

# RESUMEN EJECUTIVO ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL PARTICIPATIVO DE LA MONTAÑA 2023-2027

---



FONDO EUROPEO AGRÍCOLA DE DESARROLLO RURAL:  
EUROPA INVIERTE EN LAS ZONAS RURALES

Gobierno  
de Navarra  Nafarroako  
Gobernua



LEADER



cederna garalur



# ECONOMÍA



En la Montaña de Navarra un **6,9% del total de la población activa se encuentra en desempleo** (3.629 personas), tres puntos por debajo del registrado en el total de Navarra en 2021.

En cuanto a la **contratación**, durante 2021 se realizaron un total de 38.942 contratos en el conjunto de la Montaña de Navarra, destacando que en el conjunto del territorio la **contratación femenina ha sido ligeramente superior a la masculina (Mayoritariamente en el sector servicios)**.

No obstante, se mantiene la **temporalidad de la contratación**, tanto en hombres como en mujeres, y en todos los territorios predominan los **contratos de "duración determinada"**.

Además, en la Montaña de Navarra las **contrataciones en los hombres han descendido en 2021** en relación con 2017 en un **24,2%**. Siendo en total un **descenso de casi 500 contratos entre 2017 y 2021**. Esta situación contractual desfavorable puede tener su explicación en el impacto

negativo de la pandemia de COVID-19, que trajo una desaceleración en el empleo y la contratación de las persona.

De igual manera, **la contratación a mujeres ha descendido un 10,6%**. Según el criterio utilizado, el número de **población activa total** en la Montaña de Navarra es de 54.463 personas, que supone el **52,6%** de la población total.

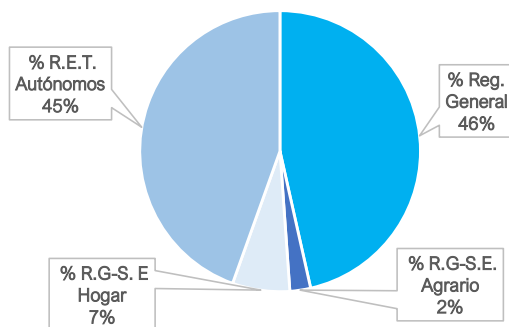
Son **5040 empresas** las que tienen sede social en la Montaña de Navarra. De estas, el **11,96% pertenecen al sector industrial**, al sector **servicios** le corresponde el **51,29%**, el sector del **comercio tiene un 21,25%**, y el **comercio un 15,49%**.

El **salario neto** de la población de la montaña de Navarra medio es de **27.098,75€**.

No obstante, existe una **brecha salarial del 23,75%**, al situarse los hombres por encima de los 30.000€ y las mujeres en los 23.000€.

A continuación, se comparte una ilustración sobre las **Afiliaciones a la seguridad social** por tipos:

Afiliaciones a la Seguridad Social por tipos



## SECTOR PRIMARIO: AGRICULTURA, GANADERÍA Y SILVICULTURA

En Navarra más de 2.081 explotaciones situadas en zonas con limitaciones naturales, zonas de montaña y zonas más desfavorecidas se benefician de ayudas que les permiten continuar con el uso de las tierras agrícolas, la conservación del espacio natural, así como el mantenimiento y la promoción de sistemas de agricultura sostenible.

En la Montaña de Navarra existen más de 4250 explotaciones agropecuarias, que no están pasando por una profunda crisis agravada por el aumento del precio de los inputs. Además, la superficie agraria media es de 44,89 hectáreas por explotación, existiendo también más de 30.000 hectáreas de producción ecológica. Cerca del 7% de

operadores/as de producción ecológica en Navarra se encuentran en la Montaña, y de estos, cerca del 60% transforma productos. Los principales productos transformados por los operadores/as de la Montaña de Navarra son: carne de ternera y equino, huevos, queso, miel, paté y patata.

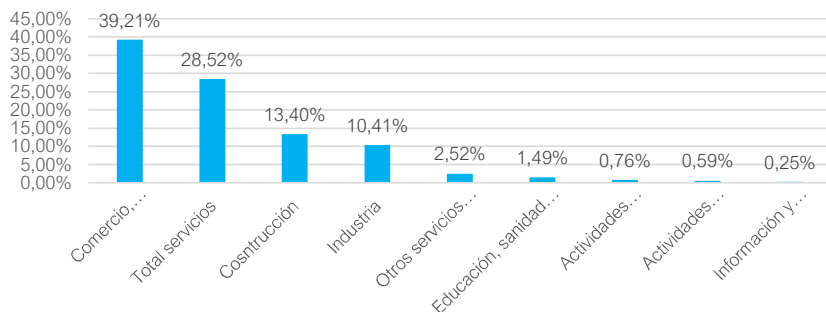
Con respecto a las explotaciones ganaderas, existen un total de 2612 en la Montaña, divididas en el siguiente gráfico. Además, la mano de obra agraria es de menos de una persona por explotación (0,9), y la titularidad de las explotaciones tiene perfil de hombre mayor de 55 años. Las mujeres titulares de explotación suponen tan sólo el 26,9% del total, siendo en la Sakana donde menos presencia tienen y en Malerreka-Bertizarana-Bortziriak donde más. En cuanto a las explotaciones, la mayor parte son Ovinas y Caprinas (1434) y Bovinas (1016), seguidas de las porcinas (395) y con menor número de las explotaciones de aves de corral (50).

## INDUSTRIA, CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS

Según los CNAEs (2021) que nos proporciona el número de actividades, pero no el tamaño de dichas empresas ni el peso económico que tienen en el territorio, establece que son Sakana, Malerreka-Bertizarana-Bortziriak y Baztan-Zugarramurdi-Urdazubi/Urdax las que más tienen y la agencia con menor número de actividades es la de Roncal-Salazar.

Si se analiza la distribución de las actividades por sectores y agencias se observa que en términos absolutos el mayor número de empresas de industria y comercio, transporte y hostelería se ubican en Sakana.

Peso Actividades Económicas Montaña



# INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS



Con respecto a la **vivienda**, en la Montaña de Navarra hay un **total de 47.800**, siendo de estas un **69,04% vivienda principal** (33.003).

Las comarcas donde el **porcentaje de vivienda principal es mayor** coincide con aquellas que se encuentran **más cercanas a la capital**, y viceversa.

En cuanto a las **dotaciones sanitarias** en el conjunto del territorio Cederna Garalur, hay un total de **115 centros de atención primaria**. Además, existen residencias de tercera edad (12), centros psiquiátricos (1), centros de atención a la mujer (1), y numerosas farmacias (71).

Sobre los **centros educativos**, la Montaña de Navarra cuenta con un **total de 127**, repartidos fundamentalmente en Educación Infantil y Primaria (51,96%), Escuela Infantil (22,83%), Escuelas de Música (12,59%) y Educación Secundaria (7,87%). Un **84% de los centros educativos son de titularidad pública**.

*“En general, en las zonas rurales hay una preocupación por el cierre de escuelas unitarias y la situación delicada de algunos municipios que tienen serias dificultades para asumir el coste asociado a las escuelas ubicadas en su municipio y que acogen además a un elevado número*

*de alumnado de otros municipios”* Los **centros culturales** (86) están repartidos fundamentalmente en **museos** (25%), **bibliotecas** (22%) y **casas de cultura** (15%).

En los últimos años se han realizado **avances en las vías de comunicación terrestres** que han mejorado las conexiones de varias zonas del territorio de montaña a las que se accede por vías rápidas como la **A21 o A15**. Sin embargo, la **comunicación intrazona entre los núcleos urbanos pequeños de las comarcas tiene deficiencias y es mejorable**. Se identifican **necesidades** como servicio de transporte sanitario colectivo para la población que no dispone de vehículo propio.

En cuanto al **despliegue de banda ancha** destaca como el **57,1% tiene una velocidad de 300Mbps**, seguido del 32,2% que tiene 100Mbps y un 10,6% que tienen entre 0-100 Mbps de velocidad de banda ancha. **Sakana es la agencia que mejor despliegue de banda ancha tiene**, teniendo un 98,6% de su territorio una velocidad de 300Mbps. En cambio, la agencia de Erro-Aezkoa-Esteribar (26,9%) o Roncal-Salazar (18,2%) son las que más porcentaje de baja velocidad tienen.

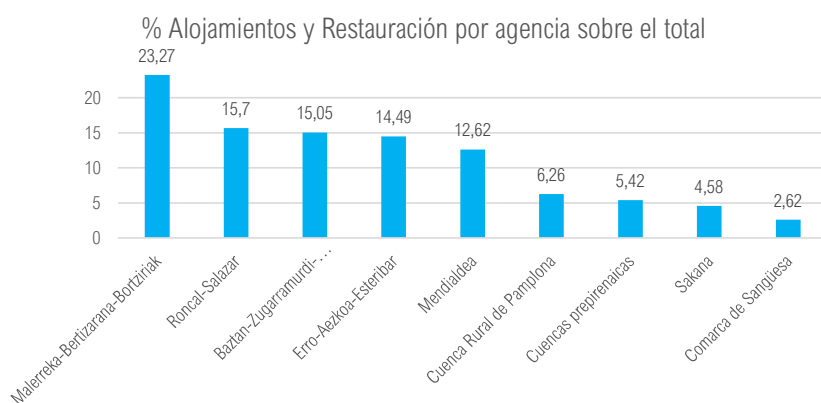
En la siguiente tabla se recogen las **infraestructuras empresariales** que dispone la Montaña de Navarra:

	Polígonos industriales	N.º Establecimientos	Empresas ubicadas	Superficie m <sup>2</sup>
Montaña de Navarra	35	463	852	3.509.607

## Servicios Turísticos

Existen diversas infraestructuras turísticas en la Montaña de Navarra que dan servicio al turismo y visitantes que acuden. En total se contabilizan un total de **1070 alojamientos**, predominando las **casas rurales (46,7%)** y **apartamentos rurales-turísticos (32,5%)**.

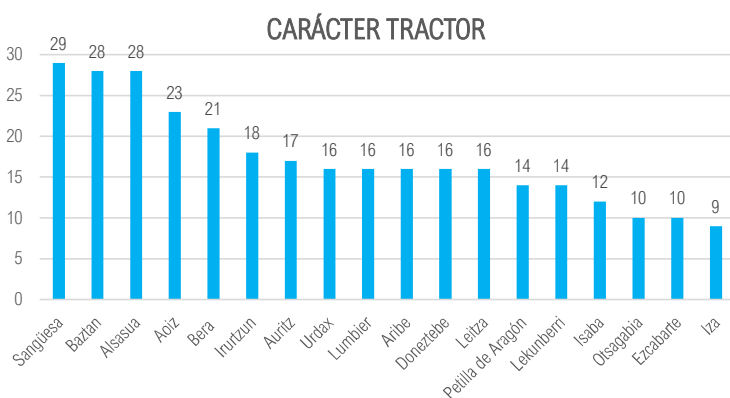
No obstante, hay una **distribución desigual de estos** en las distintas agencias de la Montaña, como puede verse en el gráfico:



## Índice de Capacidad Tractora

El Índice de Capacidad Tractora (ICT) se realiza en todos los municipios de Navarra, en función de su **centralidad, atractividad, competitividad, vertebración del territorio y capacidad de generar relaciones**, para posteriormente seleccionar y categorizar los de mayor carácter tractor. Resulta un valor entre 0 y 55.

Se muestra los principales municipios de las distintas agencias de la Montaña por orden de capacidad tractora:



# PATRIMONIO Y MEDIOAMBIENTE



## Patrimonio Natural

*“La riqueza natural de la **Montaña de Navarra** es uno de sus recursos más importantes de la zona. Los Pirineos con sus picos, montes y valles, sus formaciones kársticas, bosques, selvas, foces y barrancos son un atractivo para la población que habita en la zona y para el turismo y la práctica de actividades de naturaleza, ocio y deporte en general.”*

La **Red Natura 2000** es la mayor apuesta en materia de **conservación** realizada por la Unión Europea: Natura 2000 surge ante la **necesidad de proteger los recursos naturales de Europa** ante la constante pérdida de biodiversidad creando una red de espacios representativos de la diversidad de hábitats y de especies europeas.

La **superficie** de la Montaña de Navarra incluida en la **Red Natura 2000** es de **174.253,18 Hectáreas**.

La **Red Explora Navarra** es una asociación que agrupa a **más de 70 gestores de espacios naturales, singulares e itinerarios públicos**.

## Patrimonio cultural

*“La Montaña de Navarra es **rica en patrimonio cultural** encontrándose **muestras de estilos de diversas épocas**. Desde monumentos megalíticos, pasando por Yacimientos arqueológicos romanos o hasta las muestras de arquitectura del románico, gótico y barroco.”*

Además, el **euskera** es un bien de interés cultural del que la montaña de Navarra es cuna.

Todos los **municipios** de la Montaña están en la **zona lingüística vascofona o mixta**.

El **70,82% de la población** está ubicada en zona vascofona.

## Medio Ambiente

- En la Montaña de Navarra hay elaborados **12 Planes de Acción Locales de la Agenda 2030**, incluyendo a distintas localidades repartidas por el territorio. El **objetivo** de estos planes es en **promover la sostenibilidad ambiental, social y económica** a través de una estrategia participada para el medio y largo plazo.
- Además, hay **78 municipios adheridos y 32 municipios firmantes** del **Pacto de Alcaldías** (iniciativa europea para la mitigación y adaptación al cambio climático y la pobreza energética).
- Además, se vienen realizando por el servicio de energía de Cederna Garalur, distintos **proyectos de energía renovables** en distintas zonas, fundamentalmente de **Biomasa, Placas Fotovoltaicas y Aerotermia**.

# 2. PROCESO PARTICIPATIVO

El establecimiento de una **Estrategia de Desarrollo Participativo de la Montaña de Navarra** supone un valor añadido a la evolución espontánea del territorio a todos los niveles, a través de un **análisis y reflexión colectiva sobre el entorno socioeconómico, sobre los diferentes objetivos y metas que se pueden establecer y sobre las diferentes estrategias que se pueden desarrollar**, permitiendo así influenciar dicha evolución en el sentido deseado.

## OBJETIVOS



**Objetivo General:** Realizar una reflexión colectiva de la situación de la Montaña, contrastando los principales resultados del diagnóstico con la población de las distintas zonas y conocer las acciones que consideran las personas participantes que deberían dar respuesta a dicho diagnóstico.

### Objetivo específico 1:

Contrastar los DAFOS-Resumen generados por el personal técnico de la entidad para los distintos sectores y recoger las aportaciones de cada zona delimitada y realizar una priorización de las necesidades territoriales detectadas.

### Objetivo específico 2:

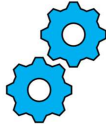
Recoger las propuestas a las necesidades y desafíos del territorio y contrastarlas y priorizarlas con el conjunto de agentes clave de cada sector identificado.

### Objetivo específico 3:

Implicar a la ciudadanía, y en particular al conjunto de agentes clave de las localidades del territorio en todo el proceso, así como como asegurar la transparencia de éste.

**Objetivos transversales:** Incorporar las perspectivas de género, de sostenibilidad ambiental y demográfica, la innovación, la transferencia de conocimiento, la digitalización y la perspectiva intergeneracional del territorio a lo largo de todo el proceso.

## METODOLOGÍA



Para tal objetivo, el proceso participativo se elabora metodológicamente a través de dos espacios fundamentalmente: Las **Mesas Territoriales** y Las **Mesas Sectoriales**.

Las **Mesas Territoriales** han permitido generar un espacio de participación para abiertos a toda la población. Se realizaron **cuatro**, divididas por las distintas zonas de la Montaña (**Baztan-Bidasoa, Sakana-Mendialdea, Pirineo, Comarca de Sanguesa y Prepirineo**). Debido a la apertura de la participación se dispuso de una metodología para las mesas adaptada al número de asistentes.

Las **Mesas Sectoriales** han permitido conseguir **información muy detallada** de los **sectores específicos**, a través del contraste del DAFO preliminar elaborado en la fase de diagnóstico y a su vez, mediante la recogida de propuestas basadas en la lógica CAME que definían las **prioridades de acción de cara a la definición de la Estrategia**

Para la **difusión de las Mesas** para garantizar la participación en el proceso se han utilizado distintas vías: Redes Sociales de Cederna Garalur, Invitación a los distintos Ayuntamientos (vía mail), Convocatoria/Recordatorio vía whatsapp, Notas de Prensa y Web de Cederna Garalur.

## RESULTADOS DEL PROCESO PARTICIPATIVO



Han participado **81** personas en las mesas territoriales. 50 Hombres y 31 Mujeres

**4 Mesas Territoriales** realizadas: Baztán-Bidasoa, Sakana-Mendialdea, Pirineo y Comarca de Sanguesa

**8 Mesas Sectoriales** realizadas

Han participado **61** personas en las Mesas Sectoriales: 42 mujeres y 19 hombres

# 3. NECESIDADES DETECTADAS

## TURISMO, COMERCIO Y SECTOR SERVICIOS

1. Promover el desarrollo de una **oferta de turismo** de territorio, coordinada, innovadora y profesionalizada.
2. Lograr un **incremento del volumen de turistas y visitantes** en el territorio, la duración de su **estancia** y el **gasto medio** que realizan en la zona.
3. Disponer de un **comercio local accesible** para la población, **sostenible, especializado** y de **calidad**.
4. **Impulsar la compra local**: compra en el comercio local por parte de la población y establecimientos del territorio.
5. **Apoyar los procesos de innovación** en las empresas y entidades del sector.
6. Apoyar proyectos que contribuyan a la creación, recreación, interpretación y puesta en **valor de los elementos intangibles del patrimonio cultural**.
7. **Promover nuevas fórmulas de trabajo y coordinación del tejido empresarial local** allá donde la eficacia del territorio no permita por su reducido tamaño el surgimiento asociativo.
8. Promover la **promoción y difusión local de servicios de cercanía** para visibilizar al sector profesional del territorio.

## SECTOR AGROALIMENTARIO

9. Apoyar la **diversificación de las explotaciones** agrícolas y ganaderas.
10. Impulsar y apoyo al desarrollo del **Circuito Corto**.
11. Impulsar la **Profesionalización del Sector agrario**. Adecuación de la formación a las necesidades reales.
12. Impulsar el desarrollo de la **industria agroalimentaria transformadora**.
13. Apoyar la conservación y desarrollo de **razas y variedades autóctonas**.
14. Apoyar los **procesos de I+D+I** del sector primario, energía y silvicultura.
15. Apoyar actividades para **mejora de la calidad** de los productos.
16. **Aprovechar el suelo y tierras** en desuso.
17. Impulsar y apoyar a la **producción ecológica**.
18. Fomentar proyectos que contribuyan a **crear sinergias y alianzas estratégicas** con otros sectores: gastronomía, turismo, comercio, artesanía, etc.
19. Apoyar proyectos que contribuyan a mejorar e **implementar la infraestructura verde** en el territorio.
20. Impulsar proyectos que contribuyan a **mitigar la vulnerabilidad ambiental**, el riesgo ecológico y, en general, que sirvan para **contrarrestar los efectos del cambio climático**.
21. Apoyar los **procesos de innovación** en las empresas y entidades del sector.

## EMPLEO, EMPRENDIMIENTO, CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS, INDUSTRIA Y SERVICIOS

22. Apoyar la **creación de empresas** en el territorio.
23. Promover la **consolidación, modernización y diversificación** de las empresas del territorio.
24. Impulsar la **innovación** en las empresas y la **transferencia de conocimiento** de los centros tecnológicos a las empresas.
25. Impulsar la **mejora de la competitividad** de las empresas del territorio.

26. Desarrollar acciones de **adecuación de la oferta de suelo industrial** a las necesidades.
27. Favorecer iniciativas Locales de Empleo mediante la **puesta en valor de recursos locales públicos** en desuso o infrautilizados.
28. Apoyar el **desarrollo de las actividades de servicios** a empresas.
29. Impulsar a la **diversificación**.
30. Apoyar al **emprendimiento**.
31. Apoyar la **creación de empleo femenino y de otros colectivos desfavorecidos** (jóvenes, mayores de 45 años, parados de larga duración, receptores de renta garantizada, etc.) estable y de calidad. Que ayuden a reducir la precariedad y la temporalidad laboral.
32. Desarrollar y extender el **asociacionismo y cooperación empresarial**.
33. Fomentar **proyectos** empresariales y de emprendimiento **que atiendan necesidades y carencias sociales del territorio**: servicios de proximidad, cuidado de personas, dependencia, envejecimiento, etc.
34. Impulsar la **recuperación y valorización de la artesanía y oficios y tradicionales** del territorio.

---

#### PATRIMONIO NATURAL Y GESTIÓN DE ESPACIOS NATURALES. SILVICULTURA Y ENERGÍA

35. Apoyar la **recuperación, mantenimiento y valorización del patrimonio natural** de la zona.
36. **Aprovechamiento de los recursos locales**, especialmente los vinculados a la naturaleza, para el turismo y usos del territorio.
37. Impulsar el **aprovechamiento de los montes** de una forma ordenada, rentable y sostenible: micología, energías renovables, pastos, madera y otros recursos.
38. Apoyar e impulsar el **desarrollo de las energías renovables**, sensibilización y concienciación y las actuaciones de ahorro y eficiencia energética.

---

#### PATRIMONIO, CULTURA Y EUSKERA

39. Impulsar las **industrias culturales y de interpretación** del patrimonio natural y cultural.
40. Apoyar proyectos innovadores para la **dinamización del patrimonio cultural y natural**.
41. Fomentar proyectos que **apoyen la diversidad lingüística**.

---

#### CALIDAD DE VIDA: COMUNICACIONES, INFRAESTRUCTURAS, TELECOMUNICACIONES, SERVICIOS PÚBLICOS, INCLUSIÓN SOCIAL, IGUALDAD.

42. Facilitar el **acceso a la vivienda y la rehabilitación** para favorecer el arraigo poblacional.
43. Facilitar el **acceso a la cobertura de banda ancha** en todos los núcleos del territorio.
44. Extender la **implantación del uso de las TIC** en hogares y empresas.
45. Disponer de **soluciones de transporte** entre e intra comarcal para resolver las deficiencias.
46. Desarrollar **servicios públicos adaptados a las necesidades específicas del territorio** atendiendo a las características específicas: población envejecida, dispersión de la población, comunicaciones deficientes, aumento estacional de la población etc.
47. Fomentar el desarrollo y la integración de la **perspectiva de género en los proyectos**.
48. Apoyar iniciativas que **promuevan la inclusión, la mejora de calidad de vida y la disminución de la pobreza** en el territorio.
49. Disponer de una **oferta de cultura y ocio adecuada a la población**, a todos los grupos de edad y sexo, en especial al colectivo joven, que den respuesta a las necesidades reales y favorezcan su arraigo en las zonas rurales.
50. Apoyar programas y proyectos que contribuyan al **envejecimiento activo y saludable** de la población.
51. **Igualdad de oportunidades** para las localidades más desfavorecidas por el reto demográfico, apoyando iniciativas y proyectos que contribuyan a arraigar y atraer población al territorio.
52. Fomentar proyectos vinculados al **patrimonio cultural y natural que contribuyan al equilibrio territorial**: arraigo de la población, cohesión social, identidad cultural, sentimiento de pertenencia.

# 4. PLAN DE ACCIÓN

**Comentado [v1]:** Pequeña introducción explicativa: los ejes corresponden con los retos LEADER y que el despliegue de líneas de acción se alinean con ODS, OBJETIVOS TRANSVERSALES, ETC ETC

**Comentado [e2R1]:** Plan de acción ajustado a 1 página máximo 2.

El **plan de acción** de la estrategia de desarrollo local participativo de la Montaña de Navarra ha sido elaborado en base a dos premisas fundamentales: reflejar las necesidades y acciones recogidas en el proceso participativo adecuándolo a la estrategia, y adecuarlo a distintos objetivos y planes existentes.

Por ello, los ejes del plan de acción corresponden con los **5 Retos Leader**, y a su vez, las líneas de acción y acciones desplegadas por cada eje están alineadas con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**, las **necesidades PEPAC**, y las **necesidades locales** surgidas del proceso participativo.

A continuación, se presenta el plan de acción. Los títulos de cada ficha corresponden a los ejes (ej- 1.), la columna de la izquierda a las líneas de acción (ej- 1.1) y la columna de la derecha a las acciones desplegadas (ej- 1.1.1).

## 1. Creación y consolidación de empleo y de actividad económica

<b>1.1 Impulso del desarrollo y la sostenibilidad del sector agroalimentario</b>	<p>1.1.1 Impulso a la producción, transformación de producto agroalimentario vinculado al territorio y comercialización a través de canales cortos.</p> <p>1.1.2 Fomento de la biodiversidad y de la transición a la agricultura y la ganadería agroecológica y/o ecológica.</p> <p>1.1.3 Creación e impulso de espacios de uso colectivo para facilitar la transformación, almacenamiento y comercialización.</p> <p>1.1.4 Visibilización y sensibilización del producto de proximidad como producto sostenible y de calidad.</p>
<b>1.2 Fomento del turismo sostenible, del comercio de proximidad y la hostelería</b>	<p>1.2.1 Impulso del comercio de proximidad y la hostelería.</p> <p>1.2.2 Fomentar un turismo sostenible y la diversificación e innovación en la oferta del turismo.</p> <p>1.2.3 Cooperación y colaboración en la generación de productos turísticos.</p>
<b>1.3 Impulso del desarrollo empresarial, las infraestructuras económicas, el empleo local y el emprendimiento</b>	<p>1.3.1 Análisis y puesta en marcha de infraestructuras, equipamientos y centros de innovación para la promoción del empleo local.</p> <p>1.3.2 Puesta en marcha de acciones para la diversificación de las actividades económicas.</p> <p>1.3.3 Análisis y puesta en marcha de proyectos empresariales vinculados al cuidado de las personas.</p> <p>1.3.4 Formación, orientación, asesoramiento y consultoría a las actividades económicas innovadoras del territorio.</p> <p>1.3.5 Fomento del relevo generacional y los traspasos de negocios existentes.</p> <p>1.3.6 Creación de empresas y apoyo al emprendimiento.</p> <p>1.3.7 Promoción del asociacionismo empresarial.</p>

## 2. Uso eficiente de recursos naturales

<b>2.1 Impulso del aprovechamiento de los recursos</b>	<p>2.1.1 Sensibilización, asesoramiento y formación sobre energías renovables y autoconsumo.</p> <p>2.1.2 Impulso de las Comunidades Energéticas y agregadores de demanda.</p>
--	--

naturales para la transición hacia energías renovables	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.1.3 Investigación, desarrollo y puesta en marcha de proyectos de aprovechamiento de biomasa y otras energías renovables.</li> <li>2.1.4 Infraestructuras de energía renovables en edificios públicos.</li> </ul>
2.2 Gestión y utilización de los recursos naturales del territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.1 Gestión forestal sostenible y aprovechamiento de los recursos derivados de la misma.</li> <li>2.2.2 Gestión sostenible de los recursos hídricos.</li> <li>2.2.3 Gestión eficiente innovadora de residuos.</li> <li>2.2.4 Fomento del pastoreo activo como herramienta de conservación del medio. Gestión sostenible de las tierras comunales.</li> </ul>

### 3. Patrimonio cultural, histórico, arquitectónico y medioambiental

3.1 Valorización del patrimonio medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1.1 Puesta en valor del patrimonio medioambiental.</li> <li>3.1.2 Gestión y aprovechamiento sostenible de los espacios naturales</li> <li>3.1.3 Educación ambiental y/o participación de la población en la conservación y mejora del patrimonio medioambiental.</li> </ul>
3.2 Valorización del territorio y su cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.2.1 Puesta en valor del patrimonio cultural, histórico y arquitectónico</li> <li>3.2.2 Promoción del asociacionismo social y cultural y la creación de redes de encuentro.</li> <li>3.2.3 Impulso de la transmisión intergeneracional de conocimientos ligados al territorio.</li> <li>3.2.4 Valorización e impulso del conocimiento y del uso del euskera.</li> </ul>

### 4. Mejora de los servicios públicos, igualdad de género e Inclusión Social

4.1 Facilitar la movilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>4.1.1. Análisis y puesta en marcha de alternativas de movilidad para personas y mercancías.</li> <li>4.1.2 Promoción de infraestructuras de logística de última milla</li> </ul>
4.2 Accesibilidad a la vivienda	<ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1 Fomento hacia modelos alternativos de vivienda ligadas a las demandas sociales actuales.</li> <li>4.2.2 Impulsar la sensibilización y puesta en marcha de acciones que conecten la demanda y oferta de vivienda.</li> <li>4.2.3 Favorecer el acceso a la vivienda de las personas.</li> </ul>
4.3 Impulso de infraestructuras y servicios públicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.1. Promoción de infraestructuras y equipamientos innovadores para garantizar la conciliación y la calidad de vida.</li> <li>4.3.2 Impulsar el envejecimiento activo y de modelos alternativos de atención a las personas mayores y dependientes.</li> <li>4.3.3 Facilitar el acceso a los recursos digitales.</li> <li>4.3.4 Dinamización social y cultural. Espacios públicos multiusos.</li> </ul>
4.4 Favorecer la inclusión social de colectivos vulnerables y la igualdad de género	<ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1 Promover la inserción laboral e integración social de colectivos desfavorecidos.</li> <li>4.4.2 Garantizar la movilidad a las personas en situación vulnerable o de exclusión social.</li> <li>4.4.3 Impulsar la formación, sensibilización y concienciación en materia de igualdad de género.</li> <li>4.4.4. Impulso de la empleabilidad de las mujeres y su desarrollo profesional.</li> </ul>