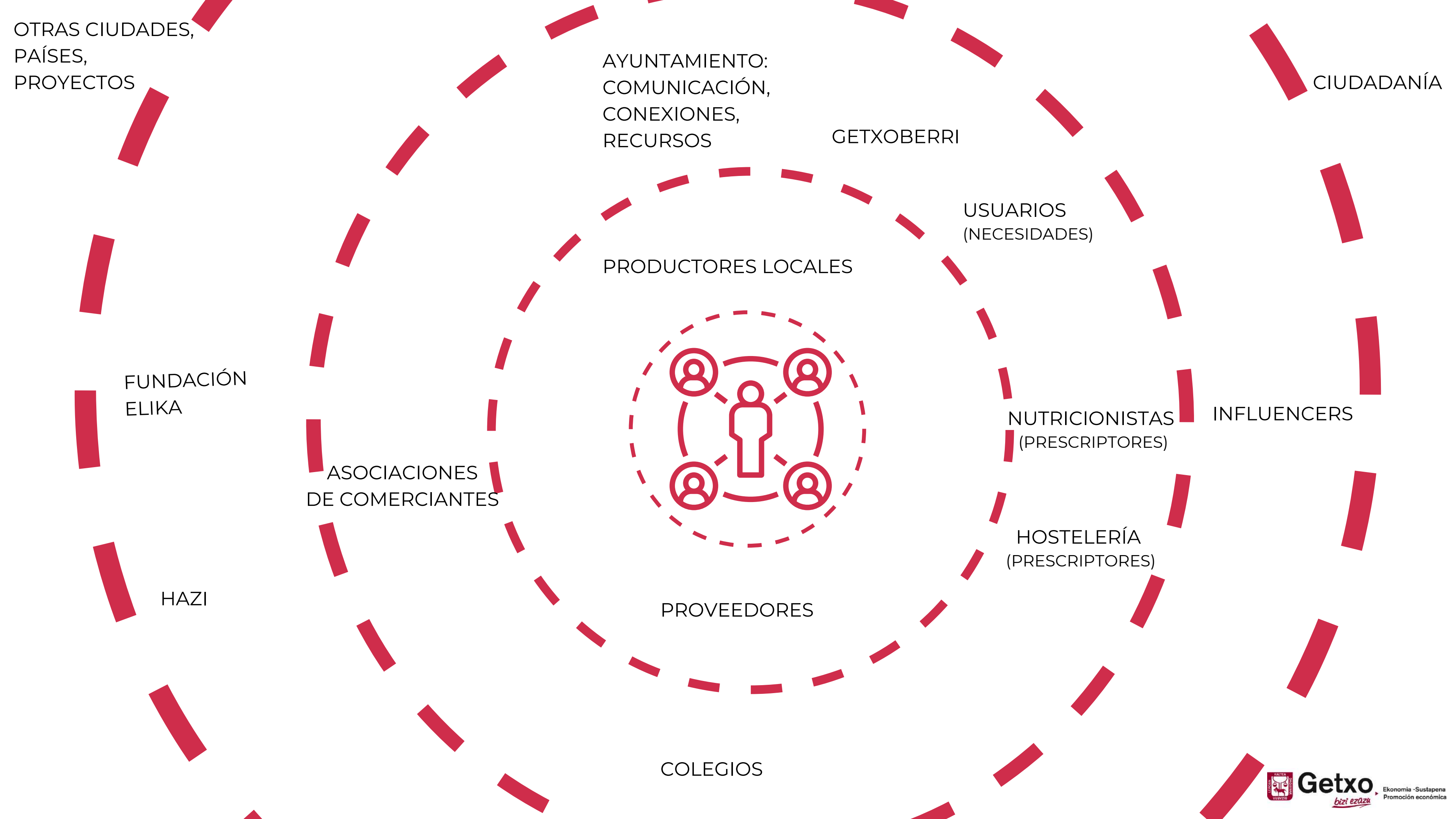
*Reflexiones de las personas participantes en torno a la pregunta
¿Qué elementos, valores, características, principios tendría que tener
esta red? ¿Qué hay que respetar?.*

COMENZAMOS A IDENTIFICAR LAS RELACIONES MÁS RELEVANTES



- OTRAS CIUDADES, PAÍSES, PROYECTOS
- AYUNTAMIENTO: COMUNICACIÓN, CONEXIONES, RECURSOS
- GETXOBERRI
- COLEGIOS
- ASOCIACIONES DE COMERCIANTES
- FUNDACIÓN ELIKA
- HAZI
- NUTRICIONISTAS (PRESCRIPTORES)
- HOSTELERÍA (PRESCRIPTORES)
- INFLUENCERS
- PROVEEDORES
- PRODUCTORES LOCALES
- RELACIONES CON LA CIUDADANÍA
- USUARIOS (NECESIDADES)

*Reflexiones de las personas participantes en torno a la pregunta
¿Con quién nos tendríamos que relacionar? ¿A quién tendríamos que
conocer?*



OTRAS CIUDADES,
PAÍSES,
PROYECTOS

AYUNTAMIENTO:
COMUNICACIÓN,
CONEXIONES,
RECURSOS

GETXOBERRI

CIUDADANÍA

USUARIOS
(NECESIDADES)

PRODUCTORES LOCALES

FUNDACIÓN
ELIKA

ASOCIACIONES
DE COMERCIANTES

NUTRICIONISTAS
(PRESCRIPTORES)

INFLUENCERS

HAZI

HOSTELERÍA
(PRESCRIPTORES)

PROVEEDORES

COLEGIOS

ELIKADURA IRAUNKORRAREN ALDEKO MERKATARITZA-SAREA

#ElikaduraJasangarriaGetxo

Hurbileko produktua

Zero xahutzea

Ekoizpen ekologikoa

Sasoiko produktua

Ekonomia zirkularra

Elikadura osasungarria

Kontsumo arduratsua

f t i @getxolan

Getxo
bizia ez da

Ekonomia • Sustapena
Promoción económica



OBJETIVOS DE LA SESIÓN 3

Identificar y definir los primeros focos de trabajo para activar la red desde acciones concretas que aporten valor común.

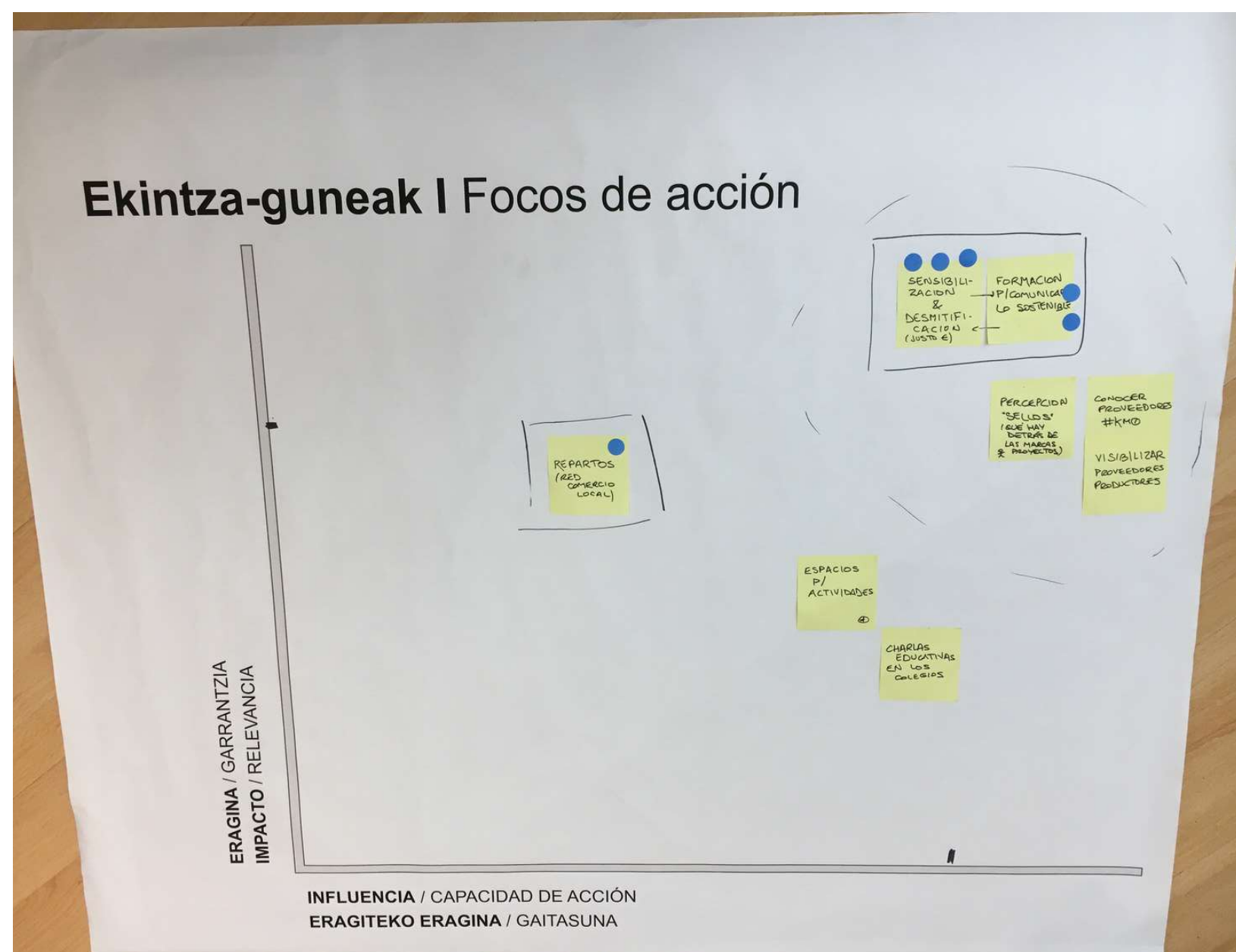
IDENTIFICACIÓN FOCOS DE INTERÉS

Considerando lo trabajado en los talleres anteriores (necesidades, propósito e identidad de la red) las personas participantes identificaron los focos de interés más relevantes. Destacan los siguientes:



- Sensibilización / difusión:
 - Comer Alimentación Sostenible es más gasto
 - Sensibilización social (cultura)
 - Desmitificar que sostenible / saludable = precio elevado
 - Recuperar el valor de lo sostenible
 - Percepción de la ciudadanía sobre lo que hay detrás de lo sostenible
 - Desmitificar información sobre producción ecológica
- Formación para comunicar lo sostenible
 - Explicar, conocer más sobre Alimentación Sostenible
 - Acceso a información
- Visibilizar la red local de proveedores y pequeños productores
- Charlas educativas en colegios
- Espacios para realizar charlas u otras actividades
- Reparto (red de comercio local) con participación del ayuntamiento

PRIORIZACIÓN DE FOCOS DE INTERÉS



Una vez identificados los focos de interés realizamos un doble análisis tanto en cuanto al nivel de relevancia o impacto de cada línea de acción como en cuanto a la capacidad de acción o influencia de la propia red.

En base a este análisis se establecen dos prioridades de acción claras:

1. Sensibilización y desmitificación sobre la alimentación sostenible y formación para comunicar lo sostenible
2. Reparto Sostenible (red de comercio local)



RETO 1: SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN



Situación inicial

- Los comercios estamos aislados y solos no tenemos fuerza, ni estamos transmitiendo el mismo mensaje.
- Desconocemos qué piensa la sociedad y hay mucha desinformación y mitos.
- Hay comercio que desconocen el tema, aunque otras personas y comercios saben mucho.
- Posible conexión con el proyecto #getxoaktibatu.
- Necesidad clara de formación en RRSS.

¿Por qué es importante para los comercios?

- Para transmitir lo que implica la alimentación sostenible.
- Para dar importancia al comercio local.
- Para explicar que el precio es más justo.

Agentes internos

- La red de comercios en pro de una alimentación sostenible

Destinatarios/as

- Los y las comerciantes
- La sociedad (consumo)
- La población más joven

Agentes externos

- Ayuntamiento
- Nutricionistas (prescripción)
- Hostelería (prescripción)
- Agentes y entidades proveedoras
- Personas expertas en la temática

RETO 2: REPARTO SOSTENIBLE



Situación inicial

- Existe demanda real de clientes.
- Algunos comercios ya hacen reparto a domicilio.
- Van a poner la OTA en todo Getxo y se va a dificultar poder aparcar pero va a dotarse de mayor rotación.
- No tenemos identificadas (mapeadas) las ubicaciones actuales de las zonas de carga y descarga y aparcabicis municipales.
- Alguna iniciativa previa del grado de LEINN (Liderazgo e Innovación) de la Universidad de Mondragón estaba explorando en esta idea.
- Existe una iniciativa similar en Leioa.
- Getxo Empresa puso en marcha una prueba piloto pero no conocemos los resultados.

¿Por qué es importante para los comercios?

- Porque la gente no tiene tiempo de ir a la compra.
- Porque minimizaríamos el impacto de muchos coches.
- Porque Getxo cuenta con un importante porcentaje de población mayor.
- Porque necesitamos poner facilidades al cliente.

Agentes internos

- La red de comercios en pro de una alimentación sostenible
- Otras entidades posibles colaboraciones.

Destinatarios/as

- Clientes actuales
- Clientes mayores
- Clientes potenciales

Agentes externos

- Getxo empresa
- Leinn
- Centro especial de empleo (Good Raiders).

PRÓXIMOS PASOS A DAR

El área de promoción económica se compromete a impulsar la puesta en marcha de 2 tipos de actuaciones:

- Dar difusión de la red de comercio en pro de la sostenibilidad alimentaria así como el contenido y los resultados del proceso de cocreación.
- Facilitar la puesta en marcha de 2 equipos de innovación para comenzar a trabajar en los dos retos priorizados:
 - Sensibilización/Formación
 - Reparto sostenible.

ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

#AlimentaciónSostenibleGetxo
#ElikaduraJasangarriaGetxo



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica