

# Resultat final: Línies estratègiques

Divendres, 9 de novembre de 2018

# RESUM DEL PROCÉS GLOBAL:

## TREBALL DE CAMP

Recollida d'informació de fons secundàries: bibliografia, estudis, etc.

Recollida d'informació de fons primàries:

- Entrevistes en profunditat a empresaris i polítics i tècnics/ques.
- Qüestionaris: empreses i població.

### 1ª SESSIÓ: Zones de millora

**Procediment:** Revisió dels resultats del treball de camp a partir d'una dinàmica.

**Resultat:** zones de millora dels diferents eixos del pla estratègic

### 2ª SESSIÓ: Accions i mesures

**Procediment:** a través d'una dinàmica es van identificar accions i mesures que podien millorar les zones identificades en la sessió anterior.

**Resultat:** Conjunt d'accions i mesures per cada eix.

### 3ª SESSIÓ: Línies estratègiques

**Procediment:** es va identificar:

1er. Les principals barreres a les accions i mesures previstes en la sessió anterior.

2on. El problema principal de cada eix.

**Resultat:** línies estratègiques transversals.

# PRINCIPALS FACTORS DE VIABILITAT DE LES PROPOSTES

## Sobre el procés, resultats i impacte en general del Pla estratègic MIDIT2020:

Per millorar els següents aspectes...	Es proposa...	FACTORS DE VIABILITAT (barreres actuals)
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Recursos</b></li><li>• <b>Implicació i rol dels agents</b></li><li>• <b>Organització</b></li><li>• Comunicació</li><li>• Regularitat en la participació</li><li>• <b>Acords i pactes explícits i implícits</b></li><li>• <b>Visió estratègica i alineació d'estratègies</b></li><li>• <b>Objectius estratègics, activitats – serveis mancomunitats- i indicadors qualitius i quantitius</b></li><li>• Avaluació de l'impacte (ex-ante, in itineri, ex-post)</li><li>• Marca MIDIT (elements de valor, comunicació, nom, etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• En el sector públic: unificar els agents principals dels eixos estratègics que es defineixin<ul style="list-style-type: none"><li>• Estratègies</li><li>• Projectes</li><li>• Recursos</li><li>• Espai físic</li></ul></li><li>• En el sector privat: promoure espais de trobada per:<ul style="list-style-type: none"><li>• Conèixer i teixir empresarial</li><li>• Afavorir iniciatives de cooperació</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Voluntat política i la iniciativa per tirar endavant les accions proposades (mancomunades).</li><li>• Definir i unificar el sistema de finançament i de la presa de decisions entre els socis.</li><li>• Reaorganització dels equips tècnics per facilitar el treball transversalment i també dels rols dels polítics (rols, uncions, tasques, espai, eines, etc.)</li><li>• Decidir qui ha de ser soci de la MIDIT.</li><li>• La capacitat de la visió estratègica de tots els agents implicats.</li><li>• Redefinir la marca MIDIT</li><li>• Capacitat d'avaluar l'impacte dels plans estratègics.</li></ul>

**EL PRINCIPAL PROBLEMA: MANCA DE CULTURA DE LA COOPERACIÓ**

# PRINCIPALS FACTORS DE VIABILITAT DE LES PROPOSTES

## EIX: Agroalimentari

Per millorar els següents aspectes...	Es proposa...	FACTORS DE VIABILITAT (barreres actuals)
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Presència en altres sectors i activitats relacionades.</b></li><li>• <b>Relleu generacional</b></li><li>• <b>Revisió models de negoci</b></li><li>• <b>Visibilitat elements de valor</b></li><li>• <b>Augment del consum interior</b></li><li>• <b>Dinamisme cooperatives</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Involucrar hotels i restaurants amb els productes locals</li><li>• Fomentar activitats de cates de productes locals per al turisme</li><li>• Apostar per l'agricultura ecològica</li><li>• Promoure el comerç on-line per vendre a l'exterior els productes oferts per les cooperatives.</li><li>• Fomentar les granges-escoles</li><li>• Fomentar un camp de terres del municipi</li><li>• Promoure el lloguer d'eines per part de la cooperativa per augmentar la productivitat.</li><li>• Millorar la marca (i la imatge)</li><li>• Creació d'eines perquè el/la consumidor/a final pugui seguir el procés de producció.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enfortir la imatge del valor del sector (per superar la imatge que ofereix la Central Nuclear).</li><li>• Transformació del model empresarial amb el sector de les cooperatives: Per.ex. cercar altres alternatives al Cooperativisme tradicional.</li><li>• Capacitat per ampliar els canals de distribució (tipus i quantitat).</li><li>• Aconseguir més implicacions dels agents.</li><li>• Donar resposta als nous hàbits de consum.</li><li>• Capacitat d'aconseguir l'interès de la població més jove cap al sector (emprendre, treballar, etc.)</li></ul>

**EL PRINCIPAL PROBLEMA:** MODELS DE NEGOCI NO ORIENTATS A LES TENDÈNCIES DE L'ENTORN I DIFICULTAT DE VISIBILITZAR ELS ELEMENTS DE VALOR DEL TERRITORI

# PRINCIPALS FACTORS DE VIABILITAT DE LES PROPOSTES

## EIX: Turisme

Per millorar els següents aspectes...	Es proposa...	FACTORS DE VIABILITAT (barreres actuals)
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Model i estratègia competitiva.</b></li><li>• <b>Relació, transversalitat i sinèrgies mar-muntanya.</b></li><li>• <b>Infraestructures (allotjaments, comunicació transport, etc.)</b></li><li>• <b>Relació i transversalitat entre els àrees del consistori que aporten elements de valor: principalment cultura, promoció econòmica i comerç i amb altres sectors com l'agricultura.</b></li><li>• <b>Visibilitat elements de valor (diferències mar-muntanya)</b></li><li>• <b>Competitivitat empresarial del territori</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crear una Taula de turisme públic-privada incloent agents d'altres sectors relacionats, com l'agroalimentari.</li><li>• Professionalització del servei (????)</li><li>• Crear premis de valoració dels serveis (mesures de promoció de la qualitat del servei).</li><li>• Realitzar jornades/formacions continuades per transmetre-compartir el coneixement i recursos.</li><li>• Promoure la creació de producte turístic que integri costa-muntanya.</li><li>• Recerca d'inversors privats externs que tinguin interès en invertir en restauració i hoteleria (per ex, crear més allotjaments).</li><li>• Captació d'emprenedors/es externs (o provinents de la costa) perquè desenvolupin els seus projectes a la muntanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitat d'identificar i captar inversions externes pel sector.</li><li>• Capacitat d'identificar emprenedors/es i ajudar-los i de captar-nos de nous externs.</li><li>• Correcta identificació del producte turístic.</li><li>• Identificació de la marca del territori i capacitat per visibilitzar-la.</li><li>• La fortalesa del teixit associatiu del sector restauració-hotelaria.</li></ul>

**EL PRINCIPAL PROBLEMA:** DESCONEIXEMENT DEL VALOR VENDIBLE DEL TERRITORI I LA FORMA D'INTEGRAR-LO ENTRE MAR-MUNTANYA.

# PRINCIPALS FACTORS DE VIABILITAT DE LES PROPOSTES

## EIX: Cooperació público-privada

Per millorar els següents aspectes...	Es proposa...	FACTORS DE VIABILITAT (barreres actuals)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Coresponsabilitat en el desenvolupament econòmic i social</li><li>• Rol dels agents i implicació i iniciativa de les accions</li><li>• Coneixement de l'altra part (necessitats, activitats, situació estratègica i operativa, etc.)</li><li>• Comunicació (bidireccional) (regularitat, canals, etc.)</li><li>• Regularitat i sostenibilitat de la participació</li><li>• Acords i pactes explícits i implícits</li><li>• Visió estratègica i alineació d'estratègies</li><li>• Complementarietats i límits en l'àmbit d'actuació</li><li>• Competitivitat empresarial</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mancomunar serveis (????)</li><li>• Accions d'intercanvi de coneixement entre els consistoris i la MIDIT.</li><li>• Crear un model de governança consensuat.</li><li>• Acord marc polític consensuat per diferents ens i exposició pública.</li><li>• Incentivar la formació i definir les responsabilitats dels/de les treballadors/es municipals d'acord amb la seva categoria professional.</li><li>• Realitzar esmorzars professionals sobre comerç, indústria, restauració, etc.</li><li>• Crear grups locals de coneixement del patrimoni (cultural, social, etc.)</li><li>• Promocions creuades esport-comerç-cultura-restauració.</li><li>• Promoure la participació ciutadana a través de consultes (no vinculants).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitat per acceptar la pèrdua de poder i d'especialització sobre certs aspectes que es comparteixin.</li><li>• El grau de motivació de tots els agents implicats.</li><li>• La capacitat d'aconseguir la participació de tots els agents a les activitats que es programin.</li><li>• La comunicació entre tots els agents (canals, mitjans i habilitats).</li><li>• Disposició a aprendre a col·laborar i a treballar en xarxa.</li></ul>

**EL PRINCIPAL PROBLEMA: MANCA DE PARTICIPACIÓ I COMUNICACIÓ ENTRE ELS AGENTS**

# LÍNIES ESTRATÈGIQUES

---

A partir dels factors de viabilitat identificats en cada eix s'han obtingut 4 eixos que són transversals (per tant, no estan definits per sectors tal com ho estava l'antic pla estratègic). Aquests factors de viabilitat corresponen a aquells aspectes que, actualment, constitueixen una barrera a les accions proposades per millorar els aspectes identificats.

**1. POTENCIAR LA CULTURA DE LA COOPERACIÓ**

**2. VALORITZACIÓ DEL TERRITORI**

**3. MILLORAR LA COMPETITIVITAT DELS PROJECTES**

---