



GIPUZKOA DEEP DEMONSTRATION



**Misión Alimentación Sostenible de
Gipuzkoa**

mayo de 2022

GIPUZKOA DEEP DEMONSTRATION

Misión Alimentación Sostenible de Gipuzkoa

Mayo 2022

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES	4
2. IMPORTANCIA DE LA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE	7
2.1 Sector agroalimentario en Gipuzkoa	7
2.2 Población consumidora	9
2.3 Crisis ambiental	11
2.4 Políticas y estrategias	12
2.5 Digitalización como elemento de competitividad	19
2.6 Respuesta del sector alimentario	20
3. ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA MISIÓN DE ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE DE GIPUZKOA.....	24
3.1 Establecimiento del marco de Partida	26
3.2 Establecimiento inicial de Retos	26
3.3 Agentes Implicados - Mapa de agentes relacionados con el ecosistema alimentario de Gipuzkoa	28
3.4 Proceso metodológico de elaboración de la Misión	30
3.5 Diagnóstico de iniciativas y proyectos relacionados con la alimentación sostenible	33
3.6 Sesiones de contraste con agentes.....	40
4. MISION DE ALIMENTACION SOSTENIBLE: ALTERNATIVAS Y DEFINICIÓN FINAL	42
4.1 Proceso de definición de la Misión Alimentación Sostenible de Gipuzkoa	42
4.2 Detalle de conceptos	44
5. PROPUESTA DE ÁREAS PROGRAMÁTICAS PARA EL DESPLIEGE DE LA MISIÓN	47

1

ANTECEDENTES

1. ANTECEDENTES

El presente documento se enmarca en la iniciativa GIPUZKOA DEEP DEMONSTRATION, para la construcción de la Misión de alimentación sostenible en Gipuzkoa. Su objetivo es presentar la Misión de alimentación sostenible de Gipuzkoa establecida como resultado del proceso de investigación y participativo desarrollado.

Gipuzkoa emprendió, con la puesta en marcha de Etorkizuna Eraikiz¹, un camino para identificar conjuntamente los retos del territorio, e ir incorporando elementos de deliberación, escucha a la sociedad y experimentación.

El modelo Etorkizuna Eraikiz se enmarca en la visión de situar a Gipuzkoa como el territorio con menores niveles de desigualdad² y contribuir desde la conceptualización, reflexión y la praxis a la gobernanza colaborativa.

Dentro de Etorkizuna Eraikiz, en 2020 se emprendió un proceso de experimentación avanzada para una transición sostenible social, económica y medioambiental de Gipuzkoa con el acompañamiento de los aliados internacionales Climate-KIC y el Observatorio de Gobernanza Anticipatoria OPSI de la OCDE.

Dicho proceso de experimentación avanzada pone el foco en el enfoque sistémico, la experimentación, la colaboración multiagente y la incorporación del cambio social.

Desde la urgencia y la oportunidad de acelerar la transición sostenible se incide en la necesidad de trabajar de otra forma, con el último objetivo de amplificar el impacto de las actuaciones que realizan distintos agentes, crear nuevas conexiones y actuaciones, extraer nuevos aprendizajes mediante la experimentación e incorporar la visión transversal de la sostenibilidad a las políticas y a las prácticas.

Durante 2021, con el apoyo de Climate-KIC, se hizo un análisis de las actuaciones de la Diputación en torno a Etorkizuna Eraikiz (ver fig.2) con el objetivo de estudiar la contribución de dichas iniciativas a la sostenibilidad a través de múltiples sectores, y conectarlos mejor con el fin de desarrollar conocimientos que puedan ser utilizados por los responsables de la toma de decisiones para cumplir con las ambiciones del Green Deal.

Debido a la complejidad de los retos a los que se enfrenta Gipuzkoa es necesario aplicar un análisis de sistemas y una lógica de portfolio con iniciativas interconectadas que puedan multiplicar sus impactos. Para ello, se situaron dichas iniciativas en base a los ejes de descarbonización, adaptación al cambio climático y cohesión social. Dicha lectura dio como resultado una serie de posibilidades de actuación o nuevas oportunidades sobre las que construir nuevas actuaciones para reforzar la orientación a la sostenibilidad.

Las áreas prioritarias que surgieron del estudio de la cartera de iniciativas o portfolio de Etorkizuna Eraikiz fueron las siguientes:

¹ Modelo Etorkizuna Eraikiz. <https://www.gipuzkoa.eus/es/web/etorkizunaeraikiz/modelo>

² Plan estratégico de la Diputación Foral de Gipuzkoa 2020-2023. https://www.gipuzkoa.eus/documents/20933/11495174/Diputazio_Plan+Estrategico_CAST_ona.pdf/71a4c687-36f5-ee1d-257f-3725364d299b

- Alimentación sostenible y saludable, cadena de alimentación sostenible, nuevos alimentos y hábitos de consumo.
- Nueva movilidad, cambio de paradigma de movilidad, Gipuzkoa como territorio de experimentación para la transición hacia un modelo más digital, sostenible e inteligente
- Construcción sostenible, nuevas oportunidades de negocio con materiales, energía comunitaria.
- Nuevas formas de turismo sostenible, desplazamientos sostenibles, nuevos modelos de turismo.

Dichas áreas constituyen áreas de oportunidad sobre las que actuar en forma de misiones intersectoriales y multinivel, incorporando el cambio social y trabajando bajo un punto de vista sistémico.

Estas misiones se enmarcarán dentro del portfolio de sostenibilidad ofreciendo así la oportunidad al equipo de Gipuzkoa (la Diputación y los actores locales) de aprovechar la metodología de Innovación de Sistemas que han experimentado en 2021. De esta manera, se podrá profundizar en el diseño reflexivo de la composición de los proyectos de Innovación existentes y de las nuevas Posiciones, Áreas de Reconocimiento y Acciones de Innovación con el objeto de crear un sistema de aprendizaje y transformación.

Dada las capacidades del territorio de Gipuzkoa (agentes e iniciativas en dicha área, posicionamiento del territorio) y el potencial de trabajar bajo un punto de vista interconectado e incorporando la variable social, se propone trabajar en una primera fase con las áreas de movilidad y alimentación.

2



IMPORTANCIA DE LA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE EN GIPUZKOA

2. IMPORTANCIA DE LA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

2.1 Sector agroalimentario en Gipuzkoa

Actualmente, la alimentación y la gastronomía juegan un papel importantísimo en la sociedad a nivel económico, social, turístico y cultural en todos los países del mundo, pero de forma muy singular en el País Vasco y concretamente en Gipuzkoa.

Gipuzkoa es un territorio referente a nivel mundial en el mundo de la gastronomía. Además de contar con la concentración más alta de Estrellas Michelin, dispone de un tejido industrial destacado vinculado al conocimiento en el ámbito de la cocina, siendo en algunos casos empresas líderes mundiales en sus sectores. Según el registro de industrias Agrarias y Alimentarias del Gobierno Vasco se contabilizan un total de 622 industrias de transformación alimentaria que realizan 674 actividades.³

Gipuzkoa dispone de un **sector primario**, que si bien a nivel de ocupación del suelo supone un porcentaje reducido (un 7% de ocupación de suelo agrario frente a un 60% de superficie forestal arbolada), supone un fuerte peso en las zonas rurales del territorio.

En Gipuzkoa, 33 de los 88 municipios se consideran zonas rurales (3% de la población), y han experimentado incrementos de población ligeramente superiores a los de Gipuzkoa y la CAPV en su conjunto. Sin embargo, existen entre 8 y 10 municipios con riesgo de despoblamiento en Gipuzkoa. El medio rural tiene, por lo tanto, un rol estratégico para la generación de actividad económica, sostenibilidad y mantenimiento de la biodiversidad y el paisaje, la cultura y la idiosincrasia de Gipuzkoa.

En Gipuzkoa, la producción final agraria alcanza un valor de 130.135,0 miles de € en 2020⁴. El % VAB agropesquero sobre PIB se sitúa en un 0,6%⁵. El territorio cuenta con 615 m² de media de superficie agrícola por habitante⁶ y la proporción de la superficie agrícola en que se practica una agricultura productiva y sostenible es del 3,87%⁷.

Destacan los productos de **calidad diferenciada**: Queso idiazabal, Txakoli de Getaria, guindillas de Ibarra, Euskal sagardo... Son más de 200 los productores adheridos a Euskolabel y hay 258 operadores ecológicos censados en Gipuzkoa.

La superficie agrícola destinada a agricultura ecológica ha aumentado notablemente en Gipuzkoa, habiendo pasado de 627 hectáreas en 2015 hasta 1.326 hectáreas en 2020⁸.

Según Eustat, en el año 2018 el importe neto de la cifra de negocios de la **industria alimentaria de Gipuzkoa** fue de **1.080.317 miles de euros**, con **5.319 personas empleadas** en el sector.

La industria alimentaria representa **el 9% del total de la actividad económica** de Gipuzkoa.

³ Análisis del ecosistema de la gastronomía en Gipuzkoa. <https://www.gipuzkoa.eus/es/web/etorkizunaeraikiz/-/labe>

⁴ Órgano Estadístico del Departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente

⁵ Eustat, avance 2020

⁶ Fomento San Sebastián. Estudio De donde se Alimenta SS.

http://www.fomentosansebastian.eus/images/sectores_emergentes/agroalimentario/nueva_estructura/Resumen_De_donde_se_alimenta_SS.pdf

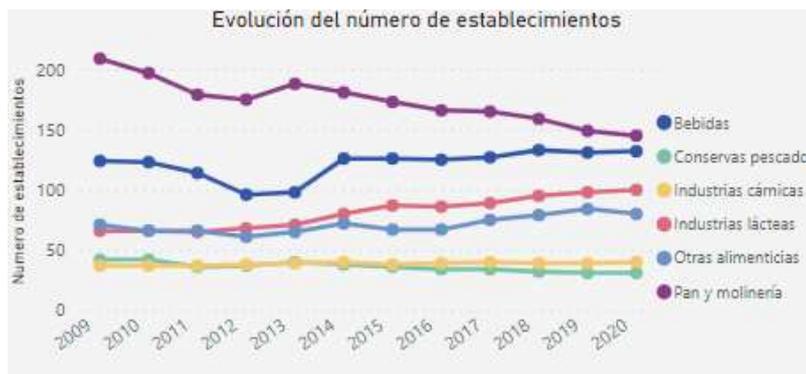
⁷ Eustat. Indicadores de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

⁸ Dpto. de Medio Ambiente y Obras Hidráulicas. Diputación Foral de Gipuzkoa. Tercer informe de avance de los objetivos y metas ambientales en Gipuzkoa. Noviembre 2021

Con un total de **528 establecimientos** registrados en 2020 en Gipuzkoa, destacan el sector de **Pan y molinería** (27,5%), el sector de **bebidas** (25,0%), las industrias lácteas (18,9%), cárnicas (7,6%), conservas de pescado (5,9%) y otras alimenticias (15,2%) ⁹.



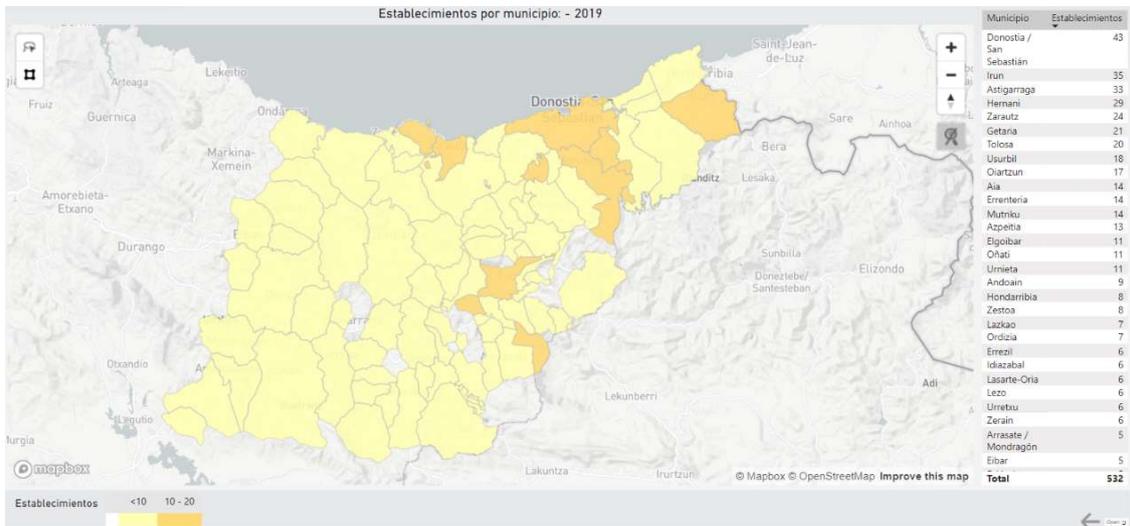
Las industrias lácteas, de bebidas y los establecimientos agrupados en la categoría "otras alimenticias" son las que más han crecido en número en los últimos años en Gipuzkoa.



Por estrato de empleo, dominan con diferencia aquellos establecimientos con 1-5 trabajadores, representando el 69,3% del total de establecimientos.



⁹ Gobierno Vasco. Observatorio de la Cadena de Valor de la Alimentación y de la madera de Euskadi. <https://behatoki.eus/estadisticas/industrias-agroalimentarias>



Fuente: Behatoki. Observatorio de la Cadena de Valor de la Alimentación y la madera de Euskadi. GV¹⁰

En cuanto al **sector de la distribución alimentaria**, Gipuzkoa acapara el 35,3% del total de locales comerciales minoristas especializadas en alimentación del País Vasco (2.276 locales, de un total de 6.447 en el conjunto de la comunidad)¹¹ y las actividades **de restauración y bares** alcanzan los 3.941 locales, representando el 31,3% del total del País Vasco.

2.2 Población consumidora

En relación a la población consumidora de alimentos, Los datos demográficos de la C.A. de Euskadi indican un envejecimiento progresivo de la población. En Gipuzkoa residen 161.618 personas de 65 y más años, representando el 22% de la población del territorio¹².

La población del País Vasco es de la más longevas del planeta. En Gipuzkoa, la esperanza de vida al nacer se sitúa en los 83,21 años según los últimos datos de Eustat¹³; sin embargo, ciertas enfermedades no transmisibles asociadas a la dieta, como son las enfermedades cardiovasculares o la diabetes, cuentan con tasas de mortalidad que se alejan del objetivo ODS 3 de las Naciones Unidas (garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades). Ligado a la dieta, otro indicador importante es el de la obesidad infantil. En el año 2018 la proporción de menores entre 2 y 17 años con obesidad, sobrepeso o peso insuficiente fue del 33,36% en la C.A. de Euskadi, según Eustat.

En cuanto a la sostenibilidad, se está dando un aumento de la demanda de productos de temporada y de proximidad que respeten el ciclo de vida y producidos de forma ecológica por parte de este segmento de clientes. Se une una mayor conciencia en torno al desperdicio de

¹⁰ <https://behatoki.eus/es/estadisticas/industria-alimentaria-y-madera/>

¹¹ Mercasa. La Alimentación en España 2020

¹² Eustat. Panorama estadístico de las personas mayores 2021. Cifras a 01/01/2020

¹³ Eustat. Indicadores de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://www.eustat.eus/indicadores/ods.html>

alimentos y la consideración de la alimentación como elemento central de la salud y su contribución a una vida saludable.

Las familias vascas obtienen 6,7 puntos sobre 10 en su grado de sensibilización y hábitos con impacto medioambiental, según datos elaborados por Eustat. Gipuzkoa es el que mejor puntuación obtiene (6,8) en el global. Los hábitos de ahorro de agua y tratamiento de residuos están muy extendidos entre las familias. Además del aumento de la preocupación por el medio ambiente, en los últimos 5 años aumenta notablemente en Euskadi (+12,9 puntos porcentuales) el valor que se concede al producto local (importante para el 80% de las familias de Gipuzkoa) y a los alimentos con etiqueta ecológica (67,2%).¹⁴

Aunque la concienciación por el cuidado del medioambiente va en aumento la cifra de residuos urbanos generados per cápita en Gipuzkoa excede a la media europea (540 kg/hab generados en 2018 frente a los 488/hab de media de UE-28 ¹⁵).

En el año 2020 cada hogar guipuzcoano desperdició 165 kilos de alimentos según el último estudio del Departamento de Medio Ambiente de la Diputación Foral de Gipuzkoa y la ONG Enraiza Derechos ¹⁶.

Según los últimos datos de la Diputación de Gipuzkoa ¹⁷, en 2020:

- se generaron 1,16 Kg de residuos urbanos por habitante y día (1,23 en 2019).
- El 58% de los residuos domésticos se recogieron de manera selectiva y,
- 431.406 kilogramos de alimentos comestibles fueron recuperados y donados a través del programa "último minuto".

La Covid-19 ha provocado profundos cambios en las prioridades y la percepción de los compradores sobre la sostenibilidad y la salud.

- El 73% de los consumidores a nivel mundial estaría dispuesto a cambiar sus hábitos de compra para reducir el impacto ambiental (Bain & Company)
- El 41% de los adultos españoles tiene previsto seguir una dieta que reduzca el riesgo de padecer enfermedades relacionadas con el estilo de vida, como, por ejemplo, la diabetes (Mintel).
- El 48% de los españoles consideran que los alimentos saludables son demasiado caros para comprarlos de forma habitual (Mintel, julio 2020)

La pandemia ha elevado el valor que los compradores dan a la alimentación saludable, así como a la seguridad y calidad de los alimentos. Pero la compra de alimentos y bebidas tiene un fuerte componente emocional, lo que significa que el sabor no es negociable.

Las nuevas tendencias apuntan a un perfil de consumidor/a que pasa más tiempo en casa, recurre con mayor frecuencia a los canales digitales, busca soluciones de comida prácticas, es más selectivo en sus compras y más exigente con respecto a la protección del medioambiente, el bienestar animal y la responsabilidad social de las marcas.

¹⁴ Eustat. Encuesta Medio Ambiente 2020-Familias. https://www.eustat.eus/elementos/-los-hogares-de-la-ca-de-euskadi-estan-cerca-del-notable-en-el-indicador-de-medio-ambiente-en-2020/not0018840_c.html

¹⁵ Eustat. Indicadores estructurales

¹⁶ Diagnóstico sobre el desperdicio de alimentos en los hogares de Gipuzkoa. <https://www.zerodespifarro.eus/es/calculan-un-desperdicio-alimentario-anual-de-165-kilos-por-hogar-en-gipuzkoa>

¹⁷ Dpto. de Medio Ambiente y Obras Hidráulicas. Diputación Foral de Gipuzkoa. Tercer informe de avance de los objetivos y metas ambientales en Gipuzkoa. Noviembre 2021

El comportamiento de los consumidores seguirá cambiando y, por ello, la agilidad va a ser clave.

Es claro el avance hacia una nutrición más personalizada acorde con las necesidades de cada persona y sus valores éticos. Evolucionamos hacia la nutrición de precisión, donde un mayor conocimiento de nuestros genes, nuestro microbioma y la monitorización a tiempo real de lo que ocurre en nuestro cuerpo ayudará a optimizar nuestra dieta y prevenir determinadas enfermedades con alta prevalencia en la sociedad.

Conseguir mejores niveles de salud y bienestar de la ciudadanía implica trabajar en la reformulación de los productos alimenticios para mejorar su perfil nutricional, fomentar el consumo de productos frescos, locales y de temporada o el poder garantizar el acceso a productos alimenticios necesarios en una dieta equilibrada a colectivos de menor poder adquisitivo.

La preocupación medioambiental por el futuro del planeta está cambiando las perspectivas de la alimentación, y se percibe una demanda mayor de productos "Plant-based" (de origen vegetal), productos comprometidos con el bienestar animal, la lucha contra el despilfarro de alimentos, la contaminación por plásticos, la producción ecológica y los compromisos sociales.

2.3 Crisis ambiental

En relación a la sostenibilidad de los sistemas alimentarios, el aumento de la población a nivel mundial y los sistemas actuales de producción, transformación, comercialización y consumo, han generado una situación de agotamiento de los recursos naturales y de la capacidad planeta para absorber la contaminación generada por los procesos humanos. En concreto el sector agroalimentario es uno de los sectores que mayores impactos tienen en el planeta y al mismo tiempo es uno de los sectores más afectados por los cambios que la tierra está sufriendo, sobre todo en relación al cambio climático.

Si el ser humano sigue basando su dieta en la producción alimentaria tal y como está planteada en la actualidad, la **presión ambiental** sobre el medio ambiente va a **aumentar** entre un **50** y un **92%** para 2050 (fuente: Nature). En concreto, el sistema alimentario mundial es responsable de¹⁸:

- 60% de la pérdida de biodiversidad terrestre,
- 34% de las emisiones de gases invernadero,
- 33% de los suelos degradados,
- explotación total o sobreexplotación de alrededor del 90% de los pescados comerciales,
- sobreexplotación del 20% de los recursos acuíferos,
- Además, el 32% de los alimentos son desechados.

En Euskadi, las emisiones del sector primario de la agricultura, ganadería y pesca han representado el 3% del total de emisiones de gases de efecto invernadero, con 0,6 Mt de CO₂ equivalente. En este sector se consideran todas aquellas emisiones ocasionadas por el consumo de combustibles en instalaciones (bombeos, secaderos, pesca, etc.) que representan el 19% del total, así como las derivadas del ganado y la gestión de los suelos agrícolas, que suponen el 81%. (fuente: Inventario de gases de efecto invernadero de Euskadi – 2019). A estas emisiones habría que sumar las generadas por la industria alimentaria, el transporte de alimentos y los hogares, las

¹⁸ https://www.euskadi.eus/contenidos/plan_departamental/pega/es_def/adjuntos/PEGA.pdf

cuales no están separadas en dicho inventario (Emisiones GEIs Industria- 19%; Transporte- 47%; hogares- 5 %)¹⁹.

Según datos de Ihobe, Gipuzkoa es el territorio con menos emisiones de GEI per cápita (8,1 t/persona en 2019) habiendo experimentado un descenso del 10% respecto al año anterior.

Según la FAO, los impactos que genera la **alimentación basada en proteína animal** no se limitan a los impactos de la **ganadería** misma, sino a la necesidad de generar alimento para el sector a base de **piensos** inocuos y de calidad. Se calcula que la producción animal provoca el 72-78% de las emisiones del sector primario alimentario.

Asimismo, la producción pesquera y agraria son de los sectores que más están siendo afectados por el cambio climático, la desertificación y otros efectos ambientales de la propia actividad humana. En concreto, a través de la disminución del rendimiento agrícola, especialmente en los trópicos, con el aumento de los precios, la reducción de la calidad de los nutrientes y las interrupciones de la cadena de suministro.

Son evidentes las señales del cambio climático. Según uno de los últimos informes²⁰ del Panel Intergubernamental del Cambio Climático (IPCC), la temperatura global de la superficie de la Tierra ya ha aumentado aproximadamente 1°C desde la época preindustrial hasta hoy y, de seguir a este ritmo, podría alcanzar el 1,5 en 2030. Este aumento, aunque pueda parecer insignificante, podría tener terribles consecuencias para muchos ecosistemas, especies y poblaciones de todo el planeta.

Este cambio no solo traería consigo consecuencias ambientales, sino también de corte social. Por ejemplo, el aumento de la temperatura y del nivel de los océanos tendría consecuencias en la transmisión de enfermedades; la destrucción de entornos provocaría la migración forzosa de numerosas poblaciones; o el cambio en los ecosistemas y sus suelos podría provocar una crisis alimentaria.

2.4 Políticas y estrategias

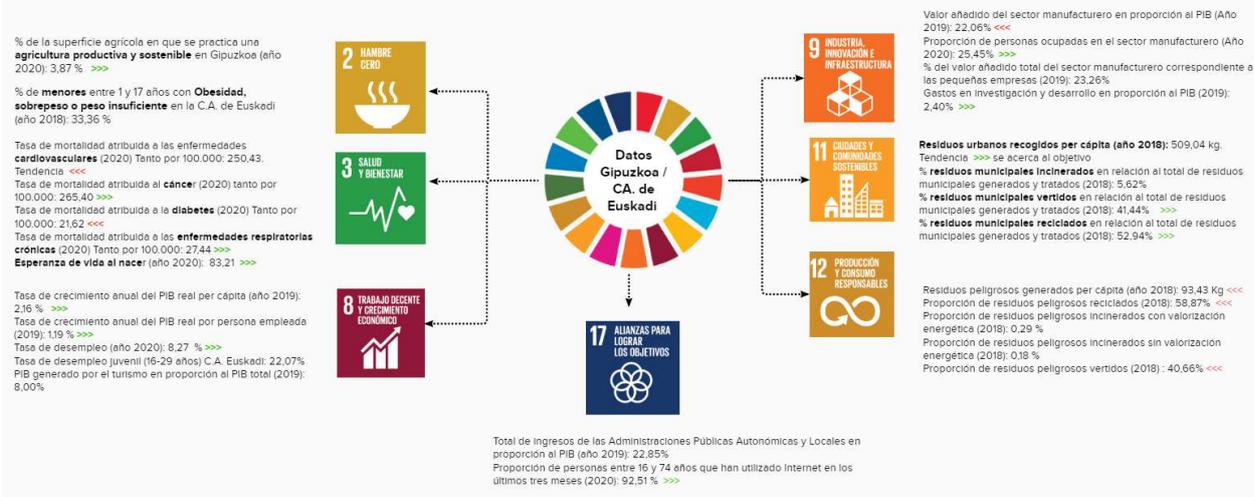
A nivel mundial,

Por todo ello, la alimentación está ahora en la cima de las agendas políticas en todo el mundo a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ONU, 2015). Dos objetivos se relacionan directamente con los alimentos, son el SDG 2, “acabar con el hambre, lograr la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición y promover la sostenibilidad en la agricultura” y el SDG 14, “conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible”.

¹⁹ <https://www.ihobe.eus/publicaciones/inventario-emisiones-gases-efecto-invernadero-pais-vasco-2019-2>

²⁰ Informes sobre el calentamiento global IPCC <https://www.ipcc.ch/sr15/>

INDICADORES DE LA AGENDA 2030 PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE



Estat, Indicadores de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Datos Gipuzkoa y CA.de Euskadi ²¹

Al nivel Europa,

El pacto Verde Europeo²², propuesto por la Unión Europea en diciembre 2019, parte integrante de esta estrategia de la Comisión para aplicar la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, plantea la oportunidad de convertir dicho reto en oportunidad y subraya la necesidad de aumentar la ambición climática.

Los ejes marcados por el Pacto Verde Europeo son los siguientes:

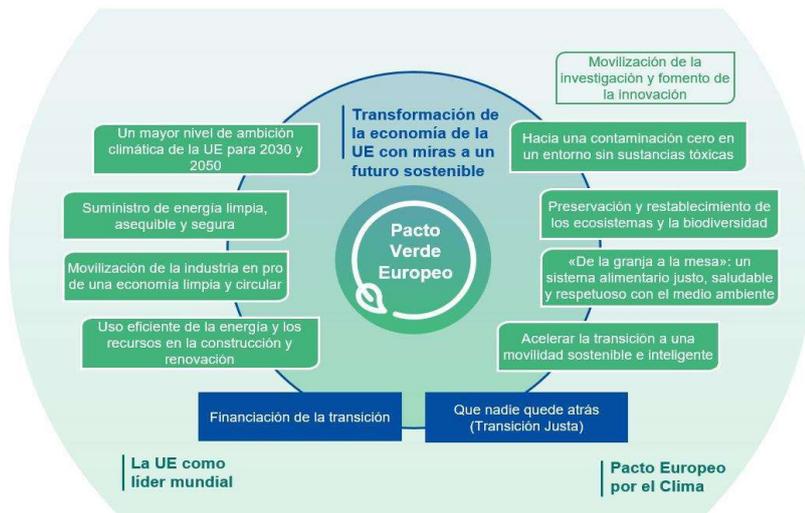


Fig.1. Pacto Verde Europeo

²¹ <https://www.eustat.eu/indic/ods.html>

²² Pacto Verde Europeo. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0004.02/DOC_1&format=PDF

La Comisión Europea, en mayo de 2020 puso en conocimiento la estrategia “de la granja a la mesa”²³ donde se tratan ampliamente los desafíos de los sistemas alimentarios sostenibles y se reconocen los vínculos entre personas sanas, sociedades sanas y un planeta sano.

La UE persigue el objetivo de transformar la manera de producir y de consumir alimentos en Europa para reducir la huella medioambiental de los sistemas alimentarios, reforzar su resiliencia frente a las crisis (por ejemplo, como la sufrida por la pandemia de COVID-19) y garantizar al mismo tiempo la disponibilidad de alimentos saludables y asequibles para la población actual y para las generaciones futuras.

El cambio a un sistema alimentario sostenible puede aportar beneficios ambientales, sanitarios y sociales, ofrecer ventajas económicas y garantizar que la recuperación de la crisis COVID-19 nos sitúe en una senda sostenible.

Algunos de los elementos de la hoja de ruta marcada por la Comisión Europea en dicha estrategia son:

- Garantizar una producción alimentaria (agricultura, pesca, acuicultura, ganadería) sostenible y responsable, sin superar los límites de los ecosistemas.
- Desarrollar nuevos modelos de gobernanza para proteger y valorizar las áreas rurales, así como la conexión entre las realidades urbanas y rurales
- Garantizar la seguridad alimentaria
- Estimular prácticas sostenibles de transformación de alimentos, comercio mayorista y minorista, hostelería y servicios alimentarios
- Promover el consumo sostenible de alimentos y facilitar la transición a dietas saludables y sostenibles
- Reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos
- Luchar contra el fraude alimentario a lo largo de toda la cadena de suministro alimentario

En 2013, la Comisión Europea comenzó a desarrollar una iniciativa llamada huella ambiental de producto (PEF-Product Environmental Footprint), basada en la metodología de análisis de ciclo de vida. Esta iniciativa plantea impulsar una metodología para ser utilizada eventualmente en las próximas políticas y legislaciones europeas relacionadas con la información medioambiental que deberían de incorporar los productos, como componente vital en un "mercado único de productos sostenibles". Dicha metodología y reglas de la aplicación ya están desarrolladas y pueden ser aplicadas por los operadores de la cadena alimentaria.

A nivel Euskadi,

El 30 de julio de 2019 el Gobierno Vasco declaró el estado de emergencia climática²⁴.

²³ Estrategia “de la granja a la mesa” Comisión Europea. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:ea0f9f73-9ab2-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.0004.02/DOC_1&format=PDF

²⁴ Estrategia Cambio Climático KLIMA 2050. <https://www.ihobe.eus/publicaciones/estrategia-cambio-climatico-2050-pais-vasco>

Mediante dicha declaración se quiso reforzar el papel referente del País Vasco en compromiso y medidas de lucha contra el calentamiento global.

Con el objetivo de trasladar a Euskadi el espíritu del Pacto Verde Europeo, el Gobierno Vasco presentó el denominado Basque Green Deal²⁵ cuyos ejes principales son:

- Ambición climática, una propuesta a materializar a través de la reducción de emisiones
- Energía limpia, segura y asequible, un factor imprescindible para la descarbonización de la economía
- Economía circular, poniendo en valor los residuos como fuente de recursos
- Eficiencia energética y construcción sostenible, un motor para la creación de empleo
- Movilidad sostenible, transformando la forma en la que se desplaza la sociedad
- De la granja a la mesa, la sostenibilidad como eje vertebrador de la cadena alimentaria
- Contaminación cero para alcanzar un entorno saludable

El nuevo “Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación Euskadi 2030”²⁶ (PCTI 2030), representa la apuesta estratégica de Euskadi por la Investigación y la Innovación. Ahora, en el horizonte 2030, se centra en la I+D+i como palanca para que la economía vasca mejore su competitividad y avance en una senda de crecimiento sostenible.

Este plan revisa las áreas de especialización inteligente, en base a los ejes 1) tecnológico-digital 2) energético-climática y 3) social-sanitaria.

Fija las siguientes prioridades estratégicas:

- Industria inteligente
- Energías más limpias
- Salud personalizada

Territorios de oportunidad:

- Alimentación saludable y sostenible
- Ecoinnovación
- Ciudades sostenibles
- Euskadi creativa

Y las siguientes iniciativas tractoras transversales (iniciativas colaborativas que impulsan la colaboración transversal entre los ejes estratégicos):

- Envejecimiento saludable
- Movilidad eléctrica
- Economía circular

²⁵ Basque Green Deal <https://www.ihobe.eus/actualidad/basque-green-deal-modelo-vasco-para-un-desarrollo-economico-justo-y-sostenible>

²⁶ PCTI Euskadi 2030. <https://www.spri.eus/es/tecnologia-comunicacion/resumen-del-plan-de-ciencia-tecnologia-e-innovacion-pcti-euskadi/>



La ESTRATEGIA DE ECONOMÍA CIRCULAR DE EUSKADI 2030²⁷ propone como reto en materia específicamente alimentaria, la prevención, la reducción, la reutilización y la revalorización de los excedentes alimentarios. Esto es debido a que, en Euskadi, se estima que cada año el despilfarro alimentario supera las 380.000 toneladas, aproximadamente 182 kg de alimentos por habitante. Esta cifra incorpora no sólo los alimentos desechados en los hogares (el 15% de los alimentos de los hogares vascos acaba en la basura), sino también el resto de los residuos generados a lo largo del ciclo de producción y distribución de los alimentos. De acuerdo con los estudios realizados, el despilfarro alimentario se concentra principalmente en dos puntos de la cadena: los procesos de producción en la industria agroalimentaria y el consumo en los hogares y comercios.

PLAN ESTRATÉGICO DE LA GASTRONOMÍA Y ALIMENTACIÓN DE EUSKADI 2024 (PEGA BERRIA) tiene como objetivo trabajar y avanzar en las 4 S de la alimentación y gastronomía vasca: Segura, Saludable, Singular y Sostenible (social, cultural, económico y medioambientalmente).



Impulsar, promover y desarrollar la gastronomía y la alimentación como un sector estratégico para la economía de Euskadi por su capacidad para generar empleo y actividad económica, conservar el patrimonio cultural gastronómico y los recursos naturales y paisajísticos. Promover la gastronomía e industria alimentaria, en especial, la que tracciona un producto local de calidad y saludable, que impulsa la sostenibilidad, la creación de una propuesta de valor turística de calidad.

Entre otros objetivos, plantea incrementar en un 25% el VAB de la Cadena de Valor de la Alimentación y la Gastronomía durante el periodo 2020-2024, así como un en un 15% el VAB del sector primario y de la Industria de la Alimentación y Bebidas durante el periodo 2020-2024.

A nivel Gipuzkoa,

AGENDAS 21 LOCALES Y DE LA PLANIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD

27

https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/economia_circular/es_def/adjuntos/EstrategiaEconomiaCircular2030.pdf

La planificación de la acción municipal para la sostenibilidad local en Gipuzkoa se ha venido desarrollando principalmente a través de procesos de Agenda 21 local, cuya andadura se inició en Gipuzkoa hace casi veinte años y que han tenido un notable desarrollo en el Territorio, de modo que prácticamente todos los municipios guipuzcoanos han contado con un proceso de AL21 vigente en algún momento.

COMPROMISO DE LOS MUNICIPIOS GUIPUZCOANOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

La Carta de las Ciudades Europeas hacia la Sostenibilidad —carta de Aalborg— fue firmada por el 88% de los municipios de Gipuzkoa.

El 71 % de los municipios de Gipuzkoa han firmado la denominada Declaración Vasca que fue adoptada en la 8ª Conferencia Europea de Ciudades y Pueblos Sostenible celebrada en Bilbao en 2016. A través de la Declaración Vasca, los municipios se comprometen a apoyar la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y el Acuerdo del Clima de París e implementar y monitorizar acciones de transformación.

PLANES COMARCALES DE ENERGÍA

La reducción de la dependencia energética surgirá por una agregación de acciones de pequeñas comunidades colindantes y en una triple clave: (1) consumo y ahorro de energía, (2) generación de energía de forma cercana al consumo y (3) provisión de bienes y servicios energéticos demandados por la ciudadanía y en clave de economía local.

Se considera que es de vital importancia que las entidades locales (la propia Diputación, los ayuntamientos y otros entes locales) trabajen conjuntamente en el impulso de un plano de acción en materia de energía desde el punto de vista de la población, implicando a todos los sectores consumidores (hogares urbanos y rurales, pymes, pequeño comercio, servicios públicos, etc.). En estos momentos 8 comarcas de Gipuzkoa que agrupan a 81 municipios tengan elaborado sus respectivos planes de acción en energía. Para ello está siendo imprescindible la colaboración de las agencias de desarrollo económico comarcal, la de los ayuntamientos y la de algunas asociaciones ciudadanas.

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD ENERGÉTICA DE GIPUZKOA 2050



La Diputación Foral de Gipuzkoa está comprometida con la lucha contra el cambio climático y la sostenibilidad energética, y quiere seguir dando respuesta al llamamiento a las administraciones locales realizado en el Acuerdo de París (COP21-2015) para hacer frente al fenómeno climático en constante relación con su ciudadanía, con el fin de limitar el aumento de la temperatura media de la tierra —calentamiento global— a 1'5 °C, con respecto a los niveles preindustriales. El

Acuerdo de Glasgow, adoptado por casi 200 países —entre ellos España— en la recientemente celebrada COP26, mantiene vivo dicho objetivo.

Por ello, mediante Decreto Foral 18/2018, de 29 de mayo, se aprobó la Estrategia Guipuzcoana de Lucha Contra el Cambio Climático 2050 (Gipuzkoa Klima 2050), la cual está alineada con la estrategia autonómica y las disposiciones estatales y europeas. Gipuzkoa Klima 2050 dispone, entre otras muchas acciones, la elaboración de una estrategia de sostenibilidad energética para Gipuzkoa, esto es, una hoja de ruta para el impulso y coordinación de la acción en sostenibilidad energética en todos los sectores consumidores en el territorio.

Entre los objetivos estratégicos del documento se encuentra la reducción de las emisiones GEI con origen en el consumo de energía, prevenir la pobreza y vulnerabilidad energética y empoderar a la ciudadanía guipuzcoana para asumir su nuevo rol en el centro del sistema energético, impulsar el ahorro y la eficiencia energética para una gestión de la demanda energética sostenible, impulsar el aumento de la producción primaria de energía en Gipuzkoa a través del modelo de generación distribuida para autoconsumo en base a la utilización de las fuentes renovables, impulsar un sector público foral cero emisiones GEI energéticas y promover una gobernanza energética local basada en el multiliderazgo con la participación y el compromiso de todos los agentes locales, públicos y privados, y buscando la coordinación con otros órganos competentes.

OBSERVATORIO DE SOSTENIBILIDAD DE GIPUZKOA

Observatorio de la Sostenibilidad de Gipuzkoa es la marca que aglutina la acción de la Dirección General de Medio Ambiente de la DFG en favor de la Sostenibilidad de Territorial y local en Gipuzkoa.

Este observatorio desarrolla un programa activo de apoyo a los ayuntamientos y comarcas en la implantación y seguimiento de sus procesos de sostenibilidad local —articulados a través de la Agenda 21 Local u otros tipos de planificaciones y procesos—, así como en impulsar la coherencia de la acción local y la Foral para la sostenibilidad.

Su actividad ha ido dirigida principalmente a apoyar a los ayuntamientos y comarcas en la formulación, implantación y seguimiento las AL21 locales, incluyendo entre otros aspectos, la financiación de acciones planificadas a través de la AL21, el apoyo a la contratación de personal técnico y la asistencia técnica en la evaluación de la ejecución de los PAL.

ESTRATEGIA GUIPUZCOANA DE LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO 2050

A pesar de que la estrategia KLIMA 2050 ha sido concebida como una herramienta transversal del Gobierno Vasco, la Diputación Foral de Gipuzkoa viene trabajando en la lucha contra el cambio climática, directa o indirectamente, mediante diversas políticas sectoriales.

INFRAESTRUCTURA VERDE

La infraestructura verde se concibe como una red de espacios y elementos que mejoran la resiliencia ante impactos como el cambio climático, contribuyen a la conservación de la biodiversidad y benefician a las poblaciones humanas mediante el mantenimiento y mejora de los servicios de los ecosistemas.

Los servicios ecosistémicos son el conjunto de beneficios que las personas y la sociedad obtienen del propio funcionamiento de los ecosistemas. Por ejemplo, la producción de agua limpia, la formación de suelo, la regulación del clima por parte de los bosques, la polinización, la conservación de la biodiversidad, etc.

El desarrollo de redes de infraestructura verde se encuentra prevista en las Directrices de Ordenación del Territorio, que define una red básica para la CAPV y define los criterios para que, a través de los Planes Territoriales Parciales y el planeamiento urbanístico municipal, se establezcan redes comarcales y locales.

2.5 Digitalización como elemento de competitividad

La aparición y el desarrollo vertiginoso de diferentes conceptos y tecnologías digitales, junto al internet de las cosas, están haciendo que la sociedad se transforme a pasos agigantados. Estas nuevas herramientas están generando nuevas formas de trabajar y comunicarse que hace también florecer nuevos modelos de negocio adaptados a este nuevo entorno.

La adecuada digitalización y conectividad de los procesos junto a las denominadas tecnologías 4.0, permiten el intercambio de información objetiva a lo largo de la cadena de valor posibilitando un nuevo concepto de cadena de valor conectada e inteligente.

Algunos sectores, como el de manufactura o el farmacéutico, han integrado ya estas tecnologías. Sin embargo, el sector alimentario, se encuentra en estados previos de digitalización, debido en gran parte a la complejidad y heterogeneidad de las diferentes matrices alimentarias y también a la componente artesanal de muchos de los procesos y a su relación con la percepción de calidad de los productos. En concreto, la cadena de valor vasca del sector alimentario actualmente encuentra unos retos comunes a superar ²⁸:

Avanzar hacia una madurez digital en toda la cadena: muchos equipos e infraestructuras de hace muchos años, en muchos casos, no permiten una digitalización fácil o inmediata.

Trabajar de forma conjunta por una conectividad, comunicación e información tanto internamente en las empresas como externamente al resto de la cadena, con objeto de mejorar la trazabilidad y el uso inteligente de la información.

Disponer de herramientas para la toma de datos (monitorización de parámetros críticos o de interés) y obtener información objetiva sobre sus procesos u operativas y, menos aún, ayuden para la toma de decisiones en base a criterios objetivos estandarizados u homogenizados.

Reducir el desequilibrio en el grado de digitalización a lo largo de toda la cadena de valor: Actualmente existe un alto grado de aplicaciones y herramientas orientadas al consumidor, pero un menor nivel de digitalización en el resto de los eslabones de la cadena agroalimentaria.

Fomentar el conocimiento del uso, potencialidades e impacto de las herramientas 4.0. El hecho de tener un abanico tan abierto de nuevas tecnologías y con poco espacio para contrastarlas y demostrarlas, hace que sea difícil por parte del sector seleccionar aquellas que más se adaptan a sus necesidades.

²⁸ <https://www.azti.es/aztinnova/guia/diagnostico-y-hoja-de-ruta-4-0-de-la-industria-alimentaria-de-euskadi/>

La implantación inteligente, gradual y consensuada de las tecnologías digitales y 4.0 (ver gráfico), permitirá entre otras utilidades un uso e intercambio de información entre procesos dentro y entre diferentes agentes de la cadena agroalimentaria (también con administraciones, instituciones y ciudadanía), permitiendo tomar decisiones en tiempo real y ajustar cada proceso y producto a posibles cambios, de una manera flexible, precisa y eficiente, maximizando así el rendimiento de la cadena de valor. Asimismo, permitirá anticiparse al comportamiento y necesidades de los clientes y consumidores, adaptando la producción a un modelo bajo demanda, reduciendo desperdicio alimentario y aumentando la satisfacción de clientes y consumidores. En definitiva, todo ello redundará en una disminución de costes (de producción, logística y gestión de la calidad) y de tiempo en las diferentes operaciones, optimización de la venta y distribución, posibilidad de ofrecer una mejor respuesta al consumidor, entornos de trabajo más flexibles y amigables, el uso más eficiente de materias primas (pesca, agrícola, ganadero, acuícola), materiales, agua y energía, disminución de rechazos, residuos y reprocesamientos, control de calidad y bienestar animal continuo en tiempo real y predictivo y un incremento de la automatización para mejorar la calidad y seguridad alimentaria y laboral así como la reducción de los errores humanos.



Gráfico: tecnologías digitales y 4.0

2.6 Respuesta del sector alimentario

Analizando la actividad de lanzamiento de nuevos alimentos y bebidas en el mercado nacional en el último año²⁹ vemos que se confirman estas tendencias: la sostenibilidad ha cobrado un protagonismo especial, así como las formulaciones menos procesadas, de origen vegetal (Plant-based) y con propiedades funcionales (mejora inmunidad, por ejemplo). Aumentan de forma significativa ciertos claims o alegaciones de fabricante, como, por ejemplo: Carbono neutral

²⁹ MINTEL GNPD. Base de datos de Innovación y lanzamiento de alimentos y bebidas a nivel mundial

(+333.3%), antioxidante (+200%), funcional-cardiovascular (+100%) o Funcional – relajante o mejora de sueño (+100%).

En el periodo noviembre 2020-octubre 2021, las alegaciones relacionadas con “ético & ecológico” han sido las principales (38.1%) en los lanzamientos de nuevos productos a nivel nacional. Le siguen, con un 37,5%, las afirmaciones “apto para” (bajo en/sin agentes alergénicos sin gluten, vegano/sin ingredientes animales, ...) y con un 28.9% los claims asociados a lo “Natural” (orgánico, sin aditivos/conservantes...). En cuanto a declaraciones de sostenibilidad han predominado las siguientes: envase respetuoso con el medioambiente, reciclable, sostenible hábitat/recursos y producto respetuoso con el medioambiente.

También se observa un aumento de lanzamientos de nuevos productos asociados al fenómeno del “upcycling”, que aprovechan los excedentes o residuos de la cadena de valor de la alimentación, contribuyendo a combatir el desperdicio alimentario. Si bien es aún nicho, va en aumento.

Como soluciones y respuestas a los retos ambientales y de sostenibilidad ambiental, social y económica planteados, el sector agroalimentario se plantea nuevos modelos de producción y consumo sostenible basado los siguientes pilares: 1) Aprovisionamiento sostenible y local; 2) ecodiseño de alimentos e instalaciones; 3) producción eficiente y sostenible; 4) recuperación y aprovechamiento de fracciones alimentarias y materiales; 5) sistemas de evaluación y comunicación de la sostenible; 5) Sostenibilidad social.

Cuando hablamos de aprovisionamiento sostenible, se refiere a la elaboración de alimentos que utiliza materias primas lo más locales posibles, los cuales hayan sido producidos de una forma responsable y sostenible, evitando la sobre explotación de los recursos o la degradación de los ecosistemas. Este proceso implica la elaboración y publicación de políticas de aprovisionamiento sostenible, así como desarrollar sistemas de trazabilidad integral y transparente con objeto de ofrecer confianza al consumidor. Este esfuerzo de proveerse de materias primas locales y sostenibles, fomentará de forma directa el aumento de la sostenibilidad del sector primario gipuzkoano, así como el establecimiento de acuerdos de compraventa a nivel local tan necesarios.

El ecodiseño de alimentos e instalaciones puede definirse como las acciones orientadas a la mejora ambiental de producto en todo su ciclo de vida (desde la extracción o producción primaria de materias primas hasta el fin de vida de los alimentos, pasando por la transformación, transporte, comercialización, etc.) definidas en la etapa inicial de diseño, lo cual permite tomar decisiones antes de invertir en una planta de fabricación o tomar decisiones finales de cómo será dicho alimento. En el proceso de diseño de nuevos alimentos o mejora de los actuales, es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos: ética y medioambiente, seguridad alimentaria e inocuidad, comodidad, calidad nutricional, percepción y preferencia (sensorialidad) por parte del consumidor, costes de producción, tipo y formato de envasado.

Una de las principales estrategias que las empresas de la cadena agroalimentaria deben aplicar para reducir su impacto ambiental y optimizar costes, es la implantación de un plan de producción limpia o ecoeficiente, los cuales están dirigidos a reducir el uso de recursos naturales: agua, energía, materias primas y auxiliares, envases y embalajes; así como la reducción de la generación de mermas, rechazos, residuos, vertidos y emisiones. Hasta la fecha, muchas empresas alimentarias han implantado estos planes, pero existe todavía hoy en día un porcentaje alto de empresas que todavía no han aplicado plenamente estas técnicas o tienen un claro potencial de mejora. El uso ultra-eficiente de los recursos naturales se ha convertido en un factor importante

de competitividad del sector agroalimentario. Estas materias serán cada vez más escasas y/o más costosas de obtener con la calidad requerida, por lo que, en un futuro no muy lejano, no es descabellado prever que las empresas que mejor utilizar dichos recursos tengan a su favor un factor de supervivencia importante. Mencionar que la digitalización y la aplicación de soluciones 4.0 tiene ya un papel muy importante en la mejora de la ecoeficiencia.

Otro aspecto no menos importante, es la máxima recuperación y valorización de las fracciones alimentarias que se generan en subproducto ó residuo a lo largo de los eslabones de la cadena alimentaria. Estas fracciones alimentarias no aprovechadas, puede ser consideradas materias primas vegetales y animales, las cuales tienen un potencial nutritivo y una calidad alimentaria inicialmente adecuada. Para permitir su aprovechamiento fiable y seguro, es necesario generar las infraestructuras necesarias y superar las dificultades técnicas para desarrollar nuevas cadenas de valor alimentaria, produciendo nuevos ingredientes y productos alimentarios (alimentación humana y/o animal) seguros y sostenibles, conforme a la normativa vigente. Son nuevas actividades de economía circular y redonda directamente en la reducción de pérdidas y desperdicio alimentario.

En relación a la compra de alimentos responsable, es necesario proveer a las personas consumidoras de un método robusto capaz de informar y motivar a los consumidores hacia patrones de consumo más sostenibles y, simultáneamente, incitar a las empresas agroalimentarias a reducir la generación de impactos ambientales a lo largo de la cadena de suministro. Este método debe ser robusto, consensuado y armonizado, sí como visual y fácil de entender para evitar más confusión en el consumidor.

Asimismo, integrar de la sostenibilidad social en todas las actuaciones es ya un imperativo en la sociedad actual: los nuevos ecosistemas de alimentación deben promover el ejercicio responsable de las libertades y derechos humanos, mantener un adecuado nivel de vida en la población, mantener niveles apropiados de educación, capacitación y concientización, garantizar una situación de igualdad entre géneros, facilitar la creación, diversidad e integración cultural, promover la solidaridad entre personas y comunidades, así como garantizar el trabajo digno, seguro y estable.

3



ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA MISIÓN

3. ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA MISIÓN DE ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE DE GIPUZKOA

El consenso en torno a la **complejidad**³⁰ del contexto actual es amplio. La realidad y el entorno nos presenta retos ante los que necesitamos generar nuevas y diversas soluciones. Por otra parte, las relaciones son cada vez más multilaterales, estamos cada vez más interconectados. No tenemos las respuestas, y necesitamos pensar, experimentar en las respuestas a las preguntas conjuntamente. Estamos, al fin y al cabo, hablando de **innovación a gran escala**.

Basándonos en el trabajo de establecer el contexto y de importancia de la alimentación sostenible a varios niveles y desde distintos puntos de vista, se ha desarrollado un mecanismo de innovación a gran escala para generar una misión **como parte del portfolio de sostenibilidad**, utilizando la metodología de innovación de sistemas para hacer realidad la transformación que buscamos y enriqueciendo la visión de Etorkizuna Eraikiz con la perspectiva de la sostenibilidad.

La innovación orientada a misiones trata de resolver los retos de la sociedad, así como para generar crecimiento económico, bienestar y efectos indirectos de la tecnología. Dicha forma de innovación requiere nuevas colaboraciones entre sectores, agencias y disciplinas, así como el apoyo a las tecnologías que se unirán para resolver estos retos.

Para ello, es necesario:

- Resolver los grandes retos mediante misiones intersectoriales
- Conectar las estrategias industriales y de investigación con dichas misiones y el portfolio de sostenibilidad, a través de nuevos mecanismos de colaboración
- Promover múltiples misiones para resolver problemas sistémicos y sociales
- Promover nuevas formas de trabajar y nuevas capacidades dentro del sector público
- Apoyar sistemáticamente el desarrollo de la ciencia, la tecnología y las artes
- Fomentar las capacidades sectoriales y la capacidad de absorción
- Invertir en las capacidades del sector público y trabajar en todas las instituciones
- Conectar con la ciudadanía, movilizándolo el cambio social y de comportamiento
- Apalancar y atraer nuevas formas de inversión.

La incorporación de estas misiones como áreas clave de actuación dentro de un enfoque portfolio tiene los siguientes elementos de valor añadido:

❖ **Impulsa la definición de grandes retos a los que deliberadamente se debe responder de forma multisectorial.**

En vez de definir esos retos de forma compartimentada de forma que se propicien respuestas parciales y sectoriales, impulsa una visión poliédrica donde se aporten y enriquezcan visiones desde diferentes ámbitos.

❖ **Incorpora la visión de ecosistema.**

Se trabaja desde el punto de vista de ecosistema, bajo una visión de diferentes agentes, conexiones y portafolio de iniciativas.

❖ **Incorpora las dimensiones medioambiental, económica y social, promoviendo el desarrollo sostenible.**

Tanto en la definición del reto como en el desarrollo de posibles soluciones se trabaja con un triple eje medioambiental-económico-social, desde la innovación a la toma de decisiones.

❖ **Ahonda en las formas de colaboración público-privada.**

Se crean nuevos espacios, conexiones y sinergias entre agentes, nuevas formas de colaboración, oportunidades de aprendizaje e inteligencia colectiva.

❖ **Desarrolla nuevas capacidades entre los agentes públicos y privados.**

Contribuye al desarrollo de nuevas capacidades al desarrollar nuevas herramientas, incorporación de nuevas visiones, mayor experimentación, mayor colaboración, etc.

❖ **Incorpora el cambio social al cambio sostenible.**

Incorpora en el proceso la variable social, se plantea las posiciones u opciones de cambio presentes en la sociedad ante el reto planteado, así como formas de aumentar la colaboración con la ciudadanía.

A lo largo del proceso de construcción de la Misión de ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE de Gipuzkoa, se han llevado a cabo las siguientes actividades bajo el siguiente esquema de actuación:



3.1 Establecimiento del marco de Partida

Inicialmente ha sido necesario establecer un mapa de contexto a varios niveles con objeto de establecer los principales retos a los cuales deba responder la misión alimentación sostenible en Gipuzkoa. Los aspectos trabajados que han sido (Ver resultado en apartado X):

- Políticas y estrategias
- Diagnóstico /mapa del ecosistema alimentario
- Evolución población consumidora
- Crisis ambiental
- Respuesta de instituciones gubernamentales
- Digitalización como elemento de competitividad
- Respuesta del sector alimentar

3.2 Establecimiento inicial de Retos

En base a todo el trabajo de diagnóstico y contexto realizados sobre el ecosistema alimentario de Gipuzkoa, Se han establecido una serie de retos iniciales a las que previsiblemente la Misión que se ha establecido debe responder de forma interconectada, multisectorial, con la participación activa de la ciudadanía y los actores público-privados implicados. Los retos iniciales planteados son:

Retos equilibrio territorial

- **Reducción de desperdicio de alimentos** en toda la cadena alimentaria y máximo aprovechamiento de los subproductos y fracciones alimentarias infrautilizadas. **Concienciación de la ciudadanía** para un mejor aprovechamiento de los alimentos en el hogar.
- Aumento de la **resiliencia** de los ecosistemas y comunidades rurales
- **Reforzar el tejido** en la industria alimentaria o de la transformación
- Puesta en valor e **impulso del producto local y de cercanía**. Fomento de los productos locales **necesariamente sostenibles** y las cadenas cortas de comercialización.
- Generar **nuevas cadenas de valor y modelos de negocio circulares**, que permitan utilizar materias primas y auxiliares más sostenibles y provenientes de materias primas secundarias.

Retos sociales

- Aseguramiento de la **sostenibilidad social** de las cadenas alimentarias teniendo en cuenta a los **trabajadores y actores** de la cadena, sociedad y **comunidades locales**, colectivos **desfavorecidos**, personas **consumidoras** e **igualdad** de oportunidades.
- Fomentar el **consumo responsable y sostenible** a través sistemas eficientes, de información / **comunicación clara y entendible** de la sostenibilidad de los alimentos basado en **estándares robustos, veraces, verificables y armonizados** a nivel europeo.

- Aumentar el **bienestar** social y calidad de vida de los y las gipuzkoanas a través de una **alimentación saludable y sostenible**.
- Abordar la **equidad nutricional** y el fomento de las **dietas saludables** como estrategia para luchar **contra enfermedades** ligadas con el estilo de vida (obesidad, diabetes, enfermedades cardiovasculares...).
- Producción de alimentos más **sanos, naturales y sostenibles**, a la vez que **asequibles y accesibles** a la población.
- **Transparencia en la trazabilidad** de los productos locales para que los consumidores cuenten con mejores herramientas que faciliten una **compra más informada y responsable**

Retos colaboración público-privada

- **Alineamiento** de políticas, estrategias, objetivos y acciones promovidas desde los diferentes actores público y privados. Búsqueda de **sinergias** entre administraciones y actores privados: **aprovechamiento** de conocimiento, unificación o conectividad de datos y experiencias **acumuladas**.
- **Integración de la ciudadanía /consumidoras** y consumidores y otros actores en la toma de decisiones. Mejora de **sentimiento de comunidad e implicación** de la ciudadanía en el sector. Iniciativas pioneras en materia de información al consumidor, con campañas y sistemas de etiquetado que ayuden a hacer elecciones alimentarias más saludables y con menor huella ambiental
- **Cooperación para incrementar la masa crítica empresarial** alimentaria sin perder la **tradición familiar, la microeconomía y el justo reparto** de la riqueza.
- Fomentar el **emprendimiento** y la atracción del **talento** y la **inversión**.
- Acelerar la **innovación alimentaria** sostenible a través de *start-ups* y otros mecanismos.

Retos ambientales y tecnológicos

- Formas de producción **agraria y pesca de menor impacto ambiental y más sostenibles** (aplicables también a ganadería y acuicultura), incluyendo el uso del suelo sostenible (agricultura y silvicultura), **preservando los ecosistemas y la biodiversidad**.
- **Ecodiseño de nuevos alimentos** y dietas que respondan a las tendencias actuales: Nutrición personalizada, Nuevos alimentos para el envejecimiento saludable, nueva oferta de productos *plant-based* con características organolépticas y composición nutricional mejorada, snacks saludables para población infantil, etc.
- Alcanzar la **máxima ecoeficiencia de los procesos** de producción, transformación y comercialización, reduciendo al mínimo necesario el uso recursos naturales (agua, energía, materiales, etc.), así como pérdidas y rechazos. Fomento del aumento de la productividad y, entre otros aspectos, la **reducción de costes**.
- Aseguramiento de la **trazabilidad integral y transparencia** de los productos alimentarios.

- **Investigación, desarrollo e incorporación** de tecnologías y soluciones viables en torno a nuevas formas de producción y elaboración de alimentos de una forma más eficiente y sostenible.
- Nuevas fuentes de **nutrientes y proteínas alternativas** saludables y más sostenibles.
- **Reducir** el uso global de **plásticos y envases y embalajes**. Sustitución por materiales más sostenibles.

Por último, **acelerar la digitalización y conectividad** de la cadena alimentaria, así como de los **sistemas de información público-privada** como herramienta de última generación para la toma de decisiones y como herramientas de última generación para **alcanzar todos los retos** planteados.

3.3 Agentes Implicados - Mapa de agentes relacionados con el ecosistema alimentario de Gipuzkoa

Entendiendo que el despliegue de la Misión de la Alimentación Sostenible de Gipuzkoa se enmarca en un ecosistema integrado por varios agentes de diferente naturaleza que deben ser considerados y que, potencialmente, podrían participar en él, se ha construido un **mapa con los principales agentes del ecosistema** de la alimentación sostenible del Territorio.

En concreto, se han identificado un total de 143 agentes, que se agrupan en los siguientes grupos:

- **GRUPO 1. Sector primario/productivo.** Asociaciones de productores, cooperativas agroganaderas, sindicatos agrarios, empresas que brindan servicios de asesoramiento al sector agrario, asociaciones de fomento de la agricultura y ganadería ecológica ...*(21 agentes)*.
- **GRUPO 2. Administraciones, Ayuntamientos y otras instituciones** del ámbito público que promueven el desarrollo de la alimentación sostenible. *(8 agentes)*.
- **GRUPO 3. Agencias de desarrollo.** Agencias de desarrollo local que promueven el desarrollo socioeconómico de las comarcas de Gipuzkoa, asociaciones de desarrollo rural *(14 agentes)*.
- **GRUPO 4. Empresas de Transformación de alimentos y bebidas, del sector Horeca y la distribución alimentaria** *(30 agentes)*.
- **GRUPO 5. Agentes académicos/educación:** Universidades, centros de formación, colegios/ikastolas *(7 agentes)*.
- **GRUPO 6. Agentes de I+D+i:** Centros Tecnológicos y Universidades. Entidades que ofrecen apoyo al desarrollo de alimentación sostenible a través de la investigación y la generación de conocimiento *(14 agentes)*.
- **GRUPO 7. Clusters, Asociaciones empresariales.** Entidades que promueven el dinamismo en el ecosistema relacionado con la alimentación sostenible *(9 agentes)*.
- **GRUPO 8. Industria auxiliar o proveedores de servicios** para la cadena de valor de la alimentación *(11 agentes)*.
- **GRUPO 9. ONGs.** Asociaciones sin ánimo de lucro dirigidos a la lucha contra el despilfarro de alimentos, la alimentación justa y sostenible, la integración de las personas en riesgo o en situación de exclusión social... *(4 agentes)*.

- **GRUPO 10. Asociaciones de consumidores.** Asociaciones y similares que representan a grupos de usuarios de interés. (3 agentes).
- **GRUPO 11. Otros.** Innovación social-colaborativa, comercialización y dinamización comunitaria, consultoría, Gobernanza público-comunitaria, entidades de fomento del emprendimiento... (22 agentes).

A continuación, se presenta el mapa de los principales agentes del ecosistema de alimentación sostenible de Gipuzkoa, donde se clasifican los agentes identificados en función de la lógica de agrupación expuesta anteriormente.

Imagen. Mapa de los principales agentes del ecosistema de la Alimentación sostenible de Gipuzkoa



Fuente: Elaboración propia

3.4 Proceso metodológico de elaboración de la Misión

Se ha diseñado un proceso y elaborado una hoja de ruta con una duración de 6 meses donde se incluyen acciones relacionadas con el diseño y el desarrollo de actividades, así como iniciativas para el contraste de la Misión de Alimentación Sostenible de Gipuzkoa. En el proceso se incluye:

- Realizar una revisión continua de la Misión, con el fin de precisarla o redefinirla teniendo en cuenta las necesidades y tendencias clave para el Territorio.
- Establecer una hoja de ruta para la definición de la Misión a través del trabajo con actores clave.

La principal acción fue constituir el equipo motor que traccionara la Misión de Alimentación Sostenible, compuesto por personas de la Diputación Foral de Gipuzkoa, Agirre Lehendakaria Center y la asistencia técnica.

A lo largo del proceso se han realizado contrastes periódicos con el grupo motor desde el punto de vista metodológico y de enfoque.



Gráfico: Proceso desarrollo Misión Alimentación Sostenible

Las herramientas metodológicas utilizadas han sido:

- Análisis de contexto: situación del ecosistema y sector agroalimentario en Gipuzkoa, marco institucional y normativo, datos actividad, mapa de agentes, hábitos de consumo.
- Entrevistas a actores clave (de la DFG y otros agentes) para la recogida de información relevante sobre la Misión y las áreas temáticas clave.
- Contraste, iteración y validación técnica constante con el equipo motor y otros agentes (Gobierno Vasco, etc.)

- Sesiones *focus group* online con actores del ecosistema para el contraste, retroalimentación y validación de las Misiones.
- Dinámicas de cocreación para la generación de nuevas ideas o visiones y enriquecimiento de la Misión y las líneas temáticas asociadas.

Hoja de Ruta 2021-2022

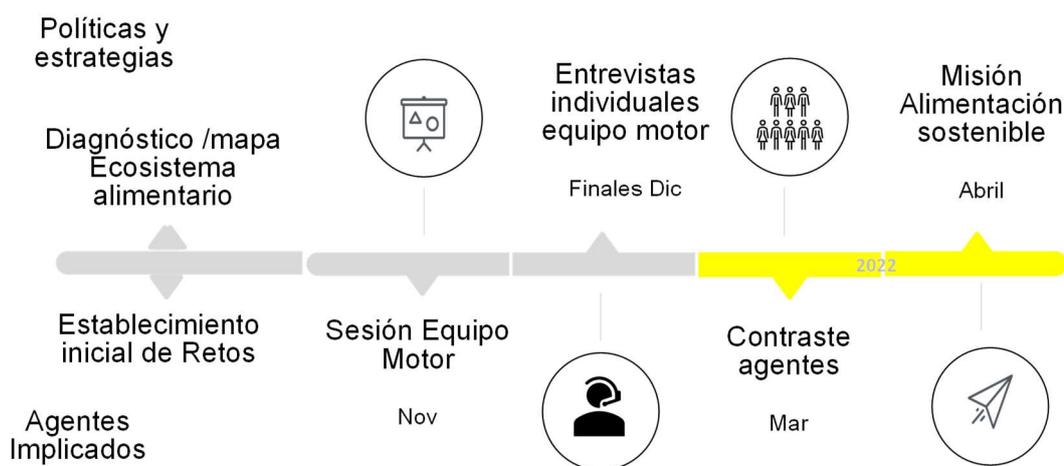


Gráfico: Hoja de Ruta Misión Alimentación Sostenible

Sesión lanzamiento y entrevistas - Equipo Motor.

La primera sesión de trabajo con el equipo motor tuvo lugar el 29 de Noviembre de 2021. El principal objetivo de la misma era la alineación y constitución de equipo que involucre a personas que lideren y traccionen la creación de la Misión de Alimentación Sostenible.

Resultados esperados:

- Conexiones y alineación de estrategias e iniciativas existentes en los diferentes Departamentos del equipo motor.
- Validación y primera priorización de retos de partida identificados.
- Validación e identificación de nuevos agentes del ecosistema para el proceso de contraste.
- Primera propuesta-borrador de Misión.

El orden del día de la sesión incluía los siguientes puntos:

- **Sinergias** - lo que están haciendo los diferentes departamentos y retos que tienen relacionados con Alimentación Sostenible.

- **Retos** - consensuar los retos por abordar desde la estrategia Misión Alimentación Sostenible.
- **Misión** - identificar conceptos fuerza que deben estar en la Misión.
- **Ecosistema de agentes** – sumar a los ya identificados y priorizar los agentes clave para el contraste.

La Misión de Alimentación Sostenible al ser de ámbito territorial, vincula a las diferentes instituciones, empresas, Ayuntamientos y demás agentes relacionados con el ecosistema agroalimentario del territorio.

Con el fin de, por un lado, tener un conocimiento claro de las capacidades y potencialidades de Gipuzkoa en lo relativo a la Alimentación sostenible, y por otro lado, alinear las políticas públicas existentes e integrar la visión de diferentes tipologías de agentes en una Misión cohesionada, se realizó una **ronda de diez entrevistas** con diferentes agentes del ecosistema:

- 8 entrevistas a agentes con **perspectiva territorial** (a nivel de Gipuzkoa).
- 1 entrevista a agentes con perspectiva **innovación colaborativa-gastronomía**.
- 1 entrevista a agentes con **perspectiva social**.

En el proceso de entrevistas, se han recogido siete ideas fuerza:

- **Idea fuerza N°1.** Uno de los mayores retos a los que se enfrenta Gipuzkoa para que la Misión de Alimentación Sostenible sea exitosa de aquí al horizonte 2040 es el de maximizar el nivel de producción primaria. Aumentar la capacidad de autoabastecimiento se considera un aspecto crítico; por tanto, el despliegue de la misión deberá contemplar el ambicioso objetivo de aprovechar el máximo del potencial que tiene la capacidad de producción Gipuzkoa, mejorando la gobernanza y la gestión sostenible del suelo del territorio. Incentivar el relevo generacional, una mayor profesionalización de la actividad primaria y la incorporación progresiva de nuevas tecnologías para modernizar el sector serán, asimismo, claves para incrementar la eficiencia y maximizar la producción. También el explorar vías de cooperación y asociacionismo para incrementar masa crítica empresarial y asegurar unos márgenes de beneficio satisfactorios.
- **Idea fuerza N°2:** se destaca la necesidad de un mayor efecto tractor desde el resto de los eslabones de la cadena de valor de la alimentación (industria de alimentos y bebidas y sector gastronómico, especialmente) hacia la producción primaria y la puesta en valor de producto local.
- **Idea fuerza N°3:** importancia de impulsar el emprendimiento e intraemprendimiento, la atracción del talento y distintas modalidades de inter-colaboración para que el sector agroalimentario sea un sector de actividad atractivo y permita mejorar el nivel de innovación y competitividad.
- **Idea fuerza N°4.** Existe potencial para promover la articulación empresarial y público-privada, de tal forma que se aprovechen las sinergias y capacidades complementarias de los diferentes agentes del ecosistema. Este papel colaborativo será esencial en las futuras propuestas de nuevos modelos negocios circulares. En materia de desperdicio alimentario, por ejemplo, Gipuzkoa tiene ya un amplio recorrido, y esto habrá que tenerlo en cuenta para no duplicar esfuerzos cuando se desplieguen las áreas programáticas.

- **Idea fuerza N°5.** Otro desafío importante ligado a las nuevas formas de consumo alimentario sostenible es la educación y concienciación de la ciudadanía. Indispensable para que derive en un consumo más responsable: mayor demanda de productos locales, de temporada, menos procesados y con menor impacto ambiental, etc.
- **Idea fuerza N°6.** La Misión de Alimentación Sostenible también implica pensar en cómo potenciar una alimentación saludable y accesible para toda la ciudadanía guipuzcoana, adaptada a los nuevos tiempos, a las nuevas demandas de consumo y a diferentes grupos sociales del territorio (ej. población senior).
- **Idea fuerza N°7.** Se hace hincapié en la idea de generación de Ecosistemas, multi-agente y conectados, que trabajen en estrecha colaboración y que ello se materialice en el diseño y despliegue de soluciones de gran impacto en materia de alimentación sostenible.

3.5 Diagnóstico de iniciativas y proyectos relacionados con la alimentación sostenible

El objetivo de elaborar un diagnóstico de partida que sirva para identificar iniciativas y proyectos de referencia e inspiradores relacionados con la alimentación sostenible, con la sostenibilidad en general o en otros ámbitos no directamente alimentarios, pero con potenciales aplicaciones al ámbito alimentación, tiene un objetivo doble:

- Obtener un mapa de iniciativas, visualizar agentes referencia, así como sinergias entre proyectos realizados o en curso.
- Servir como referencia para el posterior despliegue de las áreas programáticas...

Además de las iniciativas recogidas en las entrevistas individuales en la fase anterior, se han diseñado 2 encuestas digitales (euskera y castellano) enviada a todos los agentes que componen el ecosistema de alimentación de Gipuzkoa.

Dicha encuesta recoge aspectos sobre las iniciativas como: campos de acción, impacto, factores de éxito, barreras, aprendizajes, colaboradores, indicadores, participación ciudadana, etc.

Se han recibido **43 respuestas**, es decir que han respondido el 30% de los agentes que han recibido la encuesta (ver Anexo III), distribuidas de la siguiente manera en función de la tipología de agente:

- Sector primario/productivo
- Administración – institución
- Agencia de desarrollo
- Sector transformación – Horeca – distribución
- Académico-educación
- I+D+i
- Asociaciones empresariales
- Industria auxiliar o de servicios para la cadena alimentación
- ONGs
- Asociaciones de consumidores
- Otros: cooperativas, servicios de alimentación a colectivos, servicios impresión digital, tienda-punto de encuentro, fundación, asociación de desarrollo rural

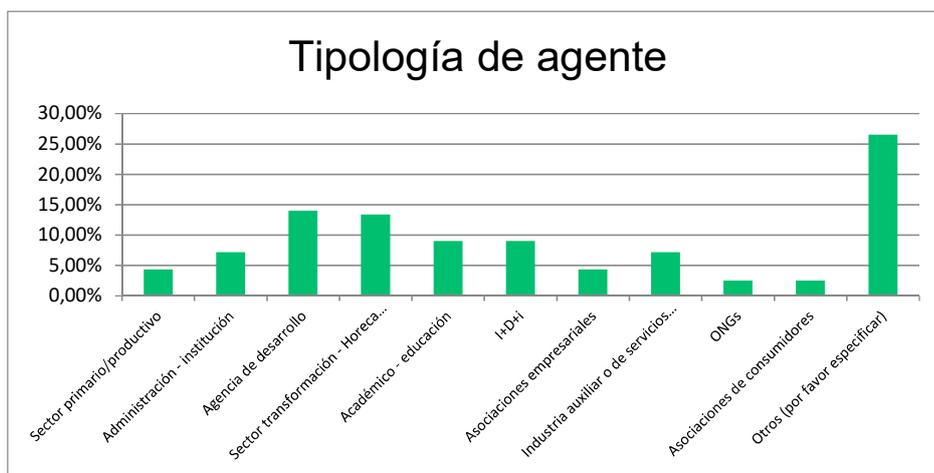


Gráfico 3.5.1. Respuestas recibidas a la encuesta, por tipología de agente (%)

La gran mayoría ha participado en los últimos 3 años o está participando en alguna **iniciativa/proyecto** relacionado con **alimentación sostenible**: el 90, 65% indica que sí frente a sólo un 9.35 % que indica que no.

En respuesta a la pregunta “¿Has participado en los últimos 3 años o estás participando en alguna iniciativa/proyecto relacionado con alimentación sostenible?” un 76% ha participado en entre 1 y 5, casi un 12 % en entre 5-10 y en ese mismo porcentaje han participado en más de 10 iniciativas.

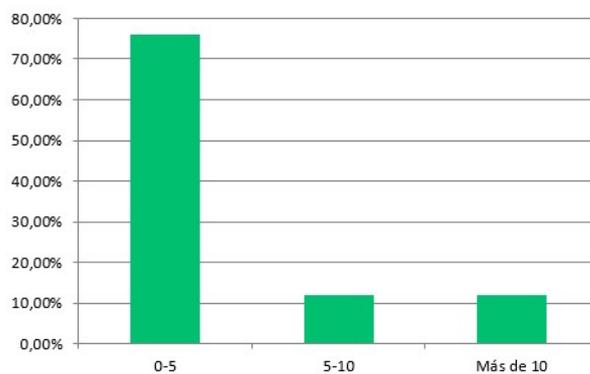


Gráfico 3.5.2. Número de iniciativas, proyectos o servicios relacionados con la alimentación sostenible en los que han participado los agentes encuestados (%)

En lo que respecta a los **campos de acción** en las que estaban enfocadas dichas iniciativas o proyectos en alimentación sostenible, siendo varias las respuestas posibles, la mayor parte de ellas están relacionadas con reforzar producción primaria local y el entorno rural (61 %) y fomentar el consumo responsable y sostenible (71%), seguidas por iniciativas o proyectos relacionados con el refuerzo de las cadenas alimentarias, el fomento de nuevas actividades alimentarias y la reducción y/o aprovechamiento de desperdicio alimentario / subproductos (40%).

En el lado contrario, los campos de acción menos habituales han sido los relacionados con aumentar la transparencia de los productos (28%) y fomentar el emprendimiento y la atracción del talento y la inversión (25%).

En la categoría de “otros” se engloban estos campos de actuación: mejora de la gobernanza del sector, dar a conocer líderes de opinión, compra pública de alimentos sostenibles, alimentación saludable, promoción de ferias, iniciativas para incrementar los productos locales en pequeños comercios y colectividades.

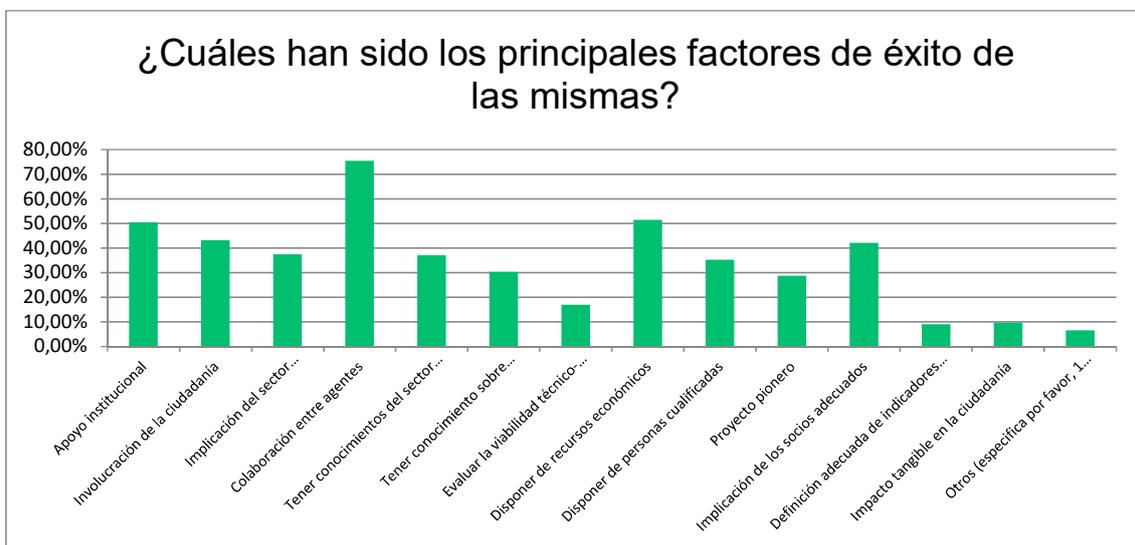


Gráfico 3.5.3 Factores de éxito de las iniciativas y proyectos relacionados con alimentación sostenible (%)

Por otro lado, se apunta a las reticencias humanas al cambio (37,72%), la falta de financiación (36,2%) y la falta de apoyo institucional (25%) como principales **barreras** en las iniciativas/proyectos relacionados con alimentación sostenible que han podido condicionar el éxito de las mismas.



Gráfico 3.5.4. Principales barreras de las iniciativas y proyectos relacionados con alimentación sostenible (%)

En lo referente a la **tipología de impacto** que han tenido las iniciativas y proyectos llevados a cabo por los agentes encuestados, destacan las siguientes: reducción del impacto ambiental (44,24%), cambio de comportamiento/hábitos de la ciudadanía (43,05%), aplicación de estrategias / políticas (34,24%), mejora de la imagen de productos / empresas (31,74%) y la generación de empleo (31,52%).

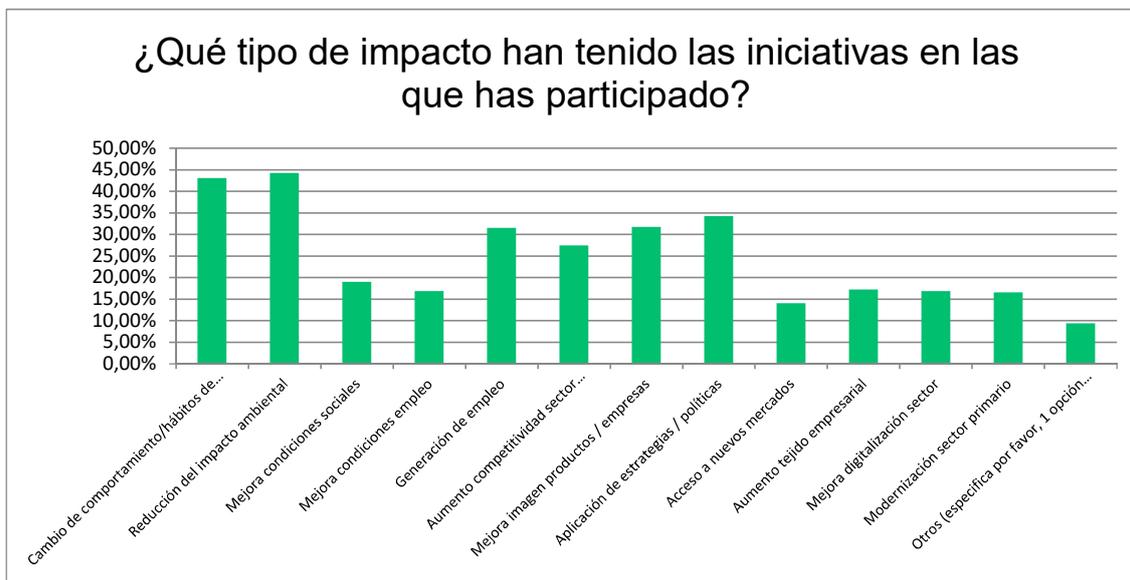


Gráfico 3.5.5. Tipología de impacto logrado a través de las iniciativas / proyectos llevados a cabo por los agentes entrevistados (%)

La **tipología de participación** más habitual en las iniciativas/proyectos de alimentación sostenible en las que ha estado involucrado cada agente es en colaboración, como líder o como socio, frente a un escaso número de iniciativas en las que se ha participado en solitario. En el caso de las iniciativas/proyectos en colaboración y respecto a la tipología de **colaboradores involucrados**, lidera claramente el sector primario/productivo (75,44%) seguido por la Administración e instituciones (58,92%). Les siguen con cierta distancia el sector transformación - Horeca - distribución (39,57%), las agencias de desarrollo (33%) y el mundo académico - educación (30,55%).

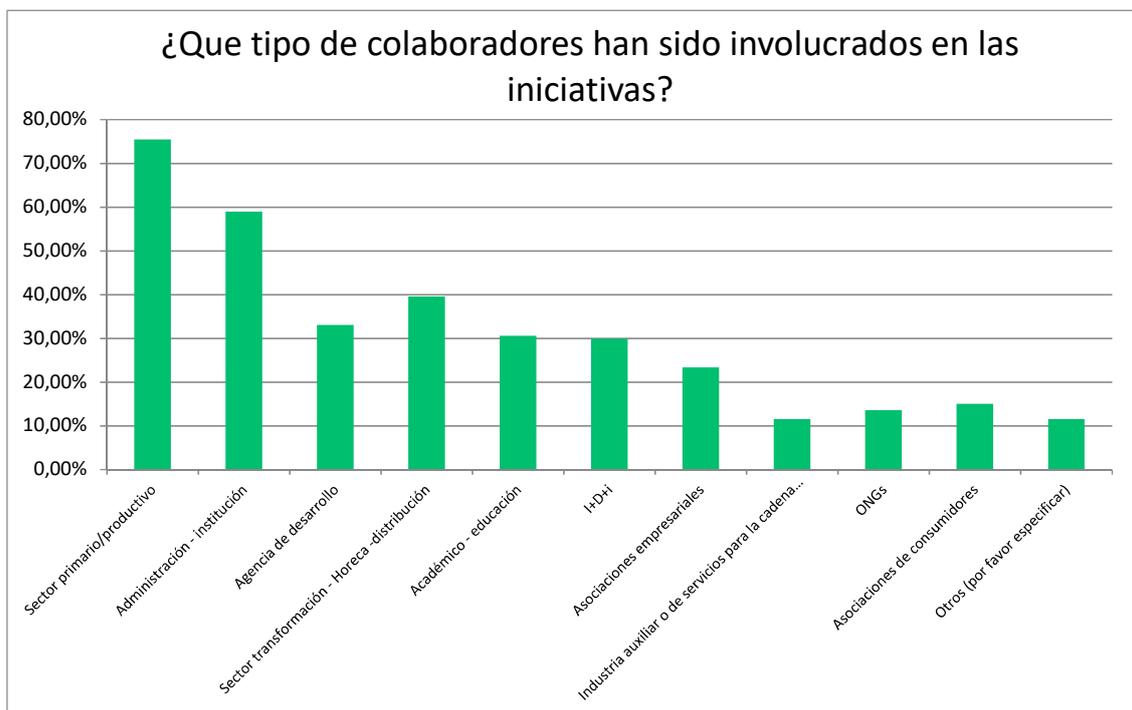


Gráfico 3.5.6. Tipología de colaboradores involucrados en las iniciativas/proyectos en colaboración (%)

Entre los principales **aprendizajes** que de indican por parte de los agentes de las experiencias/iniciativas/proyectos en los que has participado, se destacan los siguientes:

- **Cocreación**, diálogo y **cooperación** con otros. Diversidad de agentes aporta diferentes miradas. La necesidad de **actuar colaborativamente** en problemas tan complejos y transversales.
- Necesidad de adoptar una **visión sistémica** en la que implique a toda la cadena de valor y agentes de otros ámbitos. **Fomentar el nivel de cooperación** entre los actores del sector.
- La importancia de tener un equipo que traccione (equipo motor).
- Necesidad de **coordinación y alineación del ecosistema**: demasiados actores en el mismo ámbito, búsqueda de sinergias.
- Partir de un diagnóstico previo al iniciar un proyecto para conocer la realidad (datos objetivos) y una posterior definición más eficaz de planes de actuación.
- Actuar en el corto plazo con acciones más operativas sin perder la estrategia y hojas de ruta a más largo plazo.
- Necesidad de **consensuar lenguajes y criterios** (p.e. existe disparidad de criterios sobre lo que es sostenibilidad).
- Importancia de **trabajar desde la demanda**, sensibilizar y educar para generar tracción hacia el producto local. Se ve cierto desconocimiento y lejanía de la ciudadanía de los productos locales. Que la sostenibilidad y lo local no sea tan aspiracional y sea más una elección real de consumo.
- Abordar la **resistencia al cambio** o potenciales barreras culturales, desaprender ciertos "malos hábitos". Los procesos de cambio requieren mucho esfuerzo.

- Necesidad de **apoyo institucional y estímulos financieros** para abordar nuevas iniciativas y/o proyectos más ambiciosos. Más políticas públicas y la necesidad de incluir la alimentación en el sistema educativo.
- Mayor conocimiento de las capacidades de las entidades participantes, fomentar alianzas y crear ecosistemas donde se pueda ofrecer propuestas de mayor valor y **soluciones integrales de forma colaborativa**.
- La importancia de **cuantificar resultados**, por ejemplo, cuantificar económicamente los beneficios de la acción con el fin de visualizar su rentabilidad entre los agentes participantes.
- Necesidad de concienciación colectiva e incluyente: todos somos responsables del problema y a la vez parte de la solución. Actuar en global.
- La importancia de **aprender y avanzar haciendo**: pasar a la práctica con iniciativas piloto, pequeñas que se puedan posteriormente escalar.

Algunos de los **indicadores** utilizados en las experiencias/iniciativas/proyectos en los que han participado se detallan a continuación:

- Número de participantes en actuaciones, talleres
- Resultados de satisfacción y cumplimiento de objetivos (encuestas)
- Km de distancia de cada proveedor
- % y Kg de desperdicio de materias primas y comida elaborada
- Desarrollos de producto realizados.
- Datos de volumen (despilfarro).
- Emisiones de CO2 (envases)
- % de atractivo para el caso de empleabilidad
- Competitividad económica de los procesos de nuevo desarrollo
- Nivel de empleo creado
- Indicadores para asegurar la continuidad del proyecto
- Aumentar el número de miembros.
- Aumento de la facturación
- Nivel de cambio de comportamiento experimentado por los participantes
- Tierras en el País Vasco para cultivo ecológico, entre otros
- El aumento del consumo de productos locales

En las iniciativas y proyectos en los que ha participado la **ciudadanía**, los **modelos de participación** mayoritarios han sido la recopilación de información a través de grupos de discusión (43,48%) y la participación en eventos o campañas (34,78%).

En total, a través de las encuestas recibidas se han recopilado **más de 200 aportaciones**, muchas de ellas correspondientes a proyectos o iniciativas concretas del ámbito de la sostenibilidad de interés para tener en cuenta en el despliegue futuro de las áreas programáticas de la Misión de Alimentación Sostenible.

TIPOLOGÍA	Nº DE APORTACIONES
Participación en iniciativas/proyectos de alimentación sostenible relevantes	132
Iniciativas o acciones de referencia en los que no han participado, pero con potencial de ser replicados	41
Participación en iniciativas/proyectos relacionado con la sostenibilidad NO en el ámbito alimentario, pero que puede ser aplicables al ámbito de la alimentación (logística-distribución, concienciación-educación)	43

Algunos ejemplos de iniciativas / proyectos recabados a través de encuesta en esta fase de diagnóstico:

- Promoción de circuitos cortos. Impulso de mercado local. Recuperación de mercados tradicionales (Baserri Sarea, dinamización de mercado de Azpeitia, Gure karta...)
- Agroaldeas (Lezo...)
- Comercialización y dinamización comunitaria (Elikagunea, EreinDaJan, Labore...)
- Promoción de lo ecológico (ej. Ekolapiko)
- Gestión sostenible y no especulativo del suelo (huertos urbanos)
- Desarrollo local alternativo y emprendimiento en economía social y solidaria (ej. Goiener)
- Constitución de empresas de inserción laboral colectivos desfavorecidos (karabeleko)
- Despilfarro alimentario (talkual, Gourmet Bag, Programa último minuto, Too good to go...)
- Innovación en logística, logística sostenible (ej. logística en bicicleta Eraman Coop)
- Digitalización, trazabilidad
- ...

4



MISION DE ALIMENTACION SOSTENIBLE: ALTERNATIVAS Y DEFINICIÓN FINAL

4. MISION DE ALIMENTACION SOSTENIBLE: ALTERNATIVAS Y DEFINICIÓN FINAL

4.1 Proceso de definición de la Misión Alimentación Sostenible de Gipuzkoa

El proceso de definición de la Misión de Alimentación Sostenible de Gipuzkoa comienza en la primera sesión del equipo motor y continúa tras realizar el proceso de entrevistas con agentes clave de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

A partir de ahí se realiza una primera propuesta de Misión de Alimentación Sostenible:

*“La Misión Alimentación Sostenible busca situar en 2030 al territorio histórico de Gipuzkoa a la vanguardia de la **alimentación sostenible** impulsando nuevas formas más eficientes de producción, transformación, distribución, y promoviendo un consumo más responsable, que generan un impacto positivo a nivel ambiental, económico y social.”*

Posteriormente se contrasta de nuevo con el equipo motor y se incorporan algunas modificaciones y matices (visión a más largo plazo, sustitución de conceptos, etc.), con lo que la definición preliminar de la Misión se formula de la siguiente manera:

“En 2040, Gipuzkoa contará con un sistema alimentario sostenible y saludable, que maximice el potencial de la producción local, promueva el consumo responsable y proyecte la cultura e identidad local del territorio.”

A su vez se indicaba el despliegue de la Misión en una serie de ingredientes que estaban detrás de la misma:

Esta Misión se sustenta en los siguientes elementos:

- ✓ Promover el **desarrollo rural y el equilibrio territorial**, a la vez que se fomenta la biodiversidad.
- ✓ Sustentar el suministro seguro y sostenible de alimentos en una **producción local más eficiente** donde se minimiza la generación de emisiones, residuos y desperdicio alimentario.
- ✓ Impulsar **nuevos negocios agroalimentarios circulares**, reforzando el tejido productor y transformador de alimentos, y promoviendo el emprendimiento alimentario.
- ✓ Producir **productos alimenticios accesibles, saludables, con identidad local**, alineados a las demandas cambiantes de las personas.
- ✓ **Conecta** territorio, ciudadanía y a los agentes relevantes de la cadena alimentaria, en un ecosistema donde es relevante el papel tractor del tejido empresarial agroalimentario y la gastronomía.
- ✓ se impulsa a través de la **investigación, desarrollo e innovación**, que incorpora tecnologías y conocimiento al sistema alimentario.

- ✓ impulsa la **valorización y sensibilización social** de lo local.

En las sesiones de contraste con agentes se recogieron diversas aportaciones como potenciales mejoras de la Misión ya definida, para su validación posterior por el equipo motor.

- **sistema alimentario sostenible:** Sostenibilidad social, económica y ambiental.
- **saludable y accesible:** todas las personas de Gipuzkoa tengan acceso a una alimentación digna: accesibilidad. Justo y solidario para las personas y el medio ambiente. Que genere productos de calidad, con altos estándares de seguridad alimentaria y... ,
- **que promueva el consumo responsable:** este consumo responsable, aunque tenga en cuenta las demandas cambiantes de las personas, deberá generar una tendencia hacia dietas saludables, productos frescos, locales y de temporada, teniendo como preferencia productos con menor huella ambiental. Asimismo, se fomentará la eficiencia y la minimización de desperdicio alimentario en el proceso de compra y consumo (hogar, restauración, catering, etc.)
- **optimice el potencial de la producción local:** aumento capacidad autoabastecimiento - autosuficiencia alimentaria.
- **impulse la competitividad del tejido empresarial,** garantizar el pilar económico, fundamental para que haya producción local.
- **proyectando a su vez la cultura e identidad del territorio:** evidenciar el verdadero valor.

Se plantea entonces al equipo motor una nueva propuesta de Misión según las aportaciones de los agentes:

"En 2040, Gipuzkoa contará con un sistema alimentario sostenible, saludable y accesible que promueva el consumo responsable y optimice el potencial de la producción local, impulse la competitividad del tejido empresarial, proyectando a su vez la cultura e identidad del territorio".

Dicha propuesta se discute con el equipo motor en una sesión celebrada el 12 de abril de 2022, de la que finalmente sale consolidada la siguiente definición de la Misión de Alimentación Sostenible de Gipuzkoa:

"En 2040, Gipuzkoa contará con un sistema alimentario sostenible, saludable, accesible y competitivo, que maximice el potencial de la producción local y promueva el consumo responsable, proyectando la cultura e identidad del territorio".

4.2 Detalle de conceptos

A continuación, se presenta el detalle de los diferentes conceptos incorporados en la definición de la Misión, con el fin de delimitar su **alcance y significado**:

MISIÓN DE ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE DE GIPUZKOA

"En **2040**, Gipuzkoa contará con un **sistema alimentario sostenible, saludable, accesible y competitivo**, que **maximice** el potencial de la **producción local** y promueva el **consumo responsable**, proyectando la **cultura e identidad** del territorio".

- **Sostenible:** desde el punto de vista ambiental, trata de reducir los impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida y de la cadena de valor de los alimentos; que utiliza de forma racional los recursos naturales y respeta la biodiversidad y el paisaje. Desde la dimensión social, cuida a las personas (trabajadores) y la sociedad, animales implicados, la cultura, la tradición, la profesionalización y la innovación. Desde el punto de vista económico, permite la supervivencia digna de los operadores de la cadena de valor sin perder competitividad. Favorece la economía y el justo reparto de la riqueza.
- **Saludable:** conjunto de alimentos y dietas que se promueven la salud y la mejora de la calidad de vida de las personas, al mismo tiempo que contribuyen a frenar la tendencia creciente de enfermedades asociadas a la alimentación como la hipertensión, la hipercolesterolemia, la obesidad, la diabetes o las enfermedades cardiovasculares, entre otras.
- **Accesible:** productos pensados para todos los grupos sociales (personas jóvenes, envejecimiento, colectivos necesitados, colectivos económicamente desfavorecidos, etc.), así como para todos los municipios y geografías del territorio.
- **Consumo responsable:** consumo consciente y crítico, que tiene en cuenta y se trata de reducir las consecuencias en la salud y en el impacto ambiental y social de cada decisión de compra que se hace, al mismo tiempo que satisface las necesidades de la persona consumidora.
- **Producción local:** Producción de alimentos en el mismo territorio en el que se comercializa y consume, generando economía y empleo en dicho territorio y favoreciendo un menor impacto ambiental asociado a un menor transporte y que preserva el patrimonio cultural, social y natural. Genera también un vínculo entre las personas productoras y las consumidoras.
- **Tejido empresarial:** conjunto de organizaciones y empresas con sede en Gipuzkoa, que entre todas producen, transforman, transportan y comercializan los alimentos. Además, se encuentran las empresas de soporte a la cadena alimentaria que permiten un mantenimiento, mejora, modernización e innovación de todos los equipos, infraestructuras, operaciones y procesos. Entre todas, generan una red interconectada necesaria para hacer llegar los alimentos de forma constantemente disponible a las personas consumidoras.

Asimismo, se han resumido las razones necesarias que hacían necesaria una misión sobre alimentación sostenible en Gipuzkoa. Las principales son:

- ✓ La sociedad Gipuzkoana necesita de Alimentos que satisfagan sus necesidades y preferencias en salud, nutrición y cultura gastronómica, así como dar respuesta sus preocupaciones y requerimientos éticos, de identidad y cultural-social-pertenencia, tanto actuales como futuras.
- ✓ El planeta y en concreto el espacio ecosistémico de Gipuzkoa necesita un sistema alimentario que respete y proteja el entorno natural, la biodiversidad, su cultura y entorno social.
- ✓ Gipuzkoa necesitar combinar el ofrecimiento de una gran variedad de productos y gastronomía que mantenga su posicionamiento y singularidad internacional, pero que preserve su paisaje, equilibrio territorial y su estructura económica y social intacta.
- ✓ El sector agroalimentario y pesquero Gipuzkoano necesita ser rentable y generar riqueza y bienestar a los agentes de toda la cadena alimentaria de forma justa, sin comprometer la calidad e imagen de sus productos, la seguridad de sus trabajadores, así como los servicios ecosistémicos que proporcionan.
- ✓ Es necesario aumentar la comprensión, el conocimiento, la sensibilización, implicación y escucha entre la ciudadanía y los agentes públicos y privados en la definición de los objetivos futuros que nos marquemos como sociedad.
- ✓ Es necesario acelerar el cumplimiento de las políticas, objetivos y estrategias que abordan la necesidad de fomentar y promover sistemas alimentarios más sostenibles y resilientes, basados en la eficiencia de los recursos, menor impacto ambiental y preservación del entorno.

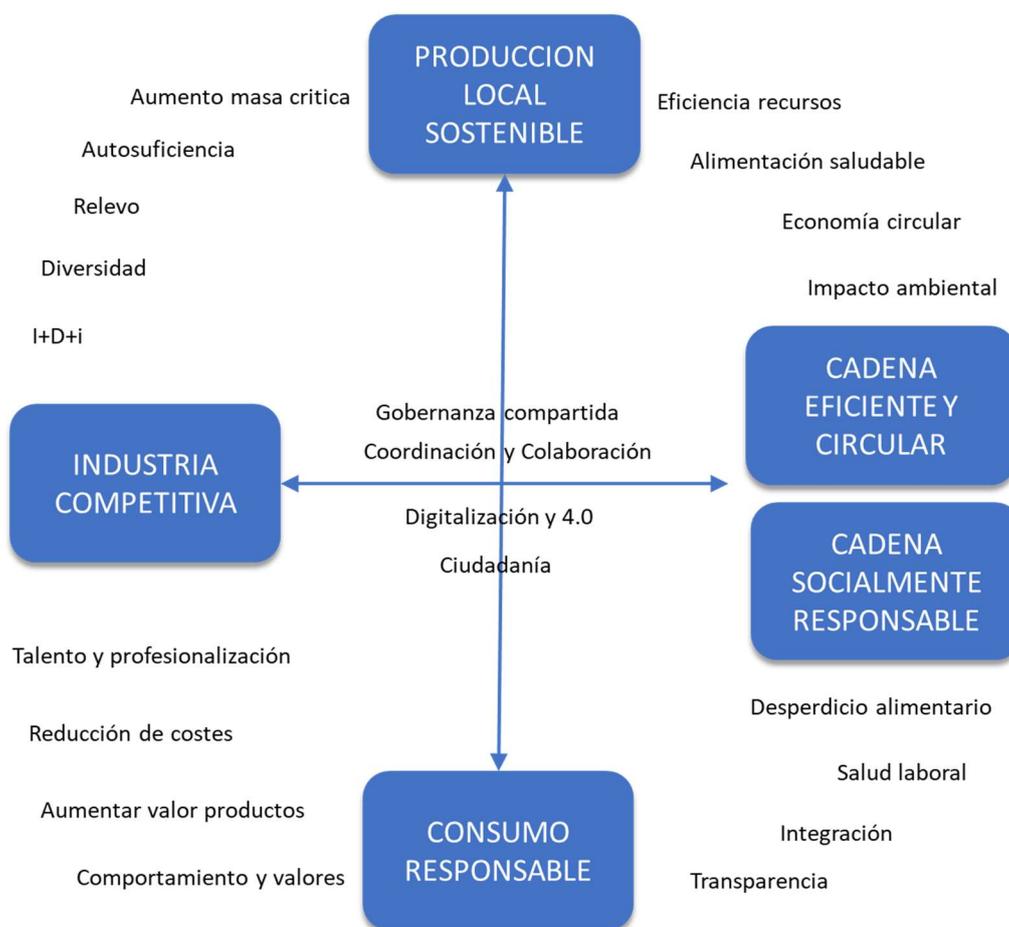
5

PROPUESTA DE ÁREAS PROGRAMÁTICAS PARA EL DESPLIEGE DE LA MISIÓN

5. PROPUESTA DE ÁREAS PROGRAMÁTICAS PARA EL DESPLIEGE DE LA MISIÓN

Las Áreas Programáticas constituyen **líneas de actuación** que conducen a la consecución de la Misión. Para cada área programática se han definido una serie de acciones necesarias para la consecución de la misión en cada área programática.

Se han definido **5 Áreas Programáticas verticales y 36 elementos que los despliegan**. Un esquema que los resume es:



A continuación, en la siguiente tabla se detallan las áreas programáticas y los elementos que la componen. Para cada una de ellas se ha establecido una descripción, así como los objetivos cuantitativos a conseguir, así como los resultados esperados en forma de indicador. La selección de dichos agentes proviene del campo de actividad y proyectos previos que ha llevado a cabo identificados en todo el proceso de trabajo realizado.

AREAS PROGRAMÁTICAS	1 - IMPULSO PRODUCCIÓN PRIMARIA LOCAL SOSTENIBLE
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la capacidad de autoabastecimiento de aquellos productos locales que el potencial del territorio de Gipuzkoa y su entorno marino que pueda producir o extraer sin detrimento de su patrimonio natural y cultural. • Reducir la dependencia de productos externos en la medida de lo posible, • Ampliar la oferta de productos locales que muestran su valor intrínseco. • Analizar, estudiar a trabajar por una mayor producción primaria (pesquera, acuícola, ganadera y agrícola) de las especies actualmente explotadas, pero también la búsqueda de nuevas especies pesqueras, acuícolas, agrarias y ganaderas, que evolucione hacia nuevas formas de producción más sostenibles y modernizadas, adaptadas a la realidad territorial Gipuzkoana. • Hacer más atractivo el sector primario para las nuevas generaciones: Facilitar los <u>procesos administrativos</u>, fomentar la <u>profesionalización</u> y <u>atracción de talento</u>, mejorar la <u>competitividad económica</u> y reducir la <u>dureza laboral</u>, serán aspectos clave, entre otros, en este empeño. • Fomentar las cadenas cortas de comercialización • Garantizar el relevo generacional, permitiendo que nuevos profesionales se incorporen a la actividad como titulares de explotaciones más competitivas, tecnificadas y eficientes. • Poner en valor los productos locales en base a sus bondades ambientales, ecosistémico, cultural y social que representa la producción y consumo de estos productos, así como para el desarrollo integral del territorio y su proyección internacional... Asimismo, estos productos deberán aportar por defectos altísimos estándares de seguridad alimentaria, calidad y salubridad: Sistemas de valoración objetiva de la sostenibilidad local (social, ambiental, económica). • Aumentar la disponibilidad de producto local en los puntos de venta: Mejorar la identificación del producto y aumentar los puntos de venta del producto • Explorar nuevas técnicas y tecnologías de obtención / cultivo de nuevas materias primas locales sostenibles • Establecer un sistema de comunicación que pueda hacer una justificación entendible del precio final de los productos locales • Transparencia en la trazabilidad de los productos locales para que los consumidores cuenten con mejores herramientas que faciliten una compra más informada y responsable.

AREAS PROGRAMÁTICAS	1 - IMPULSO PRODUCCIÓN PRIMARIA LOCAL SOSTENIBLE
RESULTADOS ESPERADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar producción alimentos Tn/año • Aumentar % productos locales consumidos • Reducir huella ambiental / Kg producto producido • Menor huella ambiental producto locales Vs. Productos importados • Mantenimiento ecosistemas, biodiversidad y comunidades rurales (cultura) • Aumentar diversidad y masa crítica materias primas locales

AREAS PROGRAMÁTICA	2 - FOMENTO CONSUMO RESPONSABLE
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar consumo responsable, entendiendo por consumo responsable aquel que fomenta hábitos y formas de compra y consumo generen menos huella ambiental, así como que aumente las preferencias por productos, dietas, servicios gastronómicos y formas de consumo locales que preserven la economía local, la cultura y la propia identidad de Gipuzkoa. Además, deberá aumentar la satisfacción ética de las personas y la sociedad en su conjunto. • Desarrollar nuevas formas de aprendizaje consensuado y pedagógicas que tengan en cuenta la edad y diversidad de la ciudadanía, las crecientes exigencias las personas consumidoras en aspectos como la salud, la seguridad alimentaria, la calidad de los productos, la información y transparencia sobre los alimentos, la sostenibilidad y el bienestar animal, pero también en sus preferencias en la forma de consumir. • Estudiar el comportamiento y deseos de la ciudadanía ayudara a definir las estrategias pedagógicas y las acciones de información y sensibilización más adecuadas y efectivas, es por ello necesario procesos de escucha e implicación tanto en el diseño como en la ejecución de cualquier iniciativa relacionada con esta área programática. • Recopilación y en su caso completado del Diagnóstico y medición del comportamiento ambiental de la ciudadanía de una forma estandarizada, rigurosa, entendible y de confianza. • Acciones específicas adicionales se propondrán para la mejora del comportamiento ambiental de las personas consumidoras en el proceso de compra y consumo de alimentos: <ul style="list-style-type: none"> • Ahorro energético y agua; • Reducción del desperdicio alimentario

AREAS PROGRAMÁTICA	2 - FOMENTO CONSUMO RESPONSABLE
	<ul style="list-style-type: none"> • Reutilización y reciclaje envases y embalajes • Aseguramiento de los valores propios del territorio y de sus hábitos culturales, sin perder de vista los cambios previstos en la población. • La información derivada de estas acciones será también de máxima utilidad para orientar el resto de área programáticas. Fomentos del consumo responsable (local, de temporada, saludable, ...) y mejora de hábitos.
RESULTADOS ESPERADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción Kg Desperdicio alimentario /persona*año • Aumentar % productos locales consumidos • Aumento % reciclaje en el hogar • Reducir huella ambiental cesta de la compra / habitante • Aumentar índice de satisfacción ética • Preservar identidad cultural Gipuzkoana

AREAS PROGRAMÁTICAS	3 - INDUSTRIA ALIMENTARIA Y GASTRONÓMICA MAS COMPETITIVA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reforzar el tejido en la industria alimentaria o de la transformación • Acelerar la innovación alimentaria sostenible a través de colaboración con agentes de innovación, start-ups y otros mecanismos. Favorecer la transferencia de soluciones innovadoras ya desarrolladas. La innovación no debe ser solo tecnológica sino también organizativa y operativa. • Garantizar el relevo generacional, permitiendo que nuevos profesionales con nuevas disciplinas se incorporen a la actividad. • Ecodiseño de nuevos alimentos, dietas e instalaciones alimentarias y gastronómicas que respondan a las tendencias actuales: Nutrición personalizada, Nuevos alimentos para el envejecimiento saludable, nueva oferta de productos plant-based con características organolépticas y composición nutricional mejorada, snacks saludables para población infantil y sostenibilidad. • Reducir dependencia de subvenciones: proponer nuevas ideas para fortalecer la sostenibilidad económica • Abordar la equidad nutricional y el fomento de las dietas saludables como estrategia para luchar contra enfermedades ligadas con el estilo de vida (obesidad, diabetes, enfermedades cardiovasculares...).

AREAS PROGRAMÁTICAS	3 - INDUSTRIA ALIMENTARIA Y GASTRONÓMICA MAS COMPETITIVA
	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación para incrementar la masa crítica empresarial alimentaria sin perder la tradición familiar, la microeconomía y el justo reparto de la riqueza. • Producción de alimentos más sanos, naturales y sostenibles, a la vez que asequibles y accesibles a la población • Fomentar el emprendimiento y la atracción del talento y la inversión • Aceleración de la digitalización y conectividad de la cadena alimentaria: máximo aprovechamiento de los datos en información inteligente. • Implantación de tecnologías 4.0 y de inteligencia artificial que favorezcan procesos productivos inteligentes y predictivos, optimización de estrategias y organización, mejora de la experiencia del consumidor, satisfacción de la demanda y preferencias, entre otros.
RESULTADOS ESPERADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción costes /Tn producida – Venta • Aumento margen por ventas • Reparto equitativo de beneficios entre agentes de la cadena • Mejora imagen y prestigio local e internacional • Aumento penetración en mercado local • Aumento exportaciones • Aumento satisfacción clientes y consumidores

AREAS PROGRAMÁTICAS	4 – CADENA ALIMENTARIA EFICIENTE Y CIRCULAR
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover en las cadenas agroalimentarias nuevas formas de producción de menor impacto ambiental y más sostenibles. Concretamente en identificar, seleccionar e implantar soluciones, acciones, técnicas, buenas prácticas y tecnologías y otros tipos de actuaciones en cada uno de los distintos eslabones que componen las cadenas alimentarias: producción primaria, transformación, transporte, distribución, comercialización, HORECA, venta, orientadas a: <ul style="list-style-type: none"> ○ Máxima eficiencia en el uso de recursos naturales (materias primas, agua, energía, materiales, ...) ○ Reducción al mínimo de pérdidas, rechazos y desperdicio alimentario.

AREAS PROGRAMÁTICAS	4 – CADENA ALIMENTARIA EFICIENTE Y CIRCULAR
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Reducción de vertidos en volumen y contaminación • Aprovechamiento de las fracciones alimentarias y subproductos que se siguen y seguirán generando, como materias primas secundarias ó nuevas fuentes sostenibles de nutrientes (proteínas, fibras, etc.). Para ello, es necesario promover nuevas cadenas de valor y modelos de negocio circulares colaborativos. • Implantación de sistemas de Optimización Logística: Rutas, gestión transporte, retro-logística. • Incentivar el ecodiseño de alimentos y dietas más saludables con menor huella ambiental, así como la optimización responsable de envases y embalajes: nuevos materiales de bajo impacto, reducción de plásticos y optimización de fin de vida, entre otros. • Implantación de sistemas de medición de la sostenibilidad basado en métodos científicamente robustos. Generación de Indicadores de ecoeficiencia y de huella ambiental a través de sistemas de cálculo. • Con objeto de generar valor a través de la ecoeficiencia y la economía circular, se promoverán sistema de cálculo del impacto, así como de comunicación ambiental de actividades y productos de una forma estandarizada, rigurosa y fiable, pero al mismo tiempo fácilmente entendible por las personas consumidoras en toda su diversidad. • Implantación acelerada de tecnologías 4.0 y de inteligencia artificial, que favorezcan procesos productivos inteligentes y predictivos, optimización de estrategias y organización, mejora de la experiencia del consumidor, satisfacción de la demanda y preferencias, entre otros
<p>RESULTADOS ESPERADOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Descarbonización sector alimentario: reducción emisiones Co2 eq /Tn producida – vendida • Reducción consumo energético, agua y materiales /Tn producida – vendida • Reducción % pérdidas, mermas o rechazos alimentarios • Reducción huella ambiental /Kg producto • Reducción huella ambiental organizaciones • Aumento satisfacción ética clientes y consumidores • Nuevos negocios circulares

AREAS PROGRAMÁTICAS	5 – CADENA ALIMENTARIA SOCIALMENTE RESPONSABLE
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de sistemas integrales de protección social en zonas rurales, alineados con políticas de desarrollo agrícola y de empleo, fomentando iniciativas que potencien el desarrollo de mujeres, jóvenes y pueblos. • Aseguramiento de la sostenibilidad social de las cadenas alimentarias teniendo en cuenta a los trabajadores y actores de la cadena, sociedad y comunidades locales, colectivos desfavorecidos, personas consumidoras e igualdad de oportunidades. • Implantar sistemas de aseguramiento de la trazabilidad integral y transparencia de los productos alimentarios • Aumento de la seguridad laboral: reducción de accidentes, lesiones y enfermedades derivadas del trabajo: Poner en valor la calidad y seguridad del empleo en Euskadi; adecuación de los puestos de trabajo a la edad y diversidad • Acceso a formación: Poner en valor la cualificación de los empleados y posibilidad de mejora dentro de las explotaciones y las empresas • Salarios y rentas adecuados para las personas trabajadoras • Integración de grupos de personas con riesgo de exclusión social • Reparto de los beneficios en las diferentes etapas de la cadena sobre el valor del precio final del alimento -> Reparto equitativo de beneficios • Mantenimiento de las tradiciones y la cultura. Manejo responsable con el entorno, la sociedad, pueblos y barrios. • Aseguramiento del bienestar animal • Tomar acciones enfocadas a promover el relevo generacional en los sectores y eslabones alimentarios más afectados.
RESULTADOS ESPERADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el empleo generado en Gipuzkoa por kg de producto local Vendido • Reducción % accidentes o lesiones derivadas del trabajo • Aumentar horas de formación /persona trabajadora • Aumentar % empleos de personas con riesgo de exclusión social • Aumentar ventas en canales cortos Vs. Canales tradicionales • Reducción edad media trabajadores y propietarios cadena alimentaria • Aumentar salarios o mantener poder adquisitivo personal trabajador