
I+RURAL EN CORREDOR DE LA PLATA

ANEXO1: MEMORIA DE LA
ACTIVIDAD DE COOPERACIÓN
INTRATERRITORIAL DEL GDR
CORREDOR DE LA PLATA

GDR CORREDOR DE LA PLATA

1.SUBVENCIÓN SOLICITADA

16.219,01 euros

2.EN RELACIÓN CON EL PROYECTO DE COOPERACIÓN

- **DENOMINACIÓN DEL PROYECTO BAJO EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD DE COOPERACIÓN:**

i+ Rural

- **TIPO DE PROYECTO BAJO EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD DE COOPERACIÓN:**

INTRATERRITORIAL

- **OBJETIVOS:**

El objetivo general perseguido con este proyecto es:

Consolidar el pequeño comercio de proximidad de nuestro territorio rural adecuándose a las nuevas formas de consumo electrónico

Para lograr este objetivo general se proponen los siguientes **objetivos específicos**

- Contribuir al fortalecimiento del comercio local de proximidad y a la comercialización de los productos locales a través del trabajo en red y el intercambio de experiencias.
- Incorporar a la población al consumo local a través del comercio electrónico.
- Dinamizar a las comunidades locales a través de las TIC

Dichos objetivos se materializan en:

I+RURAL	
LÍNEA DE ACTUACIÓN 1:	Apoyo al comercio y producciones locales a través de la adaptación del tejido empresarial promoviendo el uso de la TIC en el comercio local
LÍNEA DE ACTUACIÓN 2:	Implantación de la comunidad digital i + Rural, como instrumento de dinamización y como espacio de conexión de comerciantes locales de las distintas comarcas
LÍNEA DE ACTUACIÓN 3:	Plan de comunicación del proyecto

- SOCIOS COOPERANTES:

GDR SERRANIA SUROESTE SEVILLANA
 GDR SIERRA MORENA SEVILLANA
 GDR CORREDOR DE LA PLATA
 GDR BAJO GUADALQUIVIR
 GDR GRAN VEGA DE SEVILLA
 GDR COMARCA NORORIENTAL DE MALAGA
 GDR COMARCA DEL GUADALTEBA

Este proyecto no tiene agentes colaboradores.

- GRUPO COORDINADOR:

- GDR SERRANÍA SUROESTE SEVILLANA

- PRESUPUESTO:

218.275,28 €

- **PERIODO DE EJECUCIÓN:**
18 MESES
- **FECHA DE SUSCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE COOPERACIÓN:**
20-21/12/2021

3. EN RELACIÓN CON LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE COOPERACIÓN DEL GDR CORREDOR DE LA PLATA

- **DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE COOPERACIÓN:**
i+ RURAL Corredor de la Plata
- **TEMÁTICA DE COOPERACIÓN RECOGIDA EN LA EDL Y ÁREA FOCAL EN LA QUE INCIDE:**
EDL: PROYECTO DE COOPERACIÓN 3. Comunidad Virtual i+ RURAL
ÁREA FOCAL: 6B, PROMOVER EL DESARROLLO LOCAL DE LAS ZONAS RURALES.
- **DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETIVOS FORMULADOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE COOPERACIÓN:**

El pequeño comercio ha sido uno de los grandes protagonistas en la era covid-19 y muchos de ellos tienen ya, o buscan tener, presencia online. Las compras de proximidad, en el comercio local del barrio o ciudad, ahora están también a nuestro alcance en internet.

Según un estudio reciente de Mastercard, el 77% de la ciudadanía española compra más en los comercios cercanos que hace un año. Uno de los motivos es el querer apoyar la economía local y dar valor al entorno en el que se vive.

La venta online era una asignatura pendiente para el pequeño comercio, especialmente el localizado en las áreas rurales. Con la crisis sanitaria mundial, la necesidad de estar presentes en la red y llegar así a más consumidores, se ha incrementado, y ya son muchos los negocios que se unen al modelo mixto de tienda en línea y física. Una tendencia que debe ser aprovechada para que nuestros establecimientos incrementen su presencia en la red con la gran variedad de productos de calidad que ofertan.

El proyecto y esta actividad de cooperación construyen a nivel local respuestas a los desequilibrios que genera el sistema agroalimentario industrial y las políticas de desarrollo económico convencionales, poniendo en el centro de las estrategias de desarrollo local la necesidad de construir redes que fortalezcan los mercados locales y el comercio de proximidad.

A partir de esta realidad, se pone en marcha esta actividad de cooperación con el objeto de aumentar la resiliencia (es decir la capacidad de una sociedad de recuperarse frente a impactos externos) de las comunidades locales mediante la construcción de entramados de relaciones que articulan a los distintos actores y actrices del contexto local, incorporando el enfoque de género en su metodología de trabajo y apostando por un modelo de Desarrollo Rural Igualitario.

El proyecto contribuye con los **objetivos generales de la EDL** OG2, OG3 y OG4, que permita mejorar la calidad de vida de sus habitantes, mitigar la despoblación y diversificar la economía rural gestionando racionalmente los recursos del territorio. El **objetivo concreto de esta actividad** es consolidar el pequeño comercio de proximidad en el Corredor de la Plata, adecuándose a las nuevas formas de consumo electrónico, mediante el fortalecimiento de nuestro comercio y la comercialización de nuestros productos locales a través de la dinamización utilizando NTIC, el trabajo en red y el intercambio de experiencias, además de sensibilizar en el consumo local a través del comercio electrónico.

- METODOLOGÍA A UTILIZAR PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE COOPERACIÓN:

A nivel de proyecto, cada GDR participante ejecutará las acciones individuales y/o comunes según lo dispuesto en su actividad de cooperación y el acuerdo de cooperación. A medida que se vaya desarrollando la ejecución del proyecto se llevará a cabo el seguimiento y evaluación del mismo, mediante la recogida de datos e información continuada por parte de cada GDR participante y su envío al grupo coordinador, ésta información será analizada y evaluada y se aplicarán las medidas correctivas en caso que fuera necesario para paliar las desviaciones que se pudieran producir de los objetivos del proyecto.

A nivel individual, para cumplir con nuestros objetivos se considerará el análisis de partida del tejido empresarial efectuado en la EDL, centrado en el comercio electrónico y dando un enfoque de género. Paralelamente se van a diseñar herramientas conjuntas como son el marketplace virtual y la comunidad Digital i+ Rural. El uso de estas plataformas virtuales conlleva una capacitación de las personas usuarias en conocimientos digitales con el fin de disminuir las brechas digitales existentes entre el mundo rural y urbano, el intergeneracional y el de género. Todo ello estará apoyado por un ambicioso plan de comunicación del proyecto tanto interno como externo y la presentación de los resultados en una jornada final.

- DESCRIPCIÓN DE LAS ACTUACIONES A REALIZAR Y RESULTADOS PREVISTOS, CON INDICACIÓN DEL IMPACTO DE GÉNERO ESPERADO.

Actualmente son dos los principales problemas a los que se enfrenta el mundo rural, en primer lugar la situación de alerta sanitaria en la que nos encontramos debido a COVID 19 y por otro la problemática existente en las zonas rurales objeto del proyecto y de nuestra comarca, Corredor de la Plata en particular. No existe una única solución a dichos problemas. Al contrario, son muchas y variadas las posibles soluciones y alternativas existentes, pero todas pasan, ineludiblemente, por la implementación de políticas reales de desarrollo local. Pero si bien estas políticas y estrategias encaminadas a incrementar infraestructuras y servicios han ayudado en el pasado a resolver y paliar, en su caso, esta posible desventaja respecto a poblaciones establecidas en espacios urbanos y otras zonas, la realidad es que la despoblación de zonas rurales continúa aumentando.

Se hace necesario, por tanto, que a estas políticas de desarrollo, se añadan estrategias que vayan orientadas a la visibilización y puesta en valor de los recursos endógenos de Corredor de la Plata, propiciando la diversificación económica, aumentando la empleabilidad y, por tanto, de la permanencia en ámbito rural.

Se da la circunstancia que en estas zonas rurales, por lo general, la calidad de los productos que producen y transforman son excelentes, pero su consumo se reduce a clientes y mercados de cercanía, por ello tenemos que apoyarlos y darles las herramientas necesarias para que sus productos lleguen a todo tipo de mercados, suponiendo una gran oportunidad de desarrollo para nuestros municipios.

A continuación, se describen las líneas de actuación concretando las acciones y actividades en cada una de ellas para dar cumplimiento al objetivo general y específicos, así como, las personas destinatarias de cada acción.

I+RURAL EN LA CORREDOR DE LA PLATA	
LÍNEA DE ACTUACIÓN 1:	Apoyo al comercio y producciones locales a través de la adaptación del tejido empresarial promoviendo el uso de la TIC en el comercio local
LÍNEA DE ACTUACIÓN 2:	Implantación de la comunidad digital i + Rural, como instrumento de dinamización y como espacio de conexión de comerciantes locales de las distintas comarcas
LÍNEA DE ACTUACIÓN 3:	Plan de comunicación del proyecto

LÍNEA DE ACTUACIÓN 1: APOYO AL COMERCIO Y PRODUCCIONES LOCALES A TRAVÉS DE LA ADAPTACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL PROMOVRIENDO EL USO DE LA TIC EN EL COMERCIO LOCAL

A) Descripción

En esta línea de actuación se pretende apoyar al comercio y las producciones locales a través de tres acciones fundamentalmente:

- Análisis de la situación de partida / diagnóstico y dinamización territorial.
- Creación de una plataforma online de comercio electrónico.
- Tutorizar y asesorar a las empresas en comercio online.

B) Acciones:

En las tablas siguientes se indican las distintas acciones que componen esta primera línea de actuación indicando las actividades, los objetivos operativos y las personas destinatarias de las mismas.

LINEA DE ACTUACION 1. APOYO AL COMERCIO Y PRODUCCIONES LOCALES A TRAVÉS DE LA ADAPTACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL PROMOVRIENDO EL USO DE LA TIC EN EL COMERCIO LOCAL	
ACCIONES	A.1 Análisis de partida y dinamización territorial mediante intercambio de experiencias y buenas prácticas sobre digitalización en el comercio local. A.2 Creación de una plataforma online de comercio electrónico para formar a las empresas y productores locales de proximidad A.3 Implementar un servicio de tutorías y asesoramiento a las empresas que se formen en el comercio online.
OBJETIVOS OPERATIVOS	✓ Análisis sobre el estado de producciones y comercios online del territorio. ✓ Dinamización para dar a conocer el proyecto a las personas destinatarias. ✓ Crear una plataforma online como escaparate para la visibilización y venta de productos. ✓ Tutorizar y formar en comercio electrónico.
PERSONAS DESTINATARIAS	✓ Personas productoras. ✓ Empresariado local. ✓ Personas emprendedoras. ✓ Asociaciones empresariales.

LÍNEA DE ACTUACIÓN 2: IMPLANTACIÓN DE LA COMUNIDAD DIGITAL i+ RURAL, COMO INSTRUMENTO DE DINAMIZACIÓN Y COMO ESPACIO DE CONEXIÓN DE COMERCIANTES LOCALES DE LAS DISTINTAS COMARCAS

A) Descripción y Justificación:

Con esta línea de actuación se pretende implantar una comunidad digital con la finalidad de:

- ✓ Dinamizar al empresariado.
- ✓ Creación de redes de comerciantes de los territorios participantes.

B) Acciones

LINEA DE ACTUACION 2. IMPLANTACIÓN DE LA COMUNIDAD DIGITAL i+ RURAL, COMO INSTRUMENTO DE DINAMIZACIÓN Y COMO ESPACIO DE CONEXIÓN DE COMERCIANTES LOCALES DE LAS DISTINTAS COMARCAS	
ACCIONES	A.4 Creación de la comunidad digital i+ Rural. A.5 Dinamización de la comunidad digital. A.6 Creación de un entorno de colaboración y participación para la comunidad digital.
OBJETIVOS OPERATIVOS	✓ Crear y conectar virtualmente a la comunidad. ✓ Avanzar en la transformación digital del territorio. ✓ Crear un entorno colaborativo y participativo de la comunidad digital.
PERSONAS DESTINATARIAS	✓ Personas productoras. ✓ Empresariado local. ✓ Personas emprendedoras. ✓ Asociaciones empresariales. ✓ Público en general.

LÍNEA DE ACTUACIÓN 3: PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO

A) Descripción y Justificación:

Esta línea de acción es complementaria a las anteriores, contemplándose en la misma todas las actividades de comunicación tanto internas, dentro del ámbito de cada GDR participantes, cómo externas con el resto de GDR y sector del comercio de proximidad y la ciudadanía.

B) Acciones:

LINEA 3. PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO	
ACCIONES	A.7 Plan de comunicación interno de actividades de dinamización del proyecto en cada territorio. A.8 Plan de comunicación externo. Actividades de divulgación y comunicación de las acciones y resultados del proyecto y para la transferencia de experiencias. A.9 Presentación de resultados en una Jornada Final
OBJETIVOS OPERATIVOS	✓ Puesta en valor del proyecto. ✓ Promocionar y difundir el proyecto.
PERSONAS DESTINATARIAS	✓ Personas productoras. ✓ Empresariado local. ✓ Personas emprendedoras. ✓ Asociaciones empresariales. ✓ Público en general.

ACCIONES, PRESUPUESTO Y CALENDARIO

Las líneas de actuación son comunes a todos los territorios y se han planteado siguiendo el hilo conductor común que vertebra este proyecto, en función del grado de desarrollo de la actividad económica en cada territorio y de la disponibilidad económica de cada participante.

A continuación se concretan las actividades a desarrollar en cada línea de actuación en Corredor de la Plata, así como el calendario previsto de realización.

LÍNEA DE ACTUACIÓN 1: APOYO AL COMERCIO Y PRODUCCIONES LOCALES A TRAVÉS DE LA ADAPTACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL PROMOVRIENDO EL USO DE LA TIC EN EL COMERCIO LOCAL.

A.1 Análisis de partida y dinamización territorial mediante intercambio de experiencias y buenas prácticas sobre digitalización en el comercio local.

En esta acción se procederá a identificar el estado de digitalización de producción y comercialización con la intención de diagnosticar y analizar la situación de partida de los comercios de la comarca, sus necesidades y su disposición a participar en la actividad de cooperación.

Para ello, además se realizará una campaña de dinamización territorial del proyecto para dar a conocer los objetivos, metodología y resultados que esperamos conseguir para así captar a potenciales participantes.

Esta acción se realizará con personal propio que será el encargado de elaborar el diagnóstico territorial inicial, contactará con quienes producen y comercializan productos que puedan ser objeto de este proyecto, realizará sesiones de presentación, encuestas y dará visibilidad al proyecto a través de redes sociales y de la web del GDR. Además toda esta dinamización conlleva gastos de dietas y desplazamientos.

A.2 Creación de una plataforma online de comercio electrónico para formar a las empresas y productores locales de proximidad.

Esta acción pretende dotar al tejido empresarial rural de las herramientas necesarias para abrirse camino en el comercio online y en el comercio de proximidad de los productos locales de manera que se disminuya la brecha digital entre las zonas urbanas y rurales, desarrollando las herramientas y pautas necesarias para dar cumplimiento a las políticas de digitalización de la economía y reforzando la capacitación del territorio en esta materia.

Esta acción se realizará a través de una asistencia técnica que será coordinada y supervisada por personal del GDR.

A.3 Implementar un servicio de tutorías y asesoramiento a las empresas que se formen en el comercio online.

Esta acción pretende formar con la finalidad de dar conocimientos para impulsar a los comercios hacia el mundo virtual. La formación será de carácter eminentemente práctico y ha de cumplir con las siguientes características:

- Debe otorgar los conocimientos necesarios a comerciantes de los diferentes puntos en los que pueden digitalizar su empresa. En este punto, debe ser prioritaria la formación en comercio electrónico.
- La formación se desarrollará con diferentes webinarios en el que se vaya aportando los conocimientos de las diferentes temáticas.
- El contenido quedará desarrollado en manuales completos de cada una de las temáticas que se abordarán.
- En paralelo a la formación, existirá una herramienta que ayude a poner en práctica los conocimientos adquiridos. Esta herramienta estará preparada para que la persona comerciante sólo tenga que personalizar su comercio electrónico, subir los productos y gestionar pedidos y transacciones. Ello implica que quien comercia no deberá de preocuparse ni de contratar servidores, dominios, protección de datos ni TPV con el banco.
- Desde un primer momento, el alumnado tendrá acceso a la herramienta práctica cumpliendo de esta forma con la máxima “Aprender haciendo”.
- La herramienta práctica ha de consistir en un marketplace donde cada comercio pueda tener su espacio de venta personalizable a la par que los productos que suban aparezcan en el espacio común del propio marketplace.
- Habrá un servicio de asistencia al alumnado en el cual se vayan resolviendo las diferentes dudas que vayan surgiendo tanto teóricas como de la herramienta práctica.

Al finalizar el curso, el alumnado ha de ser capaz de:

- Entender en qué consiste la digitalización empresarial y de adquirir la capacidad de autoanálisis de su negocio en ese aspecto.

- Entender las distintas partes implicadas en la puesta a punto y despliegue del comercio electrónico.

- Desarrollar un plan de ventas y marketing que le permita crecer. En este punto, además deberá de entender la potencia que tienen las redes sociales y como aprovechar ese potencial para impulsar las ventas.

- Entender la herramienta habilitada para las prácticas y ser capaz de hacer un uso correcto de la misma.

Esta acción se realizará a través de una asistencia técnica que será coordinada y supervisada por personal del GDR.

La variación del presupuesto se ha considerado en función número de empresas, que en Corredor de la Plata será de hasta 25 empresas.

LÍNEA DE ACTUACIÓN 2: IMPLANTACIÓN DE LA COMUNIDAD DIGITAL I + RURAL, COMO INSTRUMENTO DE DINAMIZACIÓN Y COMO ESPACIO DE CONEXIÓN DE COMERCIANTES LOCALES DE LAS DISTINTAS COMARCAS

A4 Creación de la comunidad digital i+ Rural.

El progreso económico, social y empresarial no es otra cosa que la generación de Oportunidades en la localidad. Y a esas oportunidades se llega a través del intercambio de experiencias y el trabajo conjunto, es decir, a través de la colaboración y la participación de los distintos agentes que participan en toda esta actividad, tanto en torno al fomento de los productos locales y el comercio de proximidad, como en general a la actividad económica en la comarca.

Pero la colaboración y la participación no son capacidades que se puedan desarrollar desde espacios web “tradicionales”, cuya comunicación siempre es unidireccional. Las redes sociales cambian ese paradigma unidireccional, pero no permiten mucho más que comentar publicaciones.

En una sociedad cada vez más “conectada”, con la obligación añadida que ha provocado la situación especial de confinamiento por la expansión del coronavirus (COVID-19) y la necesidad de teletrabajo y conexiones remotas, se hace imprescindible hablar de COMUNIDADES DIGITALES.

Esta acción se realizará a través de una asistencia técnica que será coordinada y supervisada por personal del GDR.

A5 Dinamización de la comunidad digital i+ Rural

La base sobre la que se sostiene la comunidad digital de este proyecto es precisamente la colaboración y participación, es decir, es proporcionar un espacio virtual, como espacio colaborativo, donde la totalidad de participantes puedan estar conectados, compartir todo tipo de información y recursos, colaborar en proyectos y fomentar la conversación y el desarrollo de oportunidades.

Se trata solo de conectar a participantes y que se comuniquen, de proporcionar recursos, de brindar espacios de colaboración, de ofrecer asesoramiento y otros servicios a participantes en un solo entorno, disponiendo de un espacio virtual donde todo participante de los distintos territorios –y de otras entidades que puedan colaborar en distintos formatos– se comuniquen, establezcan contactos entre sí, y tengan la oportunidad de participar en distintas iniciativas, encuentros, etc.

Esta acción contempla una parte común, que con la finalidad que funcione de forma eficiente, se deberá contar con una asistencia técnica común que coordine y guíe la dinamización y arranque de la comunidad i+ RURAL y de los grupos de personas usuarias, creando dinámicas, coordinando equipos desde el entorno, incorporando contenidos de interés, gestionando eventos y gestionando chats y grupos vía online en el entorno.

Esta acción contempla otra parte individual que se realizará a través de personal del GDR con asistencias técnicas y/o personales, tanto para el apoyo de la dinamización como para la organización de la visita a otras experiencias, así como gastos de dietas y desplazamientos para reuniones, entrevistas y dinamización de usuarios de la plataforma.

A6 Creación de un entorno de colaboración y participación para la comunidad digital.

A.6.1. Dentro de la comunidad digital se realizarán 4 jornadas sobre:

1. La importancia de la participación ciudadana.
2. Empoderamiento feminista y de jóvenes rurales.
3. Cambio climático y comercio local.
4. Conocimiento de alguna experiencia de Buenas Prácticas (BBPP).

Estas jornadas se harán a través de una asistencia técnica encargada de:

1. Producción de las jornadas:

- Captar a las diferentes personas ponentes que serán expertas en las diferentes temáticas.
- Diseño del guión de las jornadas.
- Facilitación y conducción de las jornadas.
- Grabación audiovisual y organización de la ponencia en StreamYard/Zoom.
- Realización de encuesta de satisfacción.

El tiempo previsto de cada jornada será de 60 minutos, 40 de ponencia y 20 para resolver dudas y cuestiones a la audiencia, serán retransmitidas en streaming-directo, se grabarán y se creará una url para visionado online.

2. Campaña de promoción de las jornadas:

- Elaboración del cartel de cada jornada.
- Elaboración del programa en formato digital para su promoción.
- Producción de un micro vídeo promocional de cada jornada.
- Promoción en redes sociales mediante microcampaña de difusión.

3. Producción audiovisual de la jornada:

- Montaje de un vídeo por jornada para su difusión.

Esta acción se realizará a través de una asistencia técnica que será coordinada y supervisada por personal del GDR.

A.6.2. En esta acción también se realizará una visita para el intercambio de experiencias en los territorios, que ayudará a reforzar la cooperación entre ciudadanía y territorios a través de una red de trabajo conjunto. El objetivo es compartir el conocimiento, las lecciones aprendidas, los éxitos y fracasos de otras zonas rurales pioneras en la valorización de sus productos que utilizan el comercio online para posicionarlos en los mercados emergentes que buscan la calidad, el buen hacer de la tradición y el respeto al medio ambiente durante su producción.

LÍNEA DE ACTUACIÓN 3: PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO.

A.7 Plan de comunicación interno de actividades de dinamización del proyecto en cada territorio.

Esta acción conlleva la dinamización, capacitación e implicación del territorio para el desarrollo del proyecto. Para ello se incluyen las reuniones necesarias para el buen funcionamiento del proyecto, incluyendo la realización de entrevistas, generación de contenidos y difusión para redes sociales, visitas a personas productoras y comerciantes, actividades de difusión sobre la importancia del comercio y el consumo local y de cercanía, utilización de medios a disposición del GDR, RRSS, Web, etc.

Esta acción se realizará a través de asistencias técnicas, gastos de personal del GDR y de dietas y desplazamientos.

A.8 Plan de comunicación externo. Actividades de divulgación y comunicación de las acciones y resultados del proyecto y para la transferencia de experiencias.

Esta acción conlleva el diseño de un plan de comunicación con unos contenidos obligatorios y comunes para todos los socios.

Se realizará una campaña de comunicación que comprenderá los siguientes servicios:

1.-Imagen corporativa y material promocional:

- Diseño de la imagen del proyecto, lema y logo.
- Diseño y maquetación de material promocional, carteles y pegatinas para publicitar diferentes eventos del proyecto a través de redes sociales. El diseño de los carteles será común, pudiéndose adaptar a cada uno de los eventos (jornadas, presentaciones, ruedas de prensa).
- Enaras
- Diseño, maquetación y entrega de merchandising.
- Vídeo promocional para difundir por las redes sociales y la página web con las que cuenta el GDR.

2.- Servicio de apoyo a la divulgación:

- En eventos programados (grabación de las ponencias y talleres, edición de material, reportaje fotográfico).
- Elaboración de contenidos para RRSS, mínimo 20 entradas. Con el apoyo de una imagen para cada entrada. Realización de memoria final recogiendo las acciones de comunicación llevadas a cabo en el proyecto.
- Realización de infografías para divulgar los resultados del proyecto. Contenido aproximado 1 formato A4. De esta infografía se elaborará un modelo general con los datos totales del proyecto y seis adaptaciones, una por cada territorio, con sus datos de zona.
- Campañas de sensibilización con el consumo de productos locales y de proximidad.

Esta acción se realizará a través de asistencias técnicas que será coordinada y supervisada por personal del GDR que necesitará de desplazamientos y dietas para realizar estas funciones.

A.9 Presentación de resultados en una Jornada Final.

1. Esta acción supone una asistencia técnica en organización y celebración de la jornada encargada de:

1.1. Asistencia en dinamización de jornada final.

- Asistencia en dinamización de la jornada mediante el montaje de elementos básicos de la imagen del proyecto.
- Asistencia en la facilitación del evento y moderación de mesas.
- Asistencia en la recepción de asistentes y cumplimentación de hojas de control.

1.2 Elaboración de material de comunicación para la jornada final.

- Diseño de un folleto para informar a participantes de los contenidos y resultados del proyecto, así como la impresión del mismo.
- Diseño de cartel y su impresión.
- Diseño del programa y su impresión.
- Diseño de PPT para ser utilizado durante la jornada.
- Diseño de hojas de asistencia y sus impresiones.
- Se redactará una nota de prensa para invitar a los medios de comunicación a cubrir el evento.

1.3. Cobertura audiovisual de la jornada.

- Asistencia técnica en el registro de la jornada, disponiendo de imágenes para documentación del evento y su difusión posterior, tanto fotográficas como visuales.

1.4. Producción audiovisual resumen de la jornada de 3 minutos máximo de duración.

1.5. Recepción en la jornada.

2. Esta acción también cuenta con Campaña de promoción de la jornada:

- Producción de microvídeo promocional de la jornada.
- Campaña de promoción de la jornada final.

Esta acción se realizará a través de una asistencia técnica que será coordinada y supervisada por personal del GDR que necesitará de desplazamientos y dietas para realizar estas funciones.

Los **objetivos transversales** a los que tiene que dar respuesta el proyecto son cuatro:

- **Innovación,**
- **Mejora del Medioambiente y lucha contra el cambio climático,**
- **Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres,**
- **Igualdad de oportunidades para jóvenes.**

A continuación, pasamos a describir como contribuye el proyecto al cumplimiento de dichos objetivos transversales:

INNOVACIÓN

El carácter innovador del proyecto viene determinado por los siguientes aspectos:

- ✓ Creación de una plataforma de comercio online (marketplace), un sitio donde los productos de la Corredor de la Plata son ofrecidos por quienes producen y comercian para ser adquiridos por quienes consumen, es decir, un mercado en el mundo online.

- ✓ Capacitar en digitalización empresarial y comercio electrónico a las personas usuarias del marketplace y de la comunidad digital, con el objetivo de reducir la brecha digital existente entre el mundo urbano y el rural, así como la intergeneracional.
- ✓ Creación de la comunidad digital i+ rural, una plataforma online de intercambio de opiniones, ideas, experiencias y conocimientos entre quienes producen, compran, participan, gestionan y dinamizan nuestro territorio.

MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO.

La contribución del proyecto al objetivo transversal de mejora del medioambiente y la lucha contra el cambio climático viene determinada por:

- ✓ Se impartirá una jornada sobre el cambio climático y el comercio local.
- ✓ Materiales de sensibilización e información disponibles a través de web, evitando uso de papel.
- ✓ Publicaciones digitales, con el fin de no fomentar el consumo innecesario de papel

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES.

En cuanto al objetivo transversal de igualdad de oportunidades la contribución del proyecto vendrá determinada por la puesta en valor y visibilización de las mujeres. Para ello:

- Se usará un lenguaje no sexista, de imágenes no estereotipadas, de referentes igualitarios, así como la eliminación de los prejuicios, estereotipos y roles en función del sexo en todas las acciones de promoción y publicidad.
- Se impartirá una jornada sobre el empoderamiento feminista y de jóvenes rurales.
- Se implementarán los principios de igualdad y transversalidad de género en las acciones de formación y capacitación del proyecto que se puedan realizar, así como en los materiales generados, contribuyendo a la Equifonía, igualdad de trato, igualdad de acceso e igualdad de oportunidades.
- Disminuir la brecha digital de género mediante las acciones formativas y de capacitación del proyecto, ya que las mujeres son las que generalmente hacen la compra pero las que menos usan internet.

- En el diagnóstico de partida se analizarán las necesidades de las mujeres tanto de las comerciantes como de las consumidoras, ya que son ellas las que generalmente hacen la compra.
- En la realización de jornadas y presentaciones se buscará la mayor representación de mujeres a las mismas, con el requisito mínimo de que sea el 40%.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA JÓVENES

Por último, el proyecto contribuirá objetivo transversal de igualdad de oportunidades para los jóvenes del siguiente modo:

- ✓ Incorporando nuevas tecnologías (marketplace y comunidad digital), se incentiva el uso de la participación de la juventud.
 - ✓ Se impartirá una charla/taller sobre el empoderamiento feminista y de jóvenes rurales.
 - ✓ Se trabajará con la juventud y la igualdad conjuntamente. Se han definido siempre actuaciones dirigidas a uno u otro grupo objetivo, sin embargo, en este proyecto queremos unificar ambos grupos para comenzar a desmontar la estructura patriarcal.
 - ✓ Adaptar la comunicación dirigida a la juventud enfocándose en las redes que usan habitualmente y el tipo de lenguaje.
-
- **PRESUPUESTO DESGLOSADO POR ANUALIDADES Y ACTUACIONES, CON INDICACIÓN DE LOS GASTOS SOMETIDOS A PROCESO DE LICITACIÓN, COMO DE LOS IMPORTES DE GASTOS COMUNES:**

La contratación de las acciones se realizará según la legislación vigente.

Dependiendo de la tipología de las acciones nos podemos encontrar 2 casos:

- Acciones en las que participan todos los socios y hay exclusivamente un solo socio licitador.
- Acciones que son licitadas individualmente por cada una de las entidades participantes.

Dependiendo del importe, la tipología de la licitación será por adjudicación directa, menores, restringidos o abiertos. Y en función de su finalidad, será de servicios, suministros u obras.

PRESUPUESTO

Las siguientes tablas muestran el presupuesto de la actividad de cooperación de Corredor de la Plata

Tabla 1. Presupuesto:

Grupo	Presupuesto
Corredor de la Plata	16.219,01 €

TABLA2. Presupuesto por Línea de actuación

GRUPO (€)	LÍNEA DE ACTUACIÓN 1	LÍNEA DE ACTUACIÓN 2	LÍNEA DE ACTUACIÓN 3	IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	TOTAL
Corredor de la Plata	4.235,00 €	3.513,32	4.375,01	4.100,00 €	16.219,01 €

TABLA 3. Presupuesto por Actividad

GDR (€)	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	Implementación del Proyecto	TOTAL
Corredor de la Plata	-	2.420,00	1.815,00	1.728,57	518,57	1.266,18	-	3.069,94	1.305,07	4.100,00	16.219,01

La cantidad de implementación del proyecto conlleva la partida de personal por importe de 3.000,00 € y de dietas y desplazamientos: 1.100,00 €, siendo el total de 4.100,00 €

El presupuesto presentado para la actividad de cooperación se ajusta a lo desarrollado en el apartado 6 del artículo 10 de la Orden de 23 de octubre de 2018 por la que se regula la Submedida 19.3, según el cual los gastos de alojamiento y manutención no superarán el máximo subvencionable para estas partidas que está establecido en el 15% del importe máximo salarial recogido en la Orden de 9 de agosto de 2017, teniendo en cuenta las Submedidas 19.3 y 19.4.

A continuación detallaremos la partida de gasto por actividad:

A.1 Análisis de partida y dinamización territorial mediante intercambio de experiencias y buenas prácticas sobre digitalización en el comercio local. Esta partida es un gasto individual dividido en los siguientes conceptos:

Gastos personal	1.000,00 €. Asignado presupuestariamente en la columna de implementación del proyecto.
Gastos de dietas y desplazamiento	Asignado presupuestariamente en la columna de implementación del proyecto.

A.2 Creación de una plataforma online de comercio electrónico para formar a las empresas y productores locales de proximidad. La asistencia técnica es una partida de gasto común y el gasto de personal es individual:

Asistencia técnica	2.420,00 €
Gastos de Dietas	0 €

A.3 Implementar un servicio de tutorías y asesoramiento a las empresas que se formen en el comercio online. La asistencia técnica es una partida de gasto común y el gasto de personal es individual:

Asistencia técnica	1.815,00 €
Gastos de Dietas	300,00 €. Asignado presupuestariamente en la columna de implementación del proyecto.

A.4 Creación de la comunidad digital i+ Rural. La asistencia técnica es una partida de gasto común y el gasto de personal es individual:

Asistencia técnica	1.728,57 €
Gastos de Dietas	0 €

A.5 Dinamización de la comunidad digital. Es una partida que contempla los siguientes gastos:

-Asistencia técnica común de apoyo a la dinamización de la comunidad digital puesto que al ser una actividad innovadora que ningún GDR ha abordado con anterioridad, se necesita un asesoramiento común para su puesta en marcha.

-Asistencia Técnica individual de cada GDR para dinamizar la comunidad en su territorio

-Gasto de personal individual de cada GDR dividida en los siguientes conceptos:

Asistencia técnica común	0,00 €
Asistencia técnica individual	518,57 €
Gastos de dietas y desplazamientos	450,00 € Asignado presupuestariamente en la columna de implementación del proyecto.
Gastos personal	1.000,00 €

A.6 Creación de un entorno de colaboración y participación para la comunidad digital. Es una partida común. La partida de gastos presupuestada se divide en 2 acciones:

Asistencia técnica 6.1	847,00 €
Asistencia técnica 6.2	872,93 €
Gastos personal	Asignado presupuestariamente en la columna de implementación del proyecto.

A.7 Plan de comunicación interno de actividades de dinamización del proyecto en cada territorio. Es una partida de gasto individual que se divide en 2 conceptos:

Gastos personal	1.000,00 €
Gastos de dietas y desplazamiento	0 €

A.8 Plan de comunicación externo. Actividades de divulgación y comunicación de las acciones y resultados del proyecto y para la transferencia de experiencias. La asistencia técnica es una partida de gasto común y el gasto de personal y de dietas y desplazamiento es individual

Asistencia técnica	3.069,94 €
Gastos personal	0 €
Gastos de dietas y desplazamiento	0 €

A.9 Presentación de resultados en una Jornada Final. La asistencia técnica es una partida de gasto común y el gasto de personal y de dietas y desplazamiento es individual.

Asistencia técnica	1.305,07 €
Gastos personal	0 €
Gastos de dietas y desplazamiento	350,00 € Asignado presupuestariamente en la columna de implementación del proyecto.

TABLA 4. Presupuesto por Anualidad

Debido a la situación actual de la COVID-19, el cronograma de ejecución de las actuaciones puede variar para adaptarnos a la pandemia, modificando a su vez el presupuesto por anualidades.

LÍNEA DE ACCIÓN 1	AÑO 1 (12 MESES)	AÑO 2 (6 MESES)
A.1.	1.000,00	
A.2.	2.420,00	
A.3	1.815,00	
TOTAL Línea 1	5.235,00	
LÍNEA DE ACCIÓN 2.		
A.4.	1.728,58	
A.5.	1.312,44	656,22
A.6.		
A 6.1	847,00	
A.6.2		872,93
TOTAL Línea 2	3.888,02	1.529,15
LINEA DE ACCION 3.		
A.7.	500,00	500,00
A.8.	3.069,94	
A.9.		1.655,07
TOTAL Línea 3	5.119,94	2.155,07
	14.242,96	3.684,22

De igual forma, la crisis actual que estamos padeciendo en la cadena de suministros, puede hacer que cuando vayamos a ejecutar el proyecto, se hayan incrementado los precios, por lo que bajarían las cantidades presupuestadas inicialmente para compensar esa subida.

Esta entidad se acoge a la posibilidad de **compensación** entre todos y cada uno de los gastos tal y como se refiere en el artículo 10.9 de la Orden de 23 de octubre de 2018. Por lo que se solicita sean identificados en la resolución de concesión.

GASTOS COMUNES

El presupuesto de las acciones comunes son los siguientes:

Línea 1: APOYO AL COMERCIO Y PRODUCCIONES LOCALES A TRAVÉS DE LA ADAPTACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL PROMOVRIENDO EL USO DE LA TIC EN EL COMERCIO LOCAL.

- **A.2 Creación de una plataforma online de comercio electrónico para formar a las empresas y productores locales de proximidad**

Presupuesto acción común imputado a Corredor de la Plata: 2.420 €

% de reparto: 14,286%

- **A.3 Implementar un servicio de tutorías y asesoramiento a las empresas que se formen en el comercio online.**

Presupuesto acción común imputada a Corredor de la Plata: 1.815 €

% reparto: 14,286%

Línea 2: IMPLANTACIÓN DE LA COMUNIDAD DIGITAL I + RURAL, COMO INSTRUMENTO DE DINAMIZACIÓN Y COMO ESPACIO DE CONEXIÓN DE COMERCIANTES LOCALES DE LAS DISTINTAS COMARCAS.

- **A.4 Creación de la comunidad digital i+ Rural.**

Presupuesto acción común imputado a Corredor de la Plata: 1.728,57 €

% de reparto: 14,286%

- **A.5 Dinamización de la comunidad digital imputado a Corredor de la Plata: 518,57€**

- **% de reparto: 14,286%**

- **A.6 Creación de un entorno de colaboración y participación para la comunidad digital.**

Presupuesto acción común imputada a Corredor de la Plata: 1.719,93 €

% reparto: 14,286%

Línea 3: IMPLANTACIÓN DE LA COMUNIDAD DIGITAL I + RURAL, COMO INSTRUMENTO DE DINAMIZACIÓN Y COMO ESPACIO DE CONEXIÓN DE COMERCIANTES LOCALES DE LAS DISTINTAS COMARCAS.

- **A.8 Plan de comunicación externo. Actividades de divulgación y comunicación de las acciones y resultados del proyecto y para la transferencia de experiencias. Presupuesto acción común imputado a Corredor de la Plata: 3.069,94 €**

% de reparto: 14,286%

- **A.9 Presentación de resultados en una Jornada Final**
Presupuesto acción común imputada a Corredor de la Plata: 847,00 €
% reparto: 14,286%

- SISTEMA DE EVALUACIÓN E INDICADORES A UTILIZAR:

El Seguimiento y Evaluación del proyecto se realizará a través de tres tipos de indicadores: Indicadores de ejecución, Indicadores de resultados e Indicadores de impacto del proyecto.

Estos indicadores tendrán en cuenta los objetivos transversales de género, juventud, medioambiente e impacto en la mitigación o adaptación al cambio climático, así como en la innovación.

Se plantea, por tanto, un sistema de seguimiento y evaluación del proyecto a través de indicadores cualitativos y cuantitativos de medición en continuo que serán:

A. Indicadores de ejecución. Informan sobre las actividades realizadas dentro del proyecto y sobre los medios y recursos empleados.

B. Indicadores de resultados. Miden efectos directos e inmediatos. Considerados de forma inmediata tras la ejecución del proyecto.

C. Indicadores de impacto. Estos indicadores miden los efectos de las medidas de desarrollo rural en las personas beneficiarias del proyecto y en el territorio. Considerados a medio y largo plazo.

Además, los indicadores referidos a personas beneficiarias estarán desagregados por sexo y edad a fin de conocer el impacto de las acciones del proyecto sobre las mujeres y la juventud de forma específica.

Proceso	Periodicidad	Responsables proceso
Registro y medición de indicadores:	Continua	GDR cooperante.
Recogida de datos:	Trimestral	GDR cooperante.
Análisis y evaluación de indicadores:	Trimestral	GDR coordinador.
Informe de análisis y evaluación de indicadores	Trimestral	GDR cooperante y coordinador

El sistema de indicadores de ejecución, resultado e impacto planteado para cada línea de actuación y acción es el siguiente:

LÍNEA DE ACTUACIÓN	ACCIÓN	INDICADORES
1. APOYO AL COMERCIO Y PRODUCCIONES LOCALES A TRAVÉS DE LA ADAPTACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL PROMOVRIENDO EL USO DE LA TIC EN EL COMERCIO LOCAL.	A.1 Análisis de partida y dinamización territorial mediante intercambio de experiencias y buenas prácticas sobre digitalización en el comercio local.	- Nº Reuniones de coordinación. - Nº de entidades participantes.
	A.2 Creación de una plataforma online de comercio electrónico para formar a las empresas y productores locales de proximidad	- Nº de empresas participantes de plataforma - Nº hombres participante - Nº mujeres participantes

	A.3 Implementar un servicio de tutorías y asesoramiento a las empresas que se formen en el comercio online.	- Nº empresas asesoradas - Nº mujeres asesoradas - Nº hombres asesorados - Nº horas asesoramiento
2. IMPLANTACIÓN DE LA COMUNIDAD DIGITAL I + RURAL, COMO INSTRUMENTO DE DINAMIZACIÓN Y COMO ESPACIO DE CONEXIÓN DE COMERCIANTES LOCALES DE LAS DISTINTAS COMARCAS	A.4 Creación de la comunidad digital i+ Rural.	- Nº participantes comunidad digital - Nº participantes hombres - Nº participantes mujeres
	A.5 Dinamización de la comunidad digital.	- Nº actividades de dinamización - Nº de eventos organizados - Nº participantes totales eventos
	A.6 Creación de un entorno de colaboración y participación para la comunidad digital.	- Nº participantes talleres. - Nº ponentes - Nº empresas participantes
	A.7 Plan de comunicación interno de actividades de dinamización del proyecto en cada territorio.	- Eventos publicados en redes - Alcance anuncio - Nº jornadas de presentación del proyecto - Nº Reuniones informativas
	A.8 Plan de comunicación externo. Actividades de divulgación y comunicación de las acciones y resultados del proyecto y para la transferencia de experiencias	- Nº actividades divulgación - Nº comunicaciones realizadas en redes - Nº jornadas finales

	A.9 Presentación de resultados en una Jornada Final	- Nº participantes - Nº Informes finales emitidos
--	---	--

De esta serie de indicadores, el GDR Corredor de la Plata evaluará los que se ejecuten a través de las actividades que lleve a cabo en su proyecto.

Indicadores de ejecución del proyecto:

A continuación, se expone la relación de indicadores de resultados, ejecución e impacto del proyecto en su conjunto:

- ✓ Inversión total del proyecto.
- ✓ Inversión total proyecto con relación directa sobre el cambio climático.
- ✓ Inversión total del proyecto con relación directa con la igualdad.
- ✓ Inversión total del proyecto con relación directa con la población joven.
- ✓ Inversión total del proyecto con relación directa con elementos innovadores.

Indicadores de resultado del proyecto:

- ✓ Número de acciones/total acciones de los proyectos desarrollados.
- ✓ Número de acciones/total acciones de los proyectos desarrollados con incidencia en igualdad.
- ✓ Número de acciones/total acciones de los proyectos desarrollados con incidencia en la población joven.
- ✓ Número de acciones/total acciones de los proyectos desarrollados que contribuyan al medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático.
- ✓ Número de acciones/total acciones de los proyectos desarrollados que incorporen aspectos/elementos innovadores.

Indicadores de impacto del proyecto:

- ✓ Número de empresas formadas en comercio online
- ✓ Número empresas asesoradas
- ✓ Número entradas plataforma e-commerce online
- ✓ Números empresas usuarias de la comunidad virtual

RESULTADOS PROYECTADOS, IMPACTO EN EL TERRITORIO Y/O PERSONAS O GRUPOS BENEFICIARIOS, REPERCUSIÓN SOBRE EL MEDIOAMBIENTE Y EL CAMBIO CLIMÁTICO, SOBRE LAS MUJERES, LA JUVENTUD Y OTROS GRUPOS POBLACIONALES.

RESULTADOS PROYECTADOS Y SU IMPACTO SOBRE EL TERRITORIO

Con el desarrollo de las acciones que se pongan en marcha para la consecución de los objetivos, esperamos obtener los siguientes resultados:

- ✓ Dar mayor visibilidad en internet a comerciantes de la Corredor de la Plata.
- ✓ Potenciar las ventas del tejido empresarial territorial.
- ✓ Dar confianza y comodidad a la clientela online.
- ✓ Aumentar la capacidad de crecimiento y competitividad de nuestro tejido empresarial.
- ✓ Impulsar la productividad mediante la colaboración profesional a través de la comunidad online.
- ✓ Aumentar el nivel de conectividad entre usuarios de la plataforma, reduciendo la brecha digital entre el mundo rural y urbano, así como la intergeneracional y la brecha de género.
- ✓ Aumentar la pertenencia a una comunidad mediante el intercambio de información, experiencias y obtener respuestas, ofrecer y recibir apoyo, conversar y socializar de manera informal.
- ✓ Aumentar el número de contactos, estimular la creatividad y el aprendizaje continuo a través de la comunidad online.

RESULTADOS PROYECTADOS Y SU IMPACTO SOBRE EL MEDIOAMBIENTE Y EL CAMBIO CLIMÁTICO

Los resultados proyectados y su impacto sobre el medioambiente y con influencia en el cambio climático son los siguientes:

- ✓ Aumento de la concienciación ambiental relacionando el comercio local con el cambio climático.
- ✓ Aprovechamiento de un escaparate digital para valorizar el territorio y poder ofrecer unos productos y servicios asociados a los valores ambientales de figuras de protección como Parque Natural, Geoparque mundial de la UNESCO, Reserva de la Biosfera y Reserva Starlight.

RESULTADOS PROYECTADOS Y SU IMPACTO SOBRE IGUALDAD DE GÉNERO

Los resultados proyectados e impactos del proyecto sobre la igualdad de género son los siguientes:

- ✓ Aumento sobre concienciación en igualdad de género a través de una charla/taller sobre empoderamiento feminista.
- ✓ Se da visibilidad a las mujeres y se contribuye con el ejemplo a la eliminación de estereotipos y roles de género.
- ✓ Disminución de la brecha digital de género.
- ✓ Diagnóstico de partida con incidencia en las necesidades de mujeres comerciantes y compradoras.

RESULTADOS PROYECTADOS Y SU IMPACTO SOBRE LA JUVENTUD

Los resultados proyectados e impactos del proyecto sobre la juventud son los siguientes:

- ✓ Aumento sobre concienciación en la juventud a través de una charla/taller sobre empoderamiento juvenil rural.
- ✓ Creación de espacios de los cuales la juventud es actualmente consumidora como son las nuevas tecnologías en el uso de marketplace y plataformas digitales de creación de redes a través de una comunidad digital.

- CRONOGRAMA

ACCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
A1	X	X	X	X	X	X												
A2							X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
A3							X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
A4							X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
A5	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
A6													X	X	X	X		
A7	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
A8													X	X	X	X	X	X
A9																	X	X

Debido a la situación actual de la COVID-19, el cronograma de ejecución de las actuaciones puede variar para adaptarnos a la pandemia.

- PERIODO DE EJECUCIÓN

El proyecto tendrá un plazo de ejecución de 18 meses contados a partir del día siguiente a la notificación de la resolución de concesión de la ayuda por parte del órgano competente.

- Descripción y justificación de los criterios de selección aplicados con indicación de la puntuación obtenida:

DOC 19.b) CRITERIOS SELECCIÓN SUBMEDIDA 19.3 PROGRAMA 2014-2020		PROYECTO i+ RURAL
Denominación del criterio y subcriterios	Puntuación Máxima	
1. Nº de socios participantes	Max 2	2
Más de 3 y menos de 5 socios	1	
Más de 5 socios	2	2
2. Vinculación con las necesidades	Max 2	2
Del 10 al 20%	1	
Más del 20%	2	2
3. Contribución a la Igualdad de Género en la Zona Rural Leader	Max 1	1
4. Contribución al fomento de la participación de la Juventud Rural en la Zona Rural Leader	Max 1	1
5. Contribución a la protección del medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático en la Zona Rural Leader	Max 1	1
6. % de Territorio Leader de Andalucía cubierto por la totalidad de los socios del proyecto	Max 2	2
Del 5 a 10%	1	
Más del 10%	2	2
7. Participación de socios no andaluces	Max 1	1
PUNTUACION MÍNIMA PARA OBTENER LA AYUDA	5 PUNTOS	9

Aplicación de los criterios de baremación por parte del Grupo Corredor de la Plata, al proyecto de Cooperación " i+ RURAL ". Obtiene puntuación mínima requerida.

Valoración de criterios:

Criterio 1.- Desarrollan la actividad de cooperación 7 socios, por tanto, obtiene una puntuación de **2 puntos**.

Criterio 2.- La vinculación con las necesidades en Corredor de la Plata, es superior al 20%, ya que, el proyecto de cooperación tiene vinculación con las siguientes necesidades detectadas y priorizadas, de las 18 necesidades descritas y reflejadas en nuestra EDL:

1. Dinamizar la participación social, voluntariado y asociacionismo comarcal a todos sus ámbitos.
2. Mejorar la empleabilidad y la adaptabilidad laboral de la población activa de la comarca, favoreciendo el trabajo por cuenta ajena y por cuenta propia, especialmente entre las mujeres y la población joven.
3. Reducir el éxodo rural juvenil, mejorando el atractivo comarcal y la calidad de vida de la población joven.
4. Desarrollar y poner en marcha nuevos productos, procesos, servicios y/o tecnologías de apoyo al desarrollo social y económico de la comarca.
5. Mejorar los conocimientos y las capacidades en los sectores distintos del agrícola, ganadero, forestal y alimentario para mejorar su competitividad y sostenibilidad.
6. Mejorar la difusión y promoción sobre el patrimonio natural y cultural de la comarca y sensibilizar a la población sobre la necesidad de contribuir a la lucha contra el cambio climático.
7. Conservar y poner en valor el patrimonio rural comarcal, incluyendo la adopción de medidas para la sensibilización de la población en la adaptación, mitigación y lucha contra el cambio climático y favoreciendo el turismo sostenible.

Dicha contribución a 7 de las 18 necesidades detectadas en la EDL, significa un 39 %, obteniendo una puntuación de **2 puntos**.

Criterio 3.- Se contribuye a la igualdad de género, mediante actuaciones concretas descritas en apartados de la memoria, obteniendo una puntuación de **1 punto**.

Criterio 4.- Se fomentará la participación juvenil en acciones del programa de cooperación, se describe en la memoria en resultados esperados, obteniendo una puntuación de **1 punto**.

Criterio 5.- Se contribuye a la protección del medioambiente y a la lucha contra el cambio climático, con las acciones encaminadas al uso y fomento de las TIC, generando espacios de aprovechamiento de un escaparate digital para valorizar el territorio y poder ofrecer unos productos y servicios asociados a los valores ambientales de figuras de protección como Parque Natural, Geoparque Mundial de la UNESCO, Reserva de la Biosfera y Reserva, obteniendo una puntuación de **1 punto**.

Criterio 6.- La extensión del ámbito de actuación de los 7 Grupos Cooperantes, representa un total de 9.091,98 Km² que frente a los 80.000 Km² del ámbito LEADER, supone una afectación del 12 % del territorio LEADER, **obteniendo una puntuación de 2 puntos**.

Criterio 7.- no se valora.

TOTAL PUNTOS: 9 puntos

La actividad de cooperación cumple con los requisitos marcados en la EDL Corredor de la Plata, ya que supera la puntuación mínima de 5 puntos recogida en la EDL.