

al teu gust

Aliments del Pallars

MEMÒRIA DE L'ACCIÓ REALITZADA

ASSISTÈNCIA TÈCNICA PER AL DESENVOLUPAMENT D'UN SERVEI D'INNOVACIÓ I CAPACITACIÓ EN EL SECTOR AGROALIMENTARI I GASTRONÒMIC DE MUNTANYA AL PALLARS JUSSÀ

Programes de foment del desenvolupament local

Tipus d'acció: Estudis i informes de planificació, sectorials, de viabilitat, o altres de naturalesa anàloga

Realització:

mOntanyanes
ESTRATÈGIES CREATIVES PER A LA DINAMITZACIÓ LOCAL

ÍNDEX

Justificació de la proposta	Pàg. 3
Objectiu	Pàg. 5
Metodologia i activitats	Pàg. 6
Estudi demanda	Pàg. 14
Annexos.	Pàg. 26

JUSTIFICACIÓ DE LA PROPOSTA

Durant el 2018 es va portar a terme un estudi per a determinar la viabilitat d'una proposta formativa, d'innovació i recerca pel sector agroalimentari i gastronòmic del Pallars Jussà en el marc del programa "Al teu gust".

Es van valorar diferents possibilitats, entre les que destaquen:

- a) El desenvolupament d'una proposta de **formació i assessorament continuat** dirigida a empreses i emprenedors;
- b) El desenvolupament d'una proposta per transferir propostes **d'innovació, i recerca o estratègies de singularització** a les empreses
- c) El desenvolupament d'una proposta **formativa reglada** dirigida a joves o persones desocupades

Durant l'execució de l'estudi, en que es van analitzar diferents casos de bones pràctiques en els tres àmbits plantejats, s'han perfilat les línies de treball que *a priori* ofereixen majors possibilitats de viabilitat en el context del Pallars Jussà i el Pirineu i que encaixen més amb els objectius globals del projecte i amb la missió i valors d'*Al teu gust*.

3

En aquell context es va valorar que les propostes a) i b) eren les més adequades i les que presentaven majors elements per a ser viables. I que la proposta c) de formació reglada partia d'uns condicionants que en aquell moment no existien i que feien més difícil la seva possible implantació.

A partir d'aquests resultats, enguany s'ha iniciat un treball per a concretar els elements clau que han de conformar la proposta bàsica del projecte; possibles estratègies per abordar-la; un primer plantejament operatiu, així com una aproximació als recursos necessaris. En aquest sentit, les aliances amb altres entitats i institucions s'han valorat com elements clau, amb un paper molt rellevant en el projecte.

Paral·lelament, fruit del treball encetat amb les entitats, empreses i associacions col·laboradores que van participar l'any 2018 en la taula de treball, es va posar de relleu l'interès del sector agroalimentari i dels agents i entitats vinculats amb aquest per impulsar una proposta diferencial i singular, fonamentada en la innovació, la responsabilitat i la sostenibilitat, que ajudi a dinamitzar el sector i el territori. I també el seu compromís per a continuar cooperant amb la proposta que resulti d'aquest procés.

En l'acció del 2019, el plantejament ha estat desenvolupar un estudi per a la posada en marxa de la proposta amb més possibilitats de viabilitat. En concret, el document detalla la proposta de valor del projecte, és a dir, els serveis específics i diferencials que s'oferiran; els segments de mercat als que s'enfocarà; la cartera de serveis; els

recursos necessaris per a portar-lo a terme; així com l'anàlisi econòmic-financer. El document resultant, haurà de servir per presentar la proposta a possibles entitats col·laboradores, específicament per assolir els recursos necessaris per a portar-lo a terme.

Comptar amb un document que defineixi els principis, objectius, estructura, serveis i gestió d'una estratègia de capacitació i innovació al Pallars Jussà destinada a les empreses i emprenedors del sector agroalimentari; que contribueixi a generar un context empresarial i territorial dinàmic, singular, amb fonaments de responsabilitat i sostenibilitat i transferible a altres territoris de muntanya i del medi rural en general.

Objectius específics

- Cercar i definir metodologies i estratègies transferibles a les empreses i al territori del Pallars Jussà que permeti posicionar-lo a partir de la innovació, la sostenibilitat i la responsabilitat.
- Crear un grup de treball d'experts en innovació, responsabilitat, desenvolupament local, alimentació, agroindústria... i en general, de totes les àrees possibles d'interès pel projecte, per afavorir la reflexió conjunta per al desenvolupament de propostes singulars adaptades a un context de muntanya que canviïn la tendència a la pèrdua d'atractivitat d'aquests territoris respecte al medi urbà.
- Establir un marc de treball que permeti optimitzar la coordinació entre tots els projectes que s'estan portant a terme des del programa "Al teu gust", específicament el que treballen ja en innovació en el sector agroalimentari.
- Conèixer específicament les necessitats a nivell de capacitació, innovació, recerca, etc. de les empreses agroalimentàries de muntanya.
- Desenvolupar una cartera de serveis que doni resposta a aquestes necessitats detectades.
- Complementar l'estratègia de posicionament territorial iniciada per "Al teu gust" a partir d'una estratègia de capacitació i innovació.
- Definir els possibles usuaris de la cartera de serveis desenvolupada per donar servei no només a les empreses locals, si no a d'altres que operen en contextos semblants (territoris rurals, de muntanya). Desenvolupar una metodologia útil per establir aliances estables amb entitats que poden donar valor, qualitat i atractivitat a la nostra proposta.
- Analitzar els condicionants econòmics que han de fer viable la proposta.
- Analitzar el marc normatiu en que s'ha de desenvolupar el projecte.

METODOLOGIA I ACTIVITATS DUTES A TERME

Per tal de desenvolupar la proposta del projecte s'han realitzat les següents activitats:

1. Fase inicial

S'ha constituït l'equip de treball amb els següents perfils:

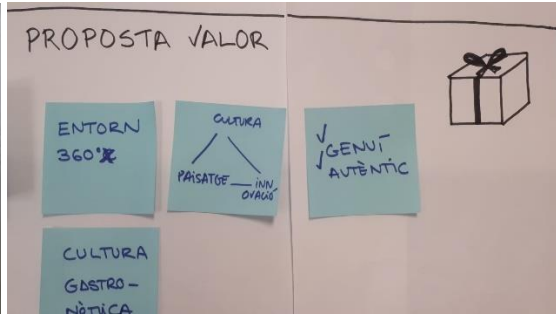
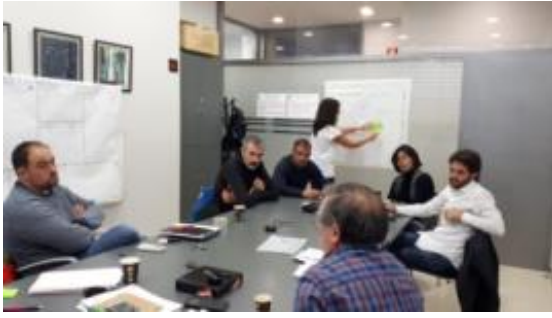
- Director del projecte o responsable del procés d'elaboració de l'estudi per part de l'Ajuntament de Tremp
- Persona/es de suport de l'Ajuntament de Tremp de l'àrea de Promoció Econòmica
- Coordinador, secretaria tècnica (mOntanyanes)
- Experts en desenvolupament local (IDAPA)
- Representants de les associacions sectorials en l'àmbit agroalimentari (Associació APAT, associació de Productors de l'Oli del Pallars Jussà)
- Representants de l'Escola Agrària del Pallars.
- Especialista en formació en l'àmbit agroalimentari: Mariano Gonzalvo
- Especialista en innovació en l'àmbit agroalimentari: Fundació Alícia
- Especialista en anàlisi econòmica: Martí Humet.

La fase 2 de concreció del projecte per part del grup de treball i la fase 3 i 4 de cerca d'empreses i identificació de necessitats formatives i d'innovació s'han realitzat de forma paral·lela.

2. Fase deliberativa

S'han realitzat un total de 6 sessions dinamitzades en les que s'ha treballat en la concreció de cada un dels apartats de l'estudi inclosos en el mètode Canvas. Un cop realitzades cada una de les sessions s'ha redactat un document de conclusions que s'ha compartit amb l'equip de treball per a la seva validació definitiva i per a ser utilitzat de punt de partida per a la secció següent.

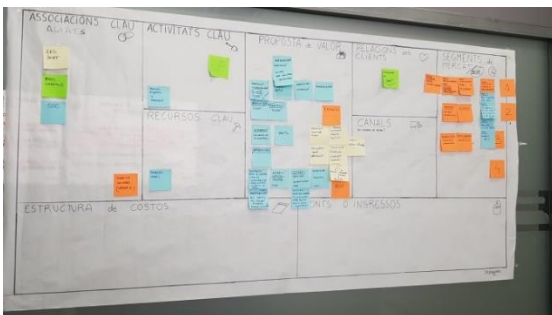
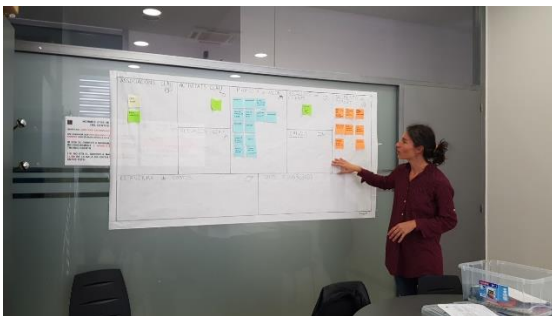
1a sessió) Presentació projecte. Objectius i treball inicial per a la concreció de la proposta de valor. Data de realització: 23 d'octubre de 2019. Lloc: Centre Cívic Tarraquet.



2a sessió) Usuaris. Definició final de la proposta de valor i usuaris. Data de realització: 6 de novembre de 2019. Lloc: Centre Cívic Tarraquet.

Aquesta sessió ha donat continuïtat a la sessió anterior. S'ha acabat de concretar la proposta de valor i s'han definit de forma més específica els diferents perfils d'usuaris. En aquesta sessió es va donar molt valor a les persones joves i demandants d'ocupació com a potencials usuaris. Un perfil que inicialment no s'havia prioritzat, però que donada la necessitat de l'escola agrària d'afegir una nova proposta formativa per a l'any 2020-2021, va passar a ser prioritària.

7



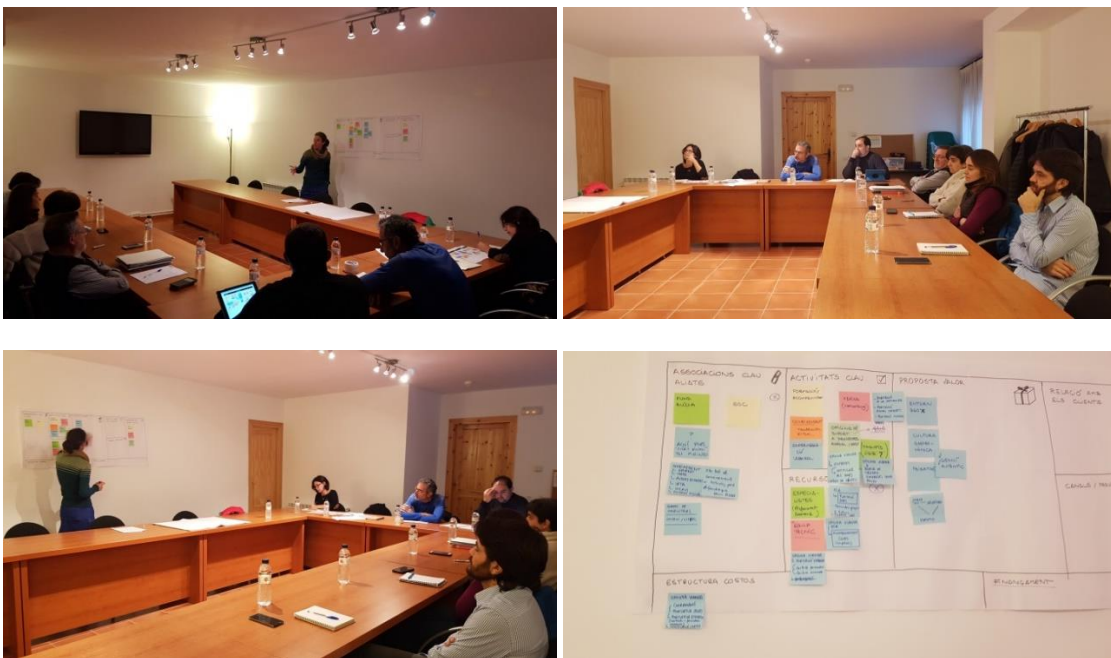
3a sessió) Cartera de serveis. Data de realització: 26 de novembre de 2019. Lloc: Centre Cívic Tarraquet.

En aquesta sessió s'han acabat de concretar els perfils d'usuaris proposats a la sessió anterior i s'ha iniciat el treball per proposar les activitats necessàries que farien arribar la proposta de valor als diferents segments.



4a sessió) Definició de recursos i aliances Data de realització: 4 de desembre de 2019. Lloc: Casa Masover. Buira.

A més dels recursos i les aliances, es continua treballant en les activitats i cartera de serveis que van començar a detallar-se en la sessió anterior.



Sessió específica amb els tècnics de l'Ajuntament i responsables de l'Escola agrària per a la definició dels serveis i possibles escenaris. Data de realització: 16 de gener de 2020. Lloc: Ajuntament de Tremp.

5a sessió) Escenaris i estudi econòmic. Data de realització: 29 de gener de 2020. Lloc: Centre cívic Tarraquet.

En aquesta sessió es fa una revisió global del projecte, es presenten i valoren 3 escenaris futurs possibles, que inclouen diferents activitats, diferents perfils d'usuaris, diferents recursos i per tant, també diferents previsions econòmiques.



6a sessió) Sessió de tancament. Data de realització: 7 de febrer de 2020. Lloc: Casa Masover. Buirà

Aquesta sessió s'ha plantejat com un debat final en el que abordar possibles sistemes d'organització i analitzar punts forts i febles de la proposta abans del seu tancament.

9

Aquí s'han valorat també els resultats del treball de prospecció realitzat amb les empreses agroalimentàries de les comarques de l'Alt Pirineu i comarques veïnes al Pallars Jussà per analitzar l'encaix dels resultats amb la proposta.



3. Cerca de possibles empreses usuàries en el sector agroalimentari que desenvolupin la seva activitat en un àmbit de muntanya (dins i fora del Pallars Jussà).

En aquest apartat s'han identificat aquelles empreses agroalimentàries amb components, a priori, d'innovació, i que per tant compleixen amb les característiques del nostre perfil d'usuari prioritari. S'han cercat empreses que puguin ser innovadores en qualsevol fase de la cadena de valor del producte, prioritàriament: innovació en producte; innovació en sistemes productius; innovació en estratègia comercial; innovació en estratègia comunicativa; innovació en perfil de clients.

La cerca s'ha realitzat identificant inicialment totes les empreses agroalimentàries de les comarques de l'Alt Pirineu (no s'ha inclòs el Pallars Jussà, ja que van ser objectiu del mateix tipus d'estudi el 2018) i les comarques de la Noguera i el Solsonès que formen part d'algun tipus d'associació sectorial.

- Pallars Sobirà: s'han inclòs totes, ja que no hi ha cap associació del sector.
- Alt Urgell i Cerdanya: Menja't l'Alt Urgell; Proeco, associació de productors i elaboradors ecològics de l'Alt Urgell i Cerdanya; Origen Cerdanya
- Val d'Aran: Marca de Garantia Productes dera Val d'Aran i altres empreses
- Alta Ribagorça: A partir dels contactes proporcionats pel Consell Comarcal.
- Solsonès: Localitzats a partir del projecte *Fet d'aquí*
- Urgell: Localitzats a partir del projecte *Noguerament Bo*.

A partir d'aquesta cerca, s'han identificat 183 empreses. Posteriorment, s'ha realitzat una prioritització de les empreses, atenent específicament als aspectes d'innovació mencionats en el que s'han inclòs 30 empreses.

10

4. Anàlisi de les necessitats empresarials en termes d'innovació, capacitat, i ocupabilitat.

L'estudi s'ha realitzat convidant inicialment a totes les empreses a contestar un qüestionari en línia i posteriorment, contactant específicament amb les empreses prioritzades que no havien respòs.

El qüestionari ha inclòs qüestions referents a:

- Necessitats i interessos formatius i de professionalització.
- Necessitats de personal i ocupabilitat.
- Interès en l'àrea d'innovació i possibilitat d'innovar en l'empresa.
- Coneixement del sector i interessos.

A l'estudi han participat un total de 32 empreses de totes les comarques consultades (d'aquestes 25 formaven part de les empreses prioritzades i la resta han estat empreses que han respòs espontàniament quan se'ls ha enviat el qüestionari). Es detallen els resultats en l'apartat "Estudi de la demanda".

5. Redacció del document final

La redacció del document final, que s'exposa a l'apartat "Proposta de projecte" inclou les conclusions de cada un dels 9 apartats inclosos en el Pla de viabilitat.

La metodologia emprada per a desenvolupar la proposta ha estat el mètode Canvas de disseny de models de negoci, adaptada a un projecte amb finalitats socials i vocació pública.

Aquesta metodologia permet desenvolupar d'una forma molt visual i pràctica una visió compartida del que ha de ser un projecte en comú. Proposa comptar amb un esquema simple i fàcilment comprensible, però que al mateix temps, contempla tota la complexitat d'un projecte que, tot i que en el nostre cas és públic, pot equiparar-se al funcionament d'una empresa.

El "model de negoci" o proposta de projecte es presenta de forma gràfica a partir d'un "canvas" o llenç, dividit en 9 mòduls que cobreixen les quatre àrees principals a tenir en compte: usuaris; oferta; infraestructures i recursos i viabilitat econòmica.

En certa manera el model de negoci és l'avantprojecte d'una estratègia que s'aplicarà després a l'estructura, processos i sistemes de la proposta desenvolupada.

L'esquema o llenç a partir del que s'ha treballat té aquest format:



11

El llenç, per tant, serà el model bàsic a partir del qual podrem desenvolupar la proposta d'estudi. D'aquesta manera, els apartats que inclou són els següents:

Proposta de valor

Concreció d'aquells trets diferencials de la nostre projecte, referint-nos específicament als serveis proposats i la manera en que aquests s'ofereixen. La proposta de valor ha

de cercar els trets diferencials, la innovació i singularitat que faci que els usuaris tinguin interès en utilitzar els nostres serveis.

El fet de que el que s'està treballant és la creació d'un servei públic en un context de muntanya, obliga específicament a pensar en estratègies diferenciades, competitives respecte a altres que s'ofereixen en contextos menys complexos, específicament els urbans, i que permetin transmetre un missatge atractiu, eficaç, contundent i disruptiu.

Els serveis que s'ha estimat que caldria tirar endavant inclouen la capacitació i assessorament a petites empreses agroalimentàries, específicament en temes d'innovació i recerca, tenint en compte el factor territorial i diferencial de muntanya i la possibilitat de transferir models d'èxit aplicats al desenvolupament local en aquest mateix àmbit.

Aquí ens plantejem si el recorregut del programa *Al teu gust* i el seu impacte pot recollir-se i generar-ne una metodologia sistematitzada i transferible, útil per a tècnics i administracions o entitats d'altres territoris complexos.

Segments de clients/usuaris – estudi de demanda

12

En aquest apartat s'ha determinat quins són els possibles usuaris de la nostra proposta de valor. Inicialment ens vam qüestionar si, a part de les empreses agroalimentàries d'àmbit comarcal, també podien ser usuaris empreses d'altres territoris rurals o de muntanya. Com podem tenir en compte aquestes empreses, relacionades amb el sector agroalimentari o gastronòmic, a l'hora d'innovar i què podem fer per elles?

En aquest sentit, s'ha fet una cerca d'empreses més enllà de les nostres fronteres administratives que puguin estar interessades específicament en innovar en productes relacionats amb els recursos agraris i silvícoles des d'un punt de vista alimentari.

La proposta final, com veurem a l'apartat següent, ha inclòs també altres tipologies d'usuaris.

Cartera de serveis (activitats clau al Canvas)

En aquest apartat s'han definit aquelles activitats que poden ser més interessants per a totes les tipologies d'usuaris. Inicialment, s'han previst aquelles que ja s'ofereixen des del programa ATG i que engloben l'àmbit de la capacitació i la transferència de coneixement, especialment en termes d'innovació. I se n'han valorat de noves que previsiblement poden complementa i enriquir la proposta.

Per valorar amb més fonaments els serveis proposats, s'ha realitzat un treball de prospecció a partir de qüestionaris a empreses, per a detectar les principals necessitats empresarials pel que fa a la innovació (en qualsevol de les àrees productives o

empresarials); la capacitació en general; i les demandes ocupacionals i perfils professionals més demandats.

Aquí també s'han valorat els resultats de l'acció d'acompanyament a la innovació que l'Ajuntament de Tremp realitza amb el suport de la Fundació Alícia.

Recursos

En aquest apartat s'ha analitzat els recursos que seran necessaris per a tirar endavant tota la cartera de serveis. Aquí s'hi inclouen recursos humans, intel·lectuals, i infraestructures físiques, tecnològiques, etc.

Esquema organitzatiu

L'esquema organitzatiu s'ha desenvolupat només de forma bàsica i inclou totes aquelles entitats que promourien conjuntament la proposta.

Estudi econòmic i financer

En aquest cas s'ha valorat:

- Necessitats d'inversió inicial o per la posada en marxa del servei
- Fons de finançament pròpies i alienes.
- Pressupost necessari i estructura de costos per a comptar amb tots els recursos i desenvolupar la cartera de serveis prevista.

Previsió d'escenaris

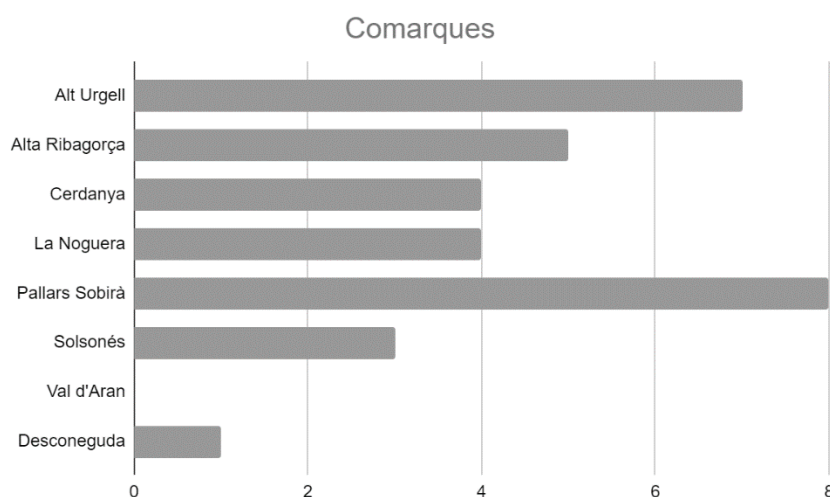
Finalment, pel que fa a la cartera de serveis, els recursos i l'estudi econòmic i financer, s'ha realitzat un anàlisi que preveu tres escenaris, des del més conservador, al més ambiciós.

ESTUDI DE LA DEMANDA

L'estudi de demanda s'ha realitzat a partir de les entrevistes i un qüestionari extens en que s'ha demanat a les empreses informació en els aspectes referents a:

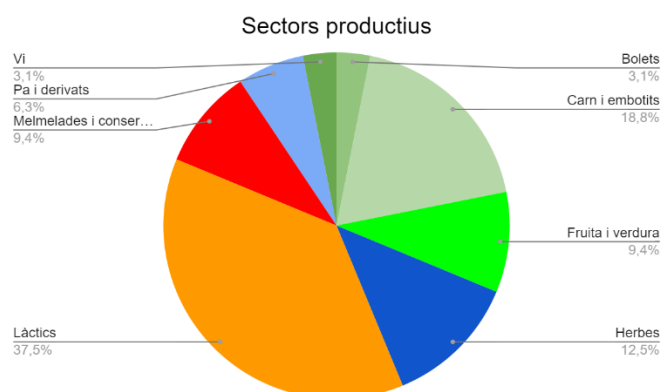
- Formació, necessitats percebudes, i situació.
- Ocupació: necessitats i demandes
- Innovació, necessitats percebudes i situació.
- Grau de coneixement del sector i interès

Han participat a l'estudi un total de 32 empreses de les comarques del Pallars Sobirà, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Cerdanya, Noguera i Solsonès.



14

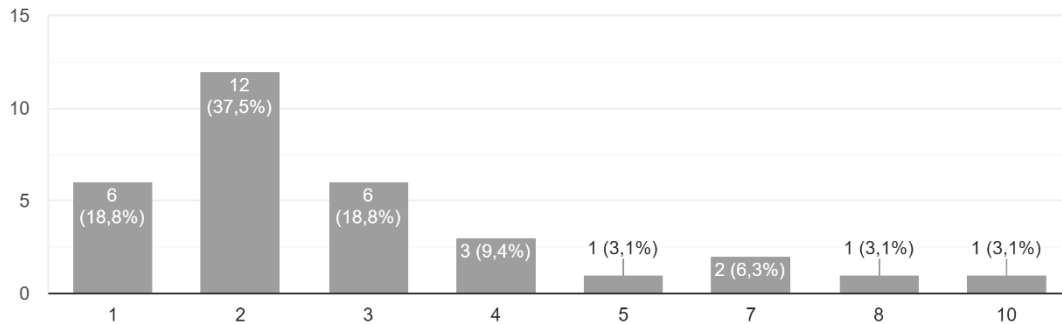
Representació de les comarques de procedència de les empreses participants



Representació dels sectors productius de les empreses participants

Número de persones que treballen a l'empresa

32 respostes



Les preguntes que se'ls han realitzat han estat les següents:

DADES GENÈRIQUES

- Nom de l'empresa
- Productes que comercialitzes
- Nombre de persones que treballen a l'empresa

FORMACIÓ

- Quin valor li dones a la formació contínua com a aspecte per assegurar la competitivitat de la teva empresa?
- Amb quina freqüència tu, o alguna de les persones de la teva empresa, assistiu a cursos de formació per millorar les vostres competències professionals?
- En cas que us formeu, on aneu habitualment a realitzar aquestes formacions?
- Quin tipus de formacions us interessin més?
- Hi ha alguna altra tipologia de formació que no haguem mencionat i que sigui del teu interès?
- En cas que us formeu, quin tipus de centres o entitats ofereixen formació del vostre interès? (Escoles agràries, centres especialitzats, Universitats, Gremis, altres...)
- Quines són les principals dificultats que tens per formar-te o per formar els teus treballadors?
- A part de les temàtiques i la modalitat formativa, hi ha altres aspectes que creus que s'haurien de tenir en compte a l'hora de dissenyar formacions i acompanyaments pel sector?
- Valora les següents propostes en funció de si les consideres poc interessants o molt interessants per al desenvolupament de la teva empresa i/o del sector agroalimentari de les comarques de muntanya:
- Realització per part d'un expert extern d'una diagnosi individualitzada de les vostres necessitats formatives o de possibles assessoraments que us podrien ser útils

15

- Existència d'un programa estable de formacions per a empreses (incloent empresaris i treballadors) i/o per a emprenedors de l'àmbit agroalimentari a l'Alt Pirineu i comarques veïnes?
- Existència de formació professional o professionalitzadora a l'Alt Pirineu que preparés persones per a treballar en el sector agroalimentari?
- Si s'oferís una formació per empreses que fos del teu interès al Pallars Jussà, tindries possibilitats de desplaçar-te per realitzar-la?

OCUPACIÓ

- Com valores en grau de dificultat per trobar personal adequat a possibles ofertes laborals en el teu sector?
- Si a la pregunta anterior has respost 1 o 2, a que creus que és degut?
- Si has hagut d'incorporar personal, quins mitjans has utilitzat?
- Si s'oferís formació per a joves o demandants d'ocupació, creus que hi ha algun aspecte concret que caldria tenir en compte perquè respongués adequadament a possibles demandes de feina que genera el sector de la petita empresa agroalimentària?

INNOVACIÓ

- Quin valor li dones a la innovació com a aspecte per assegurar la competitivitat de la teva empresa?
- Et consideres una empresa innovadora?
- Si a la pregunta anterior has considerat que ets una empresa innovadora (has contestat 3 o 4), pots indicar en quins aspectes ho ets:
- En quins àmbits creieu que pot ser interessant comptar amb acompanyament per a innovar?
- Has participat en alguna ocasió en alguna acció per promoure la innovació a l'empresa?
- Si a la pregunta anterior has contestat que sí, pots explicar breument en quina:

16

CONEIXEMENT DEL SECTOR

- Consideres que tens un bon coneixement de les empreses agroalimentàries de l'Alt Pirineu i de comarques properes -fora del teu territori més immediat?
- Quin grau d'interès té per tu tenir un bon coneixement i contacte amb altres empreses agroalimentàries de territoris propers al teu?
- Quins són les principals activitats que us permeten conèixer altres empreses del sector?
- Coneixies anteriorment el programa Al teu gust de l'Ajuntament de Tremp?
- T'interessaria que t'enviem informació de les formacions i els programes d'acompanyament al sector agroalimentari que realitzem? Si t'interessa, indica'ns el correu electrònic on vols que t'ho enviem.
- Per finalitzar, vols afegir qualsevol comentari sobre les necessitats formatives i de professionalització en el sector agroalimentari per a petites empreses o treballadors a l'Alt Pirineu i comarques properes?

Informe de necessitats empresarials detectades

FORMACIÓ

Com a aspectes destacats d'aquest apartat podem dir que les empreses valoren, majoritàriament, com a molt rellevant la formació i que una part molt important, el 72% dels enquestats, realitzen formacions habitualment.

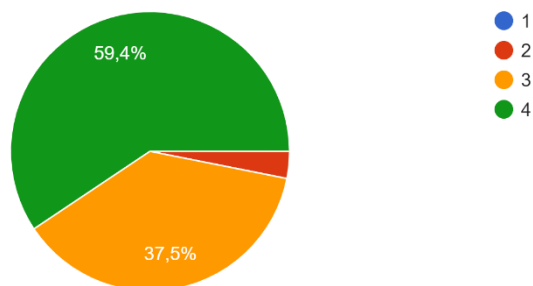
Les formacions es realitzen principalment en àrees geogràfiques properes (comarca o comarques veïnes), però hi ha també un important nombre d'empreses (10) que cursen formacions a distància.

Les formacions que compten amb major interès són les referents a l'àmbit productiu específic de l'empresa, en primer terme, i a l'àrea d'estratègia comercial i màrqueting en segon lloc.

Les majors dificultats percebudes a l'hora de cursar formacions són, pràcticament en un mateix grau, la dificultat en compaginar vida labora i formativa; la distància de les formacions i la dificultat per trobar formacions que s'adeqüin específicament a les necessitats pròpies de l'empresa.

Quin valor li dones a la formació contínua com a aspecte per assegurar la competitivitat de la teva empresa?

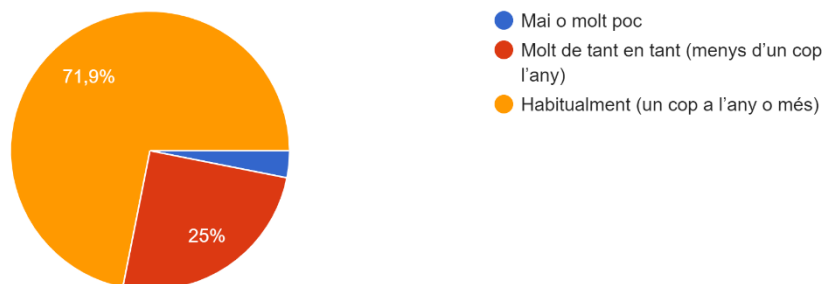
32 respostes



17

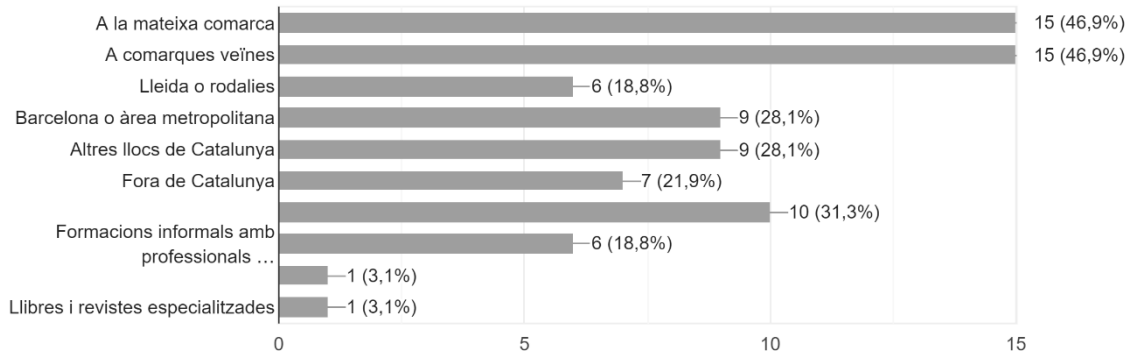
Amb quina freqüència tu, o alguna de les persones de la teva empresa, assistiu a cursos de formació per millorar les vostres competències professionals?

32 respostes

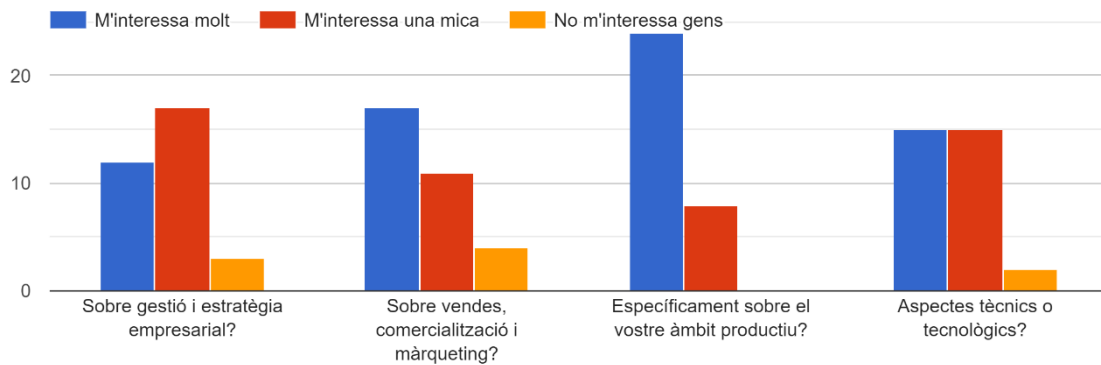


En cas que us formeu, on aneu habitualment a realitzar aquestes formacions?

32 respostes



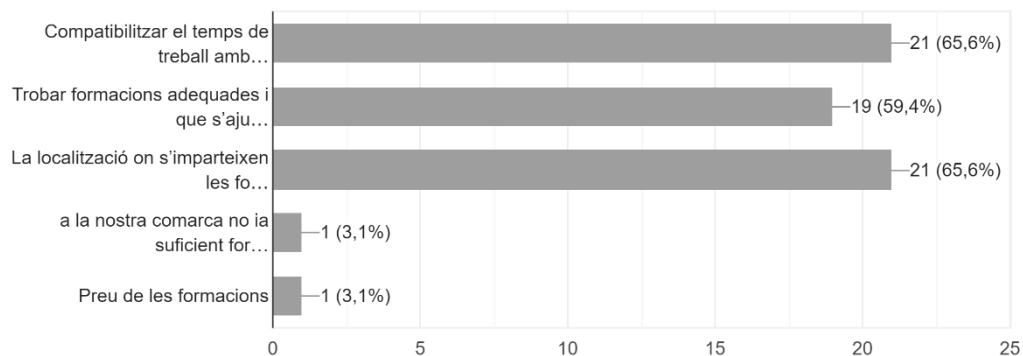
Quin tipus de formacions us interessen més?



18

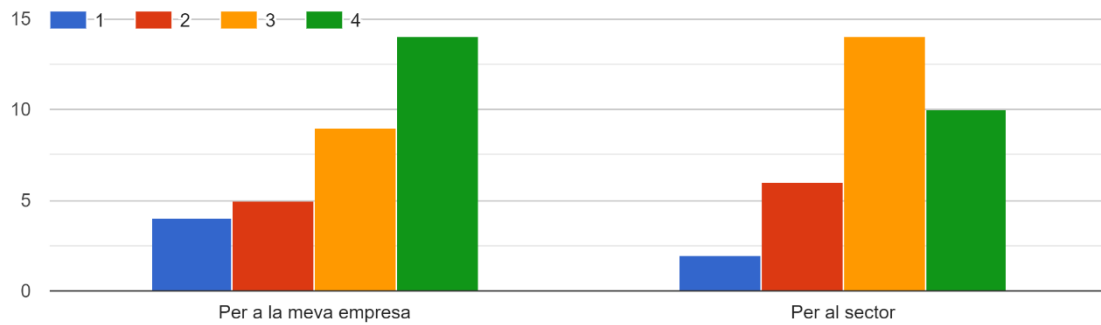
Quines són les principals dificultats que tens per formar-te o per formar els teus treballadors?

32 respostes

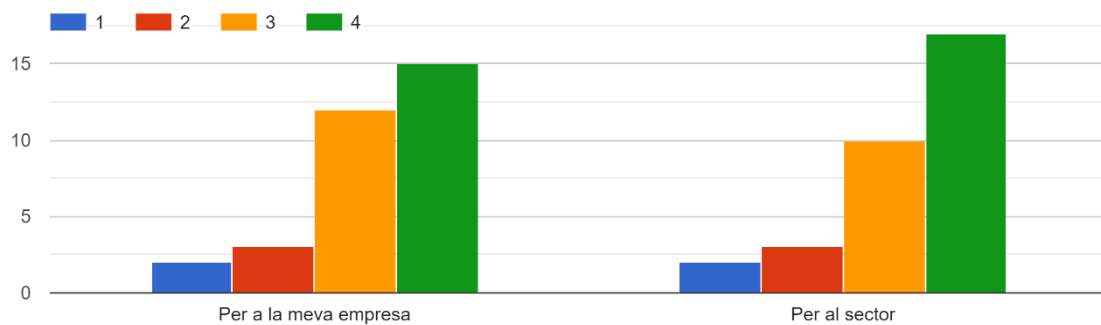


Valora les següents propostes en funció de si les consideres poc interessants o molt interessants per al desenvolupament de la teva empresa i/o del sector agroalimentari de les comarques de muntanya:

Realització per part d'un expert extern d'una diagnosi individualitzada de les vostres necessitats formatives o de possibles assessoraments que us podrien ser útils

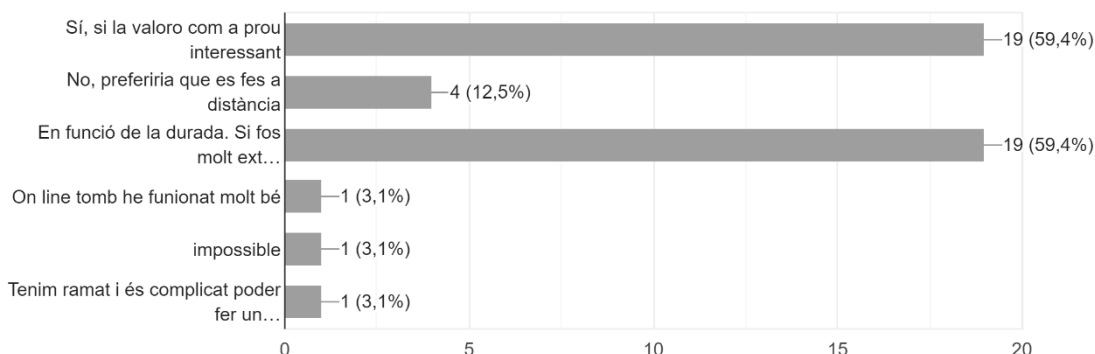


Existència d'un programa estable de formacions per a empreses (incloent empresaris i treballadors) i/o per a emprenedors de l'àmbit agroalimentari a l'Alt Pirineu i comarques veïnes?



Si s'oferís una formació per empreses que fos del teu interès al Pallars Jussà, tindries possibilitats de desplaçar-te per realitzar-la?

32 respostes



OCUPACIÓ

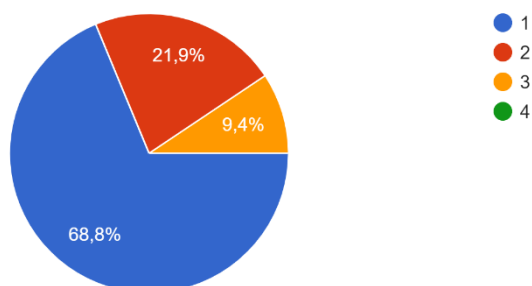
Gairebé un 70% de les empreses consideren que es molt difícil trobar personal qualificat per ocupar possibles llocs de treball. Com en l'estudi realitzat el 2018, les principals dificultats percebudes són, en primer lloc la manca de persones formades en l'àmbit. Segueixen altres factors com la manca de valoració del sector, la manca de persones amb l'actitud necessària per a treballar-hi, i la temporalitat de la feina, degut a que en molts casos l'estratègia comercial està condicionada a l'afluència turística.

20

El mitjà que clarament més s'utilitza quan s'ha de buscar possibles candidats a ocupar un lloc de treball són el boca orella. Amb molta menor importància trobem les Oficines de Treball, borses de treball locals i programes específics de formació i ocupació.

Com valors en grau de dificultat per trobar personal adequat a possibles ofertes laborals en el teu sector?

32 respostes



Si a la pregunta anterior has respost 1 o 2, a que creus que és degut?

Manca de valoració del sector: 7 empreses

Manca de formació o de coneixement: 9 empreses

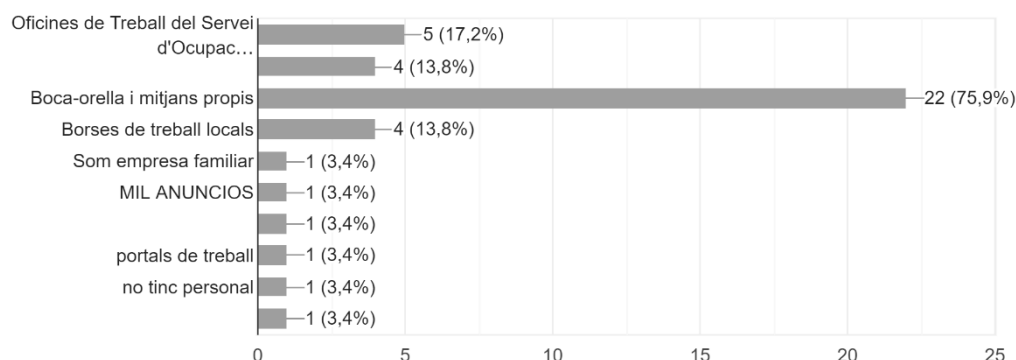
Manca de persones amb l'actitud necessària per a treballar-hi: 6 empreses

Temporalitat de la feina: 3 empreses

Altres: 2 empreses

Si has hagut d'incorporar personal, quins mitjans has utilitzat?

29 respostes



INNOVACIÓ

21

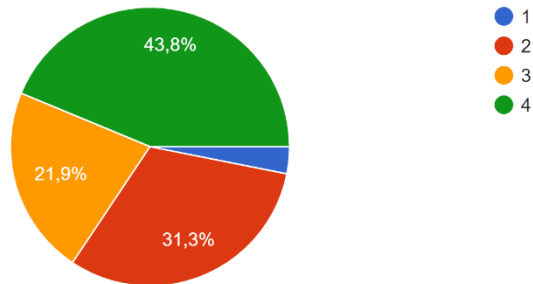
La innovació, a diferència dels resultats obtinguts en l'estudi realitzat al Pallars Jussà, és considerada de forma desigual per les empreses enquestades. Hi ha un 44% d'empreses que la consideren molt important per assegurar la seva competitivitat, però un 31% la considera poc rellevant. Al Pallars Jussà, en canvi, la majoria d'empreses la considerava un factor imprescindible per a ser competitives.

També cal destacar que tot i que l'enquesta s'ha fet prioritàriament a empreses innovadores, només un 12,5% se'n consideren molt, i un 47% se'n consideren força. Un 37,5%, per contra, es consideren poc innovadores. Les empreses que es consideren innovadores mencionen sobretot la tipologia de producte o el sistema productiu i també l'estratègia comercial (generalment mencionen estratègies de proximitat i tancament de cicle).

Un 34% de les empreses mencionen que han participat en programes d'innovació, generalment vinculats a formacions i a coneixement d'experiències.

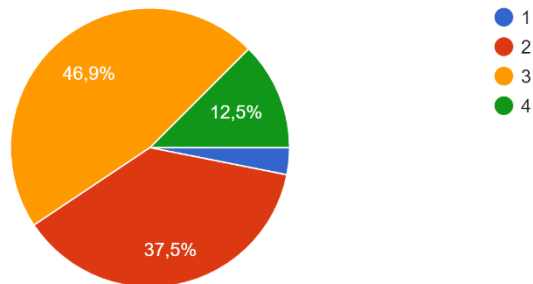
Quin valor li dones a la innovació com a aspecte per assegurar la competitivitat de la teva empresa?

32 respostes



Et consideres una empresa innovadora?

32 respostes



22

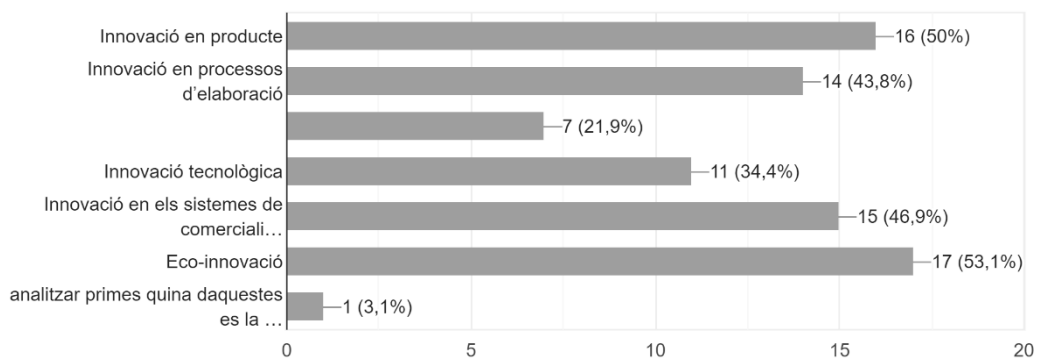
Si a la pregunta anterior has considerat que ets una empresa innovadora (has contestat 3 o 4), pots indicar en quins aspectes ho ets:

En producte: 10

Estratègia comercial: 6

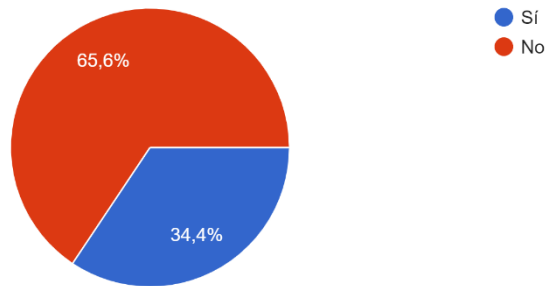
En quins àmbits creieu que pot ser interessant comptar amb acompanyament per a innovar?

32 respostes



Has participat en alguna ocasió en alguna acció per promoure la innovació a l'empresa?

32 respostes



CONEIXEMENT DEL SECTOR

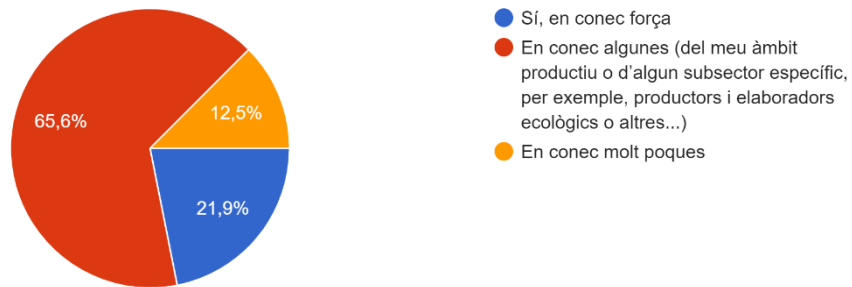
La majoria d'empreses, un 66%, considera que té un bon coneixement de les empreses més properes, sigui per àmbit geogràfic o per tipologia productiva. Donen força importància a aquest factor i les principals vies que mencionen que els permeten conèixer altres empreses són les formacions i altres activitats de transferència de coneixement.

Només un 25% de les empreses enquestades coneix amb detall l'existència i objectius del programa Al teu gust.

23

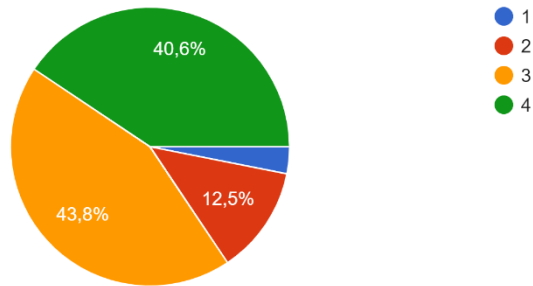
Consideres que tens un bon coneixement de les empreses agroalimentàries de l'Alt Pirineu i de comarques properes -fora del teu territori més immediat-?

32 respostes



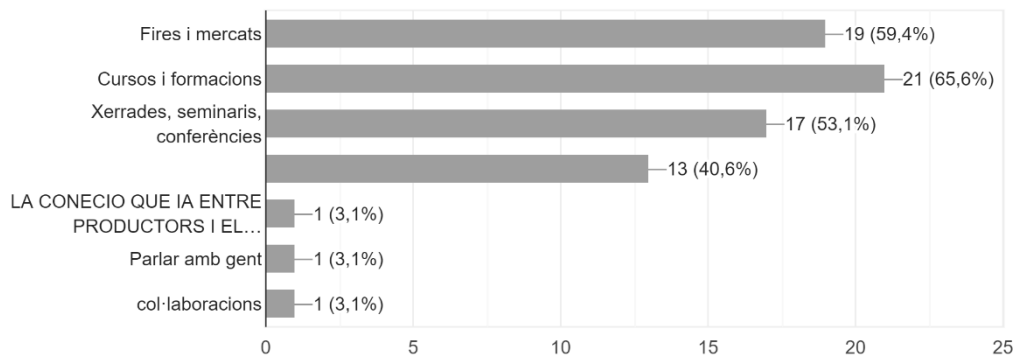
Quin grau d'interès té per tu tenir un bon coneixement i contacte amb altres empreses agroalimentàries de territoris propers al teu?

32 respostes



Quins són les principals activitats que us permeten conèixer altres empreses del sector?

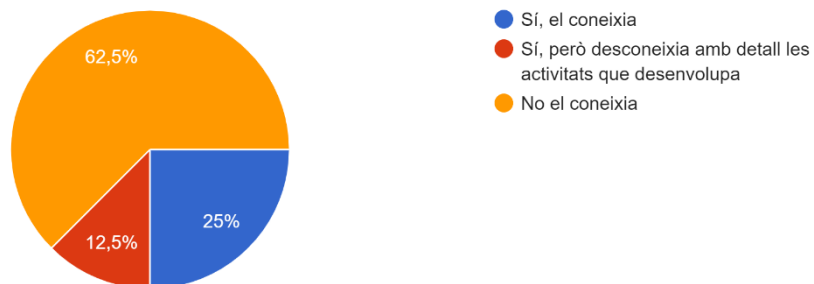
32 respostes



24

Coneixies anteriorment el programa Al teu gust de l'Ajuntament de Tremp?

8 respostes



Grup de treball

Direcció tècnica: Ajuntament de Tremp i mOntanyanes. Estratègies creatives per a la dinamització local. SL

Redacció informe: mOntanyanes. Estratègies creatives per a la dinamització local. SL

25

al teu gust

Aliments del Pallars

WWW.ALTEUGUST.COM

Ajuntament



de Tremp

mOntanyanes

ESTRATÈGIES CREATIVES PER A LA DINAMITZACIÓ LOCAL

Aquesta acció està

SOC

Servei d'Ocupació de Catalunya



Generalitat de Catalunya



GOBIERNO DE ESPAÑA

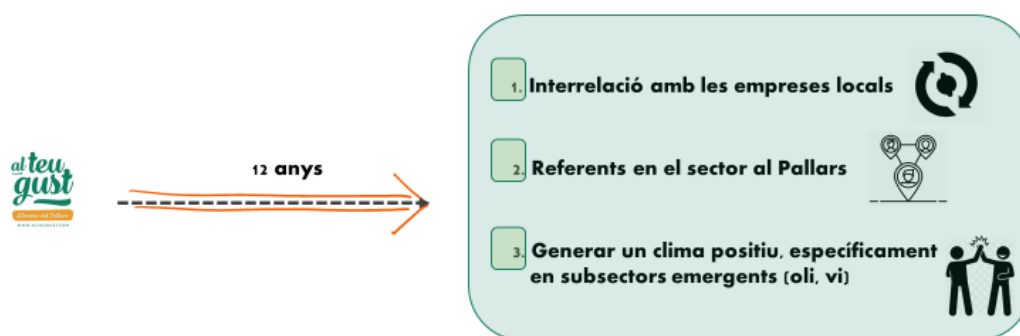
MINISTERIO DE TRABAJO, MIGRACIONES Y SEGURIDAD SOCIAL

subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local

Annex 1. Presentacions



Antecedents



Aspectes per reforçar

1. Abast limitat al Pallars Jussà (usuaris objectius, comunicació...)
2. Altres comarques reclamen exportar el "model". COM??
3. No comptem amb un ecosistema agroalimentari complet
(formació per a joves i demandants d'ocupació, acompanyament a emprenedors...)

Escola Agrària del Pallars
Futur??

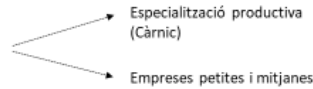


Què fem? 2018

Busquem altres territoris amb un "ecosistema" Agroalimentari
Benchmarking

Ecosistemes "parcials" o no transferibles

La Garrotxa



≠ Pallars Jussà



Què fem? 2018

**Recollim necessitats
i valoracions
de les empreses**

ATG referent

Valor de la formació ††

Valor de la innovació †††

Dificultat en aconseguir treballadors i relleu ††



Què fem? 2019

- 1. Creació grup de treball**
- 2. Elaboració del "model de negoci" (canvas)**
- 3. Estudi econòmic-financer**



Què fem? 2019

1. Creació grup de treball



Ajuntament de Tremp

Escola Agrària del Pallars

IDAPA

APAT

Associació productors d'oli

Professionals particulars



mOntanyanes



Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc del Programa de suport al desenvolupament local.

CURS D'ESPECIALITZACIÓ:

EINES PER A LA TRANSFORMACIÓ AGROALIMENTÀRIA DE MUNTANYA



JUSTIFICACIÓ DE LA PROPOSTA

A nivell intern

Vincle ECA- sector agroalimentari

Recorregut del programa Al teu gust (10 anys) que detecta:

- Necessitats de personal per part de les empreses agroalimentàries locals ja consolidades*
- Percepció per part de les empreses locals de la necessitat de crear formació reglada destinada a joves i treballadors*
- Relleu generacional *

* Estudi realitzat pel programa ATG durant el 2018 i 2019, amb la participació de 36 empreses del PJ i 32 empreses de les comarques de l'Alt Pirineu, Solsonès i La Noguera.

30

JUSTIFICACIÓ DE LA PROPOSTA

A nivell extern/global

- Importància de la transformació agroalimentària per assegurar la viabilitat dels petits productors primaris a la muntanya
- Increment dels joves que volen desenvolupar projectes de transformació agroalimentària al món rural
- Necessitat de fer una bona valoració inicial de l'activitat per fer viables aquests projectes

OPORTUNITATS

Possibilitat de desenvolupar una estratègia conjunta i integral que inclogui formació, capacitat i acompanyament a la innovació, que pot representar una oportunitat pel territori i que es dirigiria a:

Joves vocacions i demandants d'ocupació

Petites empreses de muntanya

Emprenedors del sector agroalimentari

OPORTUNITATS

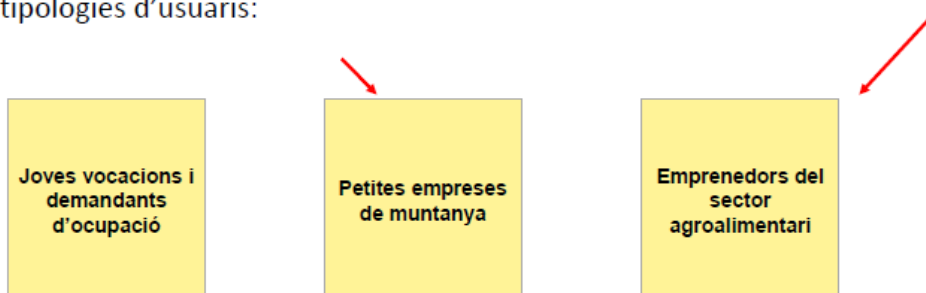
Des de l'EA Pallars s'oferiria servei específicament a dos tipologies d'usuaris:



31

OPORTUNITATS

Des del programa Al teu gust, s'oferiria servei específicament a dos tipologies d'usuaris:



OPORTUNITATS

Des del programa Al teu gust es donaria continuïtat a les accions desenvolupades fins ara:

- Formació transversal per a empreses
- Formació sectorial: en col·laboració amb la Formació Contínua ECA
- Accions networking
- Acompanyament a la innovació
- Sensibilització de joves
- Intermediació laboral

OPORTUNITATS

La unió d'esforços permet oferir serveis integrals a empreses, emprenedors, joves i demandants d'ocupació, a més de posicionar la comarca.

Objectiu comú:



Que sigui referent de formació i acompanyament a l'empresa.

Que sigui referent de formació reglada

Que ajudi a posicionar el Pallars com a territori innovador en el sector agroalimentari

Que ajudi a posicionar les empreses i el global del sector

Que contribueixi a la inserció laboral i a cobrir les necessitats de les empreses en aquest sentit...

OBJECTIUS DEL CURS

- Capacitar tècnicament els alumnes per a desenvolupar una activitat de transformació agroalimentària
- Donar eines per a desenvolupar el propi projecte
- Dotar als alumnes de les eines per a facilitar la inserció laboral
- Fomentar les relacions entre participants i empreses agroalimentàries de muntanya
- Posicionar l'EA del Pallars com a centre de referència per a la professionalització i acompanyament de petits transformadors agroalimentaris de muntanya

CONTINGUTS DEL CURS

BLOC I. Formació tècnica – 382 h (13 setmanes)

BLOC II. Opció a. Desenvolupament del propi projecte – 246 h (7 set.)

BLOC II. Opció b. Aprèn a l'empresa (DUAL) – 246 h (7 set.)

Total: 628 hores

33

CONTINGUTS DEL CURS

BLOC I. Formació tècnica – 382 h (13 setmanes)

ACTIVITATS FORMATIVES	Correspondència amb CFGS	Hores
Requisits i permisos per a engegar una activitat d'elaboració alimentària	MP14	66
Higiene i seguretat en la manipulació d'aliments	MP8. UF2	21
Autocontrols basats en l'APPCC per a petits elaboradors	MP9. UF2	44
Tractaments de transformació i conservació d'aliments	MP3	165
Envasament i conservació dels aliments		
Etiquetatge		
Innovació alimentària	MP12	66
Anàlisi sensorial	MP8. UF4	20

CONTINGUTS DEL CURS

BLOC II. A) Desenvolupa el teu projecte

ACTIVITATS FORMATIVES	Correspondència amb CFGS	Hores
Control de la producció de costos	MP4. UF3	21
Comercialització i promoció dels productes	MP5. UF2	59
Formació en centres de treball. Intercanvi d'experiències	MP16	100
Disseny del projecte	MP15	66

BLOC II. B) Aprèn a l'empresa

ACTIVITATS FORMATIVES	Correspondència amb CFGS	Hores
Tecnologia alimentària (DUAL)	MP1	52
FCT	MP16	194

CONSTRUIR AMB LES EMPRESES LOCALS

Possibles formes de col·laborar amb el disseny de la proposta:

- Fent arribar les vostres demandes i interessos a: alba.vila@gencat.cat
- Participant al grup de treball de l'estratègia d'innovació i capacitatció per al sector agroalimentari enviant correu a: detxalar@trem.cat