PLA D'ACCIÓ

ALIMENTACIÓ

Cadena de valor de l'Alimentació de la comarca de l'Urgell

Ajuntament de Tàrrega

CONSELL COMARCAL DE L'URGELL

Ajuntament de Bellpuig

FOOD URGELL

IMPULS AGROALIMENTARI

SOC Servei d'Ocupació de Catalunya

Generalitat de Catalunya

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL SEPE

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

INTRODUCCIÓ

- Pla d'actuacions pel sector 1
- Actuació 1 – Programa de formació avançada en branding, màrqueting digital i vendes per a empreses alimentàries de l'Urgell 2
- Actuació 2 – Assessorament individualitzat en la implementació d'eines de màrqueting digital 4
- Actuació 3 – Estudi de mercat i increment de la penetració en el canal foodservice organitzat a Catalunya 6
- Actuació 4 – Obertura del Mercat al Sud d'Espanya 11
- Actuació 5 – Business Development del mercat al Sud de França..... 13
- Actuació 6 – Mapeig i identificació d'actius, capacitats tecnoloògiques i línies de suport per al sector per afavorir la interrelació amb l'ecosistema de recerca i innovació català..... 16
- Actuació 7 – Acompanyament estratègic a la digitalització d'empreses de l'Urgell..... 19
- Actuació 8 – Optimització i millora de la sostenibilitat de l'embalatge..... 21
- Actuació 9 - Estudi de captació i retenció de talent, a través de l'elaboració de plans i mapes formatius territorials a mida de les necessitats de les persones i de les empreses del territori..... 23
- Actuació 10 – Desenvolupament de formació a mida per a perfils operatius i de magatzem a l'Urgell..... 28
- Actuació 11 – Visibilitat de l'oferta laboral de les empreses del sector de l'alimentació a la comarca (visites a les instal·lacions, vinculació amb escoles o centres de formació propers)..... 30
- Actuació 12 – Itinerari de visites creuades per impulsar la innovació i la col·laboració entre empreses agroalimentari 32
- Actuació 13 – Acció de màrqueting territorial per la captació de perfils professionals per estratègies de futur..... 35
- Actuació 14 – Projecte integral de vinculació de la CV Alimentària amb la CV Turística..... 37

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Pla d'actuacions pel sector, estructurat en 3 àrees:

1. ACCIONS ESTRATÈGIQUES EMPRESARIALS

1. Programa de formació avançada en branding, màrqueting digital i vendes per a empreses alimentàries de l'Urgell
2. Assessorament individualitzat en la implementació d'eines de màrketing digital (incorporació d'ús d' IA)
7. Acompanyament estratègic a la digitalització d'empreses de l'Urgell
8. Optimització i millora de la sostenibilitat de l'embalatge

2. ACCIONS PER LA MILLORA DE L'ENTORN COMPETITIU

3. Estudi de mercat i increment de la penetració en el canal food-service organitzat a Catalunya
4. Obertura del mercat del sud d'Espanya
5. Business Development del mercat del Sud de França
6. Mapeig i identificació d'actius, capacitats tecnològiques i línies de suport per al sector per a afavorir la interrelació amb l'ecosistema de recerca i innovació català.
12. Itinerari de visites creuades per impulsar la innovació i la col·laboració entre empreses agroalimentàries de l'Urgell
14. Projecte integral de vinculació de la CV Alimentaria amb la CV Turística

3. ACCIONS PER A L'OCUPACIÓ

9. Estudi de captació i retenció de talent a través de l'elaboració de plans i mapes formatius territorials a mida de les necessitats de les persones i de les empreses del territori
10. Desenvolupament de formació a mida per a perfils operatius i de magatzem a l'Urgell
11. Visibilitat de la oferta laboral de les empreses del sector de l'alimentació a la comarca (visites instal·lacions, vinculació amb escoles o centres de formació propers, etc.)
1. Acció de màrqueting territorial per la captació de perfils professionals per estratègies de futur

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Actuació 1 – Programa de formació avançada en branding, màrqueting digital i vendes per a empreses alimentàries de l'Urgell

a) Objectius específics

Co-dissenyar i executar dos cursos de formació col·lectiva per donar eines a les empreses per millorar les seves capacitats de captació, fidelització i comunicació amb el client final, aprofitant tant les eines digitals com el coneixement del client i de la seva pròpia proposta de valor.

b) Activitats

Fase 1 – Definició del programa i adaptació al territori

Dissenyar una formació pràctica i avançada en branding, màrqueting i vendes, adaptada a les necessitats específiques de les empreses agroalimentàries de l'Urgell, amb èmfasi en les eines digitals i les tendències actuals de consum.

- Diagnosi prèvia a través d'entrevistes per detectar: Grau de maduresa en màrqueting digital, coneixement del client final i ús d'eines digitals per segmentació i comunicació així com les estratègies actuals de venda online i offline.
- Selecció, a partir de les empreses que han mostrat interès en el projecte, dels reptes a treballar més rellevants:
  - Visibilitat i posicionament de marca en entorns digitals.
  - Conversió en botigues on línia i vendes directes al consumidor.
  - Fidelització i creació de comunitat (correus electrònics, a xarxes, clubs...).
  - Integració de canals de venda (omnicanalitat).
- Disseny del programa formatiu amb ponents especialitzats en botigues en línia, marca digital i innovació comercial en el sector alimentari.
- Identificació de ponents i experts amb experiència aplicada en el sector alimentari.

Fase 2 – Execució del curs de formació col·lectiva

- Contingut per mòduls:
  - Marca i el relat de marca: diferenciar-se en un món saturat (construcció de marca amb valors, embalatge i disseny, marques aspiracional en el sector alimentari
  - Coneixement del client i eines de màrqueting digital (com obtenir i interpretar les dades del client XXSS, segmentació intel·ligent, us de google analítics, meta business suite, hotjar, etc.
  - Botiga en línia i canals digitals de venda. (Estratègies per la millora del percentatge de conversió, com rendibilitzar millor els mercat públic i botigues en línia.
  - Comunicació digital i fidelització (automatització, influenciadors, contingut generat per l'usuari, IA, estratègies de fidelització, ...)

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Redacció individualitzada de les empreses participants d'un pla d'introducció d'eines de màrketing digital com a projecte de final de programa amb la identificació de 2-3 accions prioritàries per cada empresa.

c) Resultats esperats

- Almenys 10 empreses agroalimentàries participants.
- Més del 80% d'assistència mitjana a les sessions formatives.
- Increment del coneixement en estratègies de captació i fidelització digital.
- Cada empresa disposarà d'un pla pràctic d'introducció d'eines de màrqueting digital.
- Aplicació pràctica d'eines digitals per part de les empreses durant o immediatament després de la formació.
- Valoració positiva superior al 7 sobre 10 per part dels participants.
- Creació d'una base de coneixement compartida (plantilles, exemples, eines).

d) Identificació dels actors responsables

Equip tècnic del projecte (Ajuntament de Tàrrega i suport Consell Comarcal de l'Urgell), consultors especialitzats en màrqueting digital, formadors externs.

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries elaboradores de l'Urgell, especialment PIME's amb interès a enfortir la seva presència digital.

f) Pressupost

Cost estimat: 15.000€

g) Fonts de finançament previstes

Subvenció Empren-Cat. Fons pròpies empreses.

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Formadors especialitzats en branding i màrqueting digital.
- Plataformes digitals per a sessions online.
- Eines de suport com plantilles, tutorials i materials pràctics.

i) Indicadors de seguiment

- Nombre d'empreses participants.
- Grau de satisfacció de les empreses amb la formació.
- Nombre de plans de màrqueting completats.

j) Cronograma d'execució: Acció prevista 2027

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Execució 2028					
1. Programa de formació avançada en branding, màrqueting digital i vendes per a empreses alimentàries de l'Urgell	M1	M2	M3	M4	M5
Fase 1 – Definició del programa i adaptació al territori					
Fase 2 – Execució del curs de formació col·lectiva					
Fase 3 - Tancament i plans individuals					2 set-manes

a) Objectius específics

Acompanyar individualment les empreses en la implementació pràctica d'eines de màrqueting digital que els permetin millorar la seva captació, fidelització i comunicació amb el client. L'objectiu és facilitar l'aplicació real d'accions treballades durant el programa de formació col·lectiva (Actuació 1).

b) Activitats

Fase 0: Identificació d'empreses interessades i experts per recolzar els processos d'implementació de les eines d'IA i màrqueting digital

L'objectiu d'aquesta fase prèvia serà el de concretar les empreses interessades en el procés de mentoria (necessàriament participants de l'actuació 1) així com la construcció d'una bossa de mentors especialitzats en màrqueting digital (estratègia de marca digital, botiga en línia i vendes online, XXSS i comunicació, ús aplicat de IA)

Fase 1: Selecció i definició del repte empresarial

L'objectiu d'aquesta primera fase serà, a nivell individual per cadascuna de les empreses participants, identificar i prioritzar el repte o la implementació que es voldrà abordar a través de:

- Sessió de diagnosi breu amb cada empresa on es triarà del repte a treballar d'entre els expressats en el pla realitzat (*Ex: Automatitzar campanyes digitals, Implementar un chatbot, Aplicar IA per fer recomanacions de producte, Fer seguiment predictiu del comportament de compra, ...)*
- Assignació del mentor o experta per acompanyament.
- Definició del pla de treball (acció, objectiu, recursos disponibles, indicadors...

Fase 2: Mentoria i aplicació pràctica

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

L'objectiu en aquesta segona fase serà la d'executar el projecte pràctic amb suport directe de la persona mentora.

- 3 sessions individuals de mentoria (1 h/sessió, setmanals o quinzenals).
- Treball entre sessions: prova de l'eina, configuració inicial, adaptació a processos propis. Accés a tutorials, plantilles i suport tècnic bàsic.

Fase 3: Resultats i avaluació de la mentoria

L'objectiu final serà el de tancar el procés amb una acció implementada i avaluada.

- Tancament i revisió conjunta del procés
- Presentació curta (pitch) del que s'ha aplicat: Acció concreta implementada.
- Resultats obtinguts o esperats.
- Reptes i millores futures.
- Recollida de resultats i casos per compartir entre empreses del territori.

c) Resultats

- Almenys 8 empreses acompanyades individualment.
- Implementació pràctica d'una eina o acció digital per empresa.
- Increment de la capacitat d'execució digital de les empreses.
- Presentació de casos pràctics entre les empreses del territori.

d) Identificació dels actors responsables

Equip tècnic del projecte, mentors especialitzats en màrqueting digital.

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell que hagin participat a l'Actuació 1 o tinguin interès en millorar les seves competències digitals.

f) Pressupost

Cost estimat: 10.000 € - 15.000€

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics locals o supracomarcals. Possible cofinançament de les empreses participants.

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Xarxa de mentors amb experiència aplicada.
- Plataformes digitals per a les sessions de mentoria.
- Materials de suport (plantilles, tutorials).
- Coordinació per part de Ajuntament de Tàrrega

i) Indicadors de seguiment

- Nombre d'empreses mentoritzades.
- Grau de satisfacció amb el procés de mentoria.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Nombre d'accions digitals implementades.
- Participació i assistència a les sessions.

j) Cronograma d'execució

Execució 2027				
2. Assessorament individualitzat en la implementació d'eines de màrqueting digital	M1	M2	M3	M4
Fase 0 – Identificació i organització	2 setmanes			
Fase 1 – Diagnosi i assignació de reptes	2 setmanes			
Fase 2 – Mentories				
Fase 3 - Tancament i plans individuals				

Actuació 3 – Estudi de mercat i increment de la penetració en el canal foodservice organitzat a Catalunya

a) Objectius específics

Millorar el coneixement del funcionament del canal foodservice organitzat a Catalunya i facilitar l'accés de les empreses de l'Urgell a aquest canal a través d'un estudi de mercat i l'establiment de contactes estratègics.

b) Activitats

FASE 1: Anàlisi, priorització de segments i preparació empresarial

• L'objectiu d'aquesta primera fase serà comprendre a fons el funcionament del canal foodservice a Catalunya, identificar els segments amb més potencial per al territori i preparar les empreses per una entrada eficient i realista.

• Estudi del canal foodservice a Catalunya que inclogui la classificació dels principals segments del canal (Ex: Restauració organitzada (franquícies, grans grups), restauració de col·lectivitats (escoles, hospitals, empreses). Restauració independent o gastronòmica, càtering i distribuïdors foodservice que els donen servei.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

• Quantificació del pes de cada segment a Catalunya (volum, concentració territorial, cadenes principals) i anàlisi de les tendències de compra: proximitat, sostenibilitat, formats, digitalització, etc.

• Identificació de barreres d'entrada i requisits logístics/comercials específics.

• Realització d'entre 10 i 12 entrevistes qualitatives amb agents del sector per profunditzar en:

Criteris de selecció de proveïdors. Espai per productes elaborats o gourmet. Relació amb productors locals/artesans. Exemples de potencials empreses a entrevistar Distribuïdors (Vallès, Guzmán, Disalp...).Càterings (Serhs, Arcasa, Campos Estela...).Grups de restauració (Andilana, Sagardi, Foodbox, etc.).

• Identificació dels segments de major potencial per a l'Urgell tenint en compte criteris com l'adequació de l'oferta actual del territori, els requisits logístics factibles, el marge comercial i escalabilitat, l'accés directe o via distribuïdor.

• Elaboració d'un document estratègic de priorització de segments i recomanacions per a l'accés efectiu.

• Grup de treball de retorn amb les empreses on es presentaran els resultats de l'estudi de mercat, es prioritzaran els àmbits de treball i es concretaran accions per atacar els segments prioritzats.

FASE 2: Jornada empresarial a l'Urgell

• L'objectiu d'aquesta segona fase serà facilitar el contacte directe entre empreses del territori i compradors/distribuïdors del canal foodservice català.

• Organització d'una jornada de connexió comercial a l'Urgell:

  ▪ Presentació del territori i dels segments prioritzats.

  ▪ Mostra de productes.

c) Resultats

- Estudi elaborat i compartit amb el territori.
- Almenys 2 accions comercials activades (entre elles la jornada empresarial)
- Increment del coneixement del mercat per part de les empreses.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
- Consultora especialitzada en treball amb les empreses i foodservice

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades a obrir nous canals de comercialització.

f) Pressupost

Cost estimat: 35.000€ per acció.

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics de desenvolupament econòmic local

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Consultors de mercat.
- Xarxa de contactes comercials.
- Eines d'anàlisi i sistematització d'informació.

i) Indicadors de seguiment

- Nombre d'empreses participants.
- Nombre de contactes comercials generats.
- Grau de satisfacció de les empreses.

j) Cronograma d'execució

Execució 2028							
3. **Estudi de mercat i increment de la penetració en el canal foodservice organitzat a Catalunya**	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
Fase 1 – Anàlisi, priorització de segments i preparació empresarial							
Fase 2 – Jornada empresarial a l'Urgell							
Fase 3 Tancament del projecte							1 setmana

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

ACTUACIÓ 4 – OBERTURA DEL MERCAT AL SUD D'ESPANYA

a) Objectius específics

Donar suport a les empreses del territori per obrir el canal de venda al sud d'Espanya (Andalusia, Múrcia), definint la proposta de valor i activant contactes comercials.

b) Activitats

Fase 1: Diagnosi estratègica i definició d'oportunitats comercials al sud d'Espanya. L'objectiu d'aquesta primera fase serà analitzar la situació de partida i interès de les empreses de l'Urgell en el mercat del sud d'Espanya.

- Es duran a terme entrevistes individuals amb les empreses interessades a participar per entendre el nivell actual de presència al sud, canals de venda actius, reptes i interès real.
- Recollida de dades agregades: categories amb més potencial (oli, conserves, torrons, vi...), formats i posicionament actual.
- S'identificaran els canals i segments de major interès (minorista vs. servei de menjar; gourmet vs. gran consum...). També es durà a terme un procés d'identificació d'actors clau.

Fase 2. Anàlisi de mercat i mapa d'agents clau (distribuïdors majoristes).

- Anàlisi del mercat a través de fonts secundàries així com entrevistes amb compradors dels àmbits prioritzats retail (botigues especialitzades, petits supermercats, marketplaces locals com El Jamón, Maskom, La Despensa) o foodservice (distribuïdors HORECA andalusos com Makro Sevilla, Cash Lepe, hostaleria gastronòmica, petits càterings).
- L'objectiu serà entendre els criteris de compra, sensibilitat al producte de fora, condicions logístiques, embalatge, certificacions i referències catalanes.
- Obtenció d'una base de dades segmentada de potencials clients.
- Presentació a les empreses de l'Urgell amb l'anàlisi realitzat i debat estratègic.
- Presentació de tendències i consums clau al sud.
- Síntesi de les entrevistes amb compradors realitzats.
- Debat, identificació i priorització d'accions.

Fase 3: Implementació de les dues accions més prioritàries per l'obertura del mercat:

- Organització i execució d'un viatge de prospecció al mercat del sud d'Espanya acompanyant a les empreses en visites comercials (distribuïdors, minoristes...).

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Participació en la Fira Auténtica Premium Food de Sevilla (Setembre).

c) Resultats

- Diagnosis compartida de la situació actual de les empreses respecte al mercat del sud d'Espanya.
- Base de dades de potencials clients segmentada.
- Activació de dues accions concretes d'entrada de mercat.
- Participació d'empreses a una fira i/o viatge comercial amb mínim 5 reunions per empresa.
- Increment del coneixement sobre condicions logístiques, de compra i de consum d'aquest mercat.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
- Consultora especialitzada en treball amb les empreses i projectes de business Development

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades en obrir mercat al sud d'Espanya.

f) Pressupost

Cost estimat: 35.000€

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics de desenvolupament econòmic local

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Consultors especialitzats en canals comercials.
- Accés a fonts d'anàlisi de mercat.
- Suport logístic per a viatge i fira.

i) Indicadors de seguiment

- Nombre d'empreses participants.
- Nombre de contactes comercials generats.
- Valoració qualitativa i grau de satisfacció.
- Execució d'accions concretes (viatge, fira, reunions).

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

j) Cronograma d'execució

Execució 2029						
4. Obertura del mercat al Sud d'Espanya	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Fase 1 – Diagnosi estratègica i definició d'oportunitats comercials al sud d'Espanya						
Fase 2 – Anàlisi de mercat i mapa d'agents clau (distribuïdors majoristes)						
Fase 3 - Implementació accions						

ACTUACIÓ 5 – BUSINESS DEVELOPMENT DEL MERCAT AL SUD DE FRANÇA

a) Objectius específics

Incrementar la presència i les vendes de les empreses elaboradores de l'Urgell en el mercat del sud de França, mitjançant accions d'aproximació comercial directa, coneixement de canals i hàbits de consum, i adaptació de l'oferta al context territorial.

b) Activitats

Fase 1: Coneixement de la situació actual del mercat

L'objectiu d'aquesta primera fase serà analitzar la situació de partida i interès de les empreses de l'Urgell en el mercat del sud de França

- Determinar l'atractivitat del mercat : A partir de l'anàlisi del mercat de l'alimentació utilitzant les 5 Forces de Porter així com l'anàlisi del mercat de l'alimentació i especialment del segment gourmet i el posicionament dels productes catalans/espanyols en aquest mercat.
- Recollida de dades agregades: categories amb més potencial (oli, conserves, torrons, vi...), formats i posicionament actual.
- S'identificaran els canals i segments de major interès (minorista vs. servei de menjar; gourmet vs. gran consum...), també es durà a terme un procés d'identificació d'actors clau.
- Anàlisi dels distribuïdors i elaboració d'una base de dades segmentada.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Grup de treball amb les empreses per la priorització d'un segment d'interès concret.

Fase 2. Viatge de prospecció comercial

- Elaboració d'un document que contingui la següent informació (dies previstos, pressupost estimat, llistat d'empreses target a entrevistar, suggeriment per part de les empreses participants)
- Elaboració i execució definitiva de l'agenda
- Realització d'un grup de treball posterior identificant les actuacions clau per l'accés al mercat (participació en fires, contactes comercials, ...)

c) Resultats

- Diagnosi compartida de la situació actual de les empreses respecte al mercat del sud de França.
- Base de dades de potencials clients segmentada.
- Activació de dues accions concretes d'entrada de mercat.
- Participació d'empreses a una fira i/o viatge comercial amb mínim 5 reunions per empresa.
- Increment del coneixement sobre condicions logístiques, de compra i de consum d'aquest mercat.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
- Consultora especialitzada en treball amb les empreses i projectes de desenvolupament empresarial.

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades en obrir mercat del sud de França

f) Pressupost

Cost estimat: 35.000€

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics locals i possibles suports de programes de promoció comercial.

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Consultors especialitzats en obertura de nous mercats
- Accés a fonts d'anàlisi de mercat.
- Suport logístic per al viatge i la fira.

i) Indicadors de seguiment

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Nombre d'empreses participants al llarg del projecte
- Nombre de contactes comercials generats.
- Valoració qualitativa i grau de satisfacció.
- Nombre d'empreses que viatgen amb la consultora
- Execució d'accions concretes (viatge, fira, reunions).

j) Cronograma d'execució

Execució 2029					
5. – Obertura. Business Development	M1	M2	M3	M4	M5
Fase 1 – Coneixement de la situació actual del mercat					
Fase 2 – Viatge de prospecció comercial					
Fase 3 - Tancament de projecte					

ACTUACIÓ 6– MAPEIG I IDENTIFICACIÓ D'ACTIUS, CAPACITATS TECNOLÒGIQUES I LÍNIES DE SUPORT PER AL SECTOR PER A AFAVORIR LA INTERRELACIÓ AMB L'ECOSISTEMA DE RECERCA I INNOVACIÓ CATALÀ

a) Objectius específics

Fomentar la innovació entre les empreses amb un especial èmfasi en els petits productors, desenvolupar nous productes i optimitzar els seus processos.

b) Activitats

- Acordar **objecte de difusió del mapeig i àrees a aprofundir**:
    - Àmbits i tipus d'empreses i entitats prioritàries:
        - Ecosistema recerca i innovació: entitats de recerca i innovació; incloent universitats, instituts de recerca i centres tecnològics
        - Empreses ecosistema digital: empreses agrotech, empreses amb solucions de base tecnològica especialitzades en l'àmbit alimentari, empreses amb solucions de base tecnològica especialitzada en tecnologies o àrees d'interès clau.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Tecnologies de major interès: IA, cadena de blocs, ciberseguretat, etc.
- Segments: Desenvolupament de nous productes, optimització de la producció, traçabilitat, clean label, proteïna alternativa (i més contingut en proteic en els productes).

- Recopilació línies de suport a la innovació i finançament a nivell local, nacional i europeu.
- Definició d'un grup de referència amb qui contrastar mapeig existents.
- Contrast amb el grup de referència d'una proposta llistat d'actors a tenir en compte.
- Elaboració d'una eina interactiva per a donar a conèixer empreses i actors identificats, junt amb línies de suport identificades. L'eina no ha de ser objecte en sí mateix, sinó instrument per a facilitar la difusió i arribada de la informació entre totes les empreses del sector. Inicialment centrada en activitat i principals tecnologies i, segons desenvolupament, a ampliar en llistar capacitats i competències més específiques tecnològicament.
- Difusió de l'eina en web i xarxes i en jornades dirigides al conjunt del sector.
- Actualització mensual de les empreses i actors identificats.
- En base a la comparativa de peticions del sector vs mapeig, identificar possibles escletxes de serveis /tecnologies, a cobrir a escala estatal / internacional o en estratègia d'atracció d'inversions.

c) Resultats

- Mapeig sistemàtic i actualitzat d'empreses i entitats d'interès per a la innovació al sector agroalimentari a Catalunya.
- Recull i sistematització de les línies de suport i finançament a la innovació d'interès per a les empreses del sector.
- Si s'escau, posada en marxa d'una eina digital útil per fer arribar aquesta informació a les empreses del territori.
- Implicació d'un grup de referència per validar el procés.
- Millor coneixement de les capacitats i mancances tecnològiques per orientar accions futures (serveis, col·laboracions o atracció d'inversió).

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte.
- Consultora especialitzada en treball amb les empreses i projectes de business Development.

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades en el desenvolupament de nous productes i, millora dels processos de producció.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

f) Pressupost

Cost estimat: 20.000€ - 10.000 €

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics locals i possibles suports de programes de promoció comercial.

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Equip tècnic del projecte amb capacitats en mapeig estratègic i anàlisi d'ecosistemes.
- Suport de persones expertes en innovació, tecnologies digitals i sector agroalimentari.
- Col·laboració amb entitats de recerca, universitats i centres tecnològics per validar la informació.
- Eines digitals per a l'elaboració i actualització del mapa interactiu (plataforma web, base de dades dinàmica).
- Suport comunicatiu per a la difusió a xarxes i en jornades sectorials.

i) Indicadors de seguiment

- Nombre d'empreses i entitats mapejades inicialment i en actualitzacions mensuals.
- Nombre d'usuaris únics i visites a l'eina interactiva.
- Nombre d'entitats del grup de referència involucrades en el contrast i validació.
- Nombre de línies de suport identificades i vinculades a l'eina.
- Nombre de jornades o canals utilitzats per a la difusió.
- Nivell de satisfacció i utilitat percebuda per les empreses (via enquesta breu).

j) Cronograma d'execució

Execució 2028					
6 – Mapeig i identificació actius i capacitats tecnològiques i línies de suport per al sector per a afavorir la interrelació amb l'ecosistema de recerca i innovació català	M1	M2	M3	M4	M5
Fase 1 – Coneixement de la situació actual del mercat					

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Fase 2 – Viatge de prospecció comercial					
Fase 3 - Tancament de projecte					

ACTUACIÓ 7– ACOMPANYAMENT ESTRATÈGIC A LA DIGITALITZACIÓ D'EMPRESES DE L'URGELL

a) Objectius específics

Posar a l'abast de les empreses agroalimentàries de l'Urgell el coneixement estratègic i pràctic en els àmbits vinculats a la digitalització.

b) Activitats

Fase 1 – Diagnosi individualitzada de maduresa digital.

Avaluació personalitzada del nivell de digitalització de cada empresa per identificar oportunitats de millora i orientar el contingut formatiu.

Fase 2 – Disseny i execució del programa de formació a mida: capacitació pràctica en digitalització a través de mòduls adaptats al nivell i reptes de cada empresa, agrupades per perfils similars

Fase 3 – Pla individual d'implementació i assessorament personalitzat: definició d'un pla d'acció digital per a cada empresa i acompanyament expert per activar les millores prioritzades.

c) Resultats

- Diagnosi digital individualitzada realitzada per a cada empresa participant.
- Disseny i execució d'un programa de formació adaptat als perfils i necessitats reals.
- Elaboració i activació d'un pla d'acció digital individual per a cada empresa.
- Enfortiment de les capacitats digitals del teixit empresarial agroalimentari de l'Urgell.
- Augment del coneixement aplicat en àrees digitals estratègiques per a la competitivitat.
- Activació de processos reals de millora digital a les empreses participants.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
- Equip de mentors/formadors especialitzats en digitalització

e) Identificació dels destinataris

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades en incorporar la digitalització en els seus processos.

f) Pressupost

Cost estimat: 10.000€ - 15.000€

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics locals i possibles suports de programes de promoció.

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Professionals especialitzats en diagnosi i transformació digital d'empreses.
- Plataforma digital per impartir formació híbrida i compartir recursos.
- Plantilles i eines per elaborar diagnosis i plans d'acció individualitzats.
- Servei de mentoria personalitzada per activar les millores identificades.

i) Indicadors de seguiment

- Nombre d'empreses diagnosticades en maduresa digital.
- Nombre d'empreses participants en el programa de formació.
- % d'empreses que completen el pla individual d'implementació.
- Nombre de plans d'acció digital elaborats i activats.
- Grau de satisfacció de les empreses participants (>80%).
- Nombre de sessions de formació i d'assessorament realitzades.
- Nivell de millora percebut per les empreses (autoavaluació a final de procés).

j) Cronograma d'execució:

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Execució 2027										
7. – Acompanyament Estratègic a la Digitalització d'Empreses de l'Urgell	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
Fase 1 – Diagnosi individualitzada de maduresa digital										
Fase 2 – Disseny i execució del programa de formació a mida: Capacitació pràctica en digitalització a través de mòduls adaptats al nivell i reptes de cada empresa, agrupades per perfils similars										
Fase 3 - Pla individual d'implementació i assessorament personalitzat: Definició d'un pla d'acció digital per a cada empresa i acompanyament expert per activar les millores prioritzades.										

ACTUACIÓ 8– OPTIMITZACIÓ I MILLORA DE LA SOSTENIBILITAT D'EMBALATGE

a) Objectius específics

Millorar la sostenibilitat del recipient utilitzat per les empreses de producte alimentari de l'Urgell.

b) Activitats

Aquesta actuació ha de servir per tal que les empreses puguin treballar les seves necessitats en la millora de la sostenibilitat dels envasos. L'execució d'aquesta es preveu en les següents fases:

FASE 1. Diagnòstic de necessitats: a través d'un grup de treball amb participació d'empreses de producte alimentari i indústria auxiliar relacionada amb el packaging es farà un diagnòstic per tal d'identificar els reptes concrets i problemàtiques que les empreses tenen en matèria de millora de la sostenibilitat de l'envàs. La fase de diagnòstic ha de servir per identificar els reptes concrets que les empreses es troben per treballar el repte de l'envàs sostenible, i també per conèixer com està evolucionant

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

aquest àmbit amb l'entrada en vigor de legislació restrictiva en matèria d'ús d'envasos de plàstic.

FASE 2. Col·laboració amb proveïdors: un cop identificats els reptes, l'objectiu és promoure la col·laboració entre les empreses de producte alimentari i els fabricants d'envasos per treballar aquest repte. Per aquest motiu, s'identificaran diversos proveïdors potencials de packaging i se'ls convidarà a participar en el grup de treball. La seva participació consistirà en presentar solucions que puguin donar resposta als reptes identificats i promoure dinàmiques de col·laboració en el desenvolupament de solucions adaptades a les necessitats individuals de cada empresa. Per a l'execució d'aquesta fase es pot comptar amb la col·laboració del Packaging Clúster de Catalunya.

FASE 3. Suport en el re-disseny d'envasos i adaptació de processos: en aquesta fase es donarà suport a les empreses per tal de dur a terme la recerca i desenvolupament necessaris de solucions d'envàs sostenible, dissenyar els nous envasos i incorporar-los en el procés de producció.

c) Resultats

- Identificació col·lectiva dels principals reptes de sostenibilitat en packaging dins les empreses del territori.
- Participació activa de proveïdors d'envasos en la recerca de solucions concretes.
- Generar noves col·laboracions entre empreses agroalimentàries i indústria auxiliar.
- Desenvolupament de prototips o propostes inicials d'envasos sostenibles adaptats.
- Primeres accions d'adaptació de processos per implementar els nous envasos.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
- Empresa de consultoria especialitzada

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades en millorar la sostenibilitat dels seus envasos.

f) Pressupost

Cost estimat: 20.000 €

g) Fonts de finançament previstes

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Fons públics locals i possibles suports de programes de promoció comercial i de l'Agència Catalana de Residus.

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Personal tècnic amb experiència en sostenibilitat i eco-disseny d'envasos.
- Suport d'entitats com el Packaging Clúster de Catalunya per dinamitzar grups de treball i connectar amb proveïdors.
- Experts en normativa sobre packaging i tendències de sostenibilitat.
- Proveïdors i fabricants d'envasos especialitzats en solucions sostenibles.
- Espais per al desenvolupament de sessions col·laboratives i prototipat

i) Indicadors de seguiment

- Nombre d'empreses participants en el grup de treball.
- Nombre de reptes identificats de manera compartida.
- Nombre de proveïdors implicats i solucions presentades.
- Nombre de col·laboracions iniciades entre empreses i proveïdors.
- Nombre d'envasos redissenyats o processos modificats.
- Grau de satisfacció de les empreses participants amb les solucions explorades.

j) Cronograma d'execució

Execució 2028										
8. – Optimització i millora de la sostenibilitat del packaging	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
Fase 1 – Diagnòstic de Necessitats	■	■	■	■						
Fase 2 Col·laboració amb proveïdors					■	■	■			
Fase 3 - Suport en el re-disseny d'envasos i adaptació de processos								■	■	■

ACTUACIÓ 9 – ESTUDI DE CAPTACIÓ I RETENCIÓ DE TALENT, A TRAVÉS DE L'ELABORACIÓ DE PLANS I MAPES FORMATIUS TERRITORIALS A MIDA DE LES NECESSITATS DE LES PERSONES I DE LES EMPRESES DEL TERRITORI.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

a) Objectius específics

Promoure la formació, la captació i la retenció de talent qualificat a la comarca de l'Urgell, afavorint l'ocupació de qualitat i connectant les competències de les persones amb les necessitats presents i futures del teixit socioeconòmic local, per garantir un desenvolupament personal, professional i territorial sostenible

b) Activitats

Fase 1 – Diagnosi de l'oferta i els recursos

Objectius:

1- Disposar d'un mapa de l'oferta formativa el territori objecte d'estudi

2.- Nombrar els recursos i infraestructures existents

- Recollida i sistematització de l'oferta formativa existent (formació reglada i no reglada, pública i privada). A tres nivells (Tàrrega, comarca, Eix N-II).
- Elaboració d'un **inventari d'equipaments, centres i recursos formatius de l'Urgell** de la comarca.
- Classificació per tipologia, abast territorial, nivells formatius i àmbits sectorials. (Reglada (CF) i no reglada (CP)).
- Elaboració d'un **inventari d'equipaments, centres i recursos formatius** de la comarca.
- Classificació per tipologia, abast territorial, nivells formatius i àmbits sectorials. (Reglada (CF) i no reglada (CP)).

Instruments:

- Fulls d'inventari i classificació de la formació existent.
- Entrevistes amb tècnics de formació.
- Consulta de bases de dades oficials (SOC, Educació, Consells Comarcals).

Fase 2. Detecció de necessitats i oportunitats

Objectius:

3.- Anomenar les necessitats de formació (itineraris) i qualificació professional a l'Urgell

4.- Fer un anàlisi dels actors i agents del territori

Activitats:

- Concreció del treball de pla estratègic del desenvolupament econòmic local i de l'ocupació Objectiu 2030.
- Delimitar els sectors claus (4 cadenes de valor) via CNAE.
- Realització d'enquestes i grups focals amb empreses i persones treballadores/formades.
- Anàlisi de desajusta

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- ments entre oferta i demanda de qualificacions (Sectors i ocupacions amb una oferta formativa sobredimensionada, Sectors i ocupacions amb una oferta formativa adequada, Sectors i ocupacions amb una oferta formativa infradimensionada).
- Mapeig dels actors clau del territori: agents econòmics, socials, formatius i institucionals.

Instruments:

- Enquestes digitals i presencials.
- Entrevistes en profunditat semiestructurades a empreses i entitats.
- Dinàmiques de grup (DAFO, mapeig d'actors, grups de discussió).
- Base de dades amb classificació de perfils i competències clau, dificultats.

Fase 3. Propostes i disseny estratègic

Objectius:

5.- Nomenar diferents propostes i accions de futur

6.- Dissenyar línies d'actuació

Activitats:

- Elaboració d'un mínim de 3 propostes de futur segons els eixos detectats (sectorials, per col·lectius, per competències).
- Disseny de línies d'actuació: formació a mida, orientació, aliances educació-empresa, innovació educativa.
- Identificació de bones pràctiques d'altres territoris similars.

Instruments:

- Taller participatiu amb agents del territori.
- Matriu d'objectius – accions –metodologia - recursos – terminis – pressupost…
- Informe estratègic resum (amb annexos per cada acció en concret).

Fase 4. Dinamització i activació

Objectiu:

7.- Fer propostes de dinamització

Activitats:

- Creació d'un grup motor comarcal de seguiment del projecte.
- Organització de jornades participatives, fòrums de talent o fires de formació i ocupació.
- Llançament de campanyes de comunicació i sensibilització sobre el talent local.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Instruments:

- Calendari d'activitats de dinamització.
- Guia de dinamització territorial.
- Xarxes socials, infografies, vídeos breus, etc.

c) Resultats

- Disposar d'una fotografia clara de l'oferta formativa i de la realitat laboral de l'Urgell mitjançant
- Detectar les ocupacions clau i les necessitats formatives de les empreses i sectors del territori
- Definir itineraris formatius adaptats al territori i accions pilot per testar noves fórmules formatives
- Crear un espai de col·laboració estable entre agents públics i privats per treballar el talent local
- Dissenyar un full de ruta operatiu per a la captació i retenció de talent

d) Identificació dels actors responsables

Format per professionals i tècnics de les entitats impulsores i agents col·laboradors, amb una funció operativa i estratègica de coordinació, validació tècnica i impuls participatiu.

Components:

- Ajuntament de Tàrrega – Àrea de Promoció Econòmica i Treball
- Consell Comarcal de l'Urgell – Àrea de Desenvolupament Local i Ocupació
- Serveis Educatius de l'Urgell i/o Pla Educatiu d'Entorn de Tàrrega, Bellpuig i Agramunt.

e) Identificació dels destinataris

Actualment existeix un desajust entre l'oferta formativa existent i les necessitats reals del teixit productiu, especialment en sectors com:

- Agroalimentari i indústria transformadora
- Turisme i serveis vinculats
- Construcció i manteniment
- Economia verda i digitalització

f) Pressupost

27.225 €

g) Fonts de finançament previstes

Subvenció SOC i recursos propis depenent dels imports atorgats.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- AODL Tècnic Ocupacional - Concertació i AODL Foment del teixit empresarial de Tàrrega i la seva àrea d'influència
- Pla Educatiu d'Entorn (PEE) de Tàrrega, Bellpuig i Agramunt, coliderat pel Departament d'Educació i l'Ajuntament de Tàrrega
- Tècnics de les àrees de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Tàrrega i del Consell Comarcal de l'Urgell
- En l'àmbit de l'ocupació, és clau la tasca de la Xarxa per a l'Ocupació de l'Urgell (XOU)

i) Indicadors de seguiment

- 1 mapa complet de l'oferta formativa del territori
- Inventari d'infraestructures i recursos formatius actualitzat
- Base de dades sistematitzada per tipologia de formació i territori
- Nre. d'agents consultats en la fase inicial (mínim 15)
- Informe de necessitats i oportunitats formatives per sectors i perfils
- Classificació per subsectors de l'oferta formativa: sobredimensionada, adequada, infradimensionada
- Mapa d'actors clau amb anàlisi de rols i funcions
- Nre. d'entrevistes i grups de treball realitzats (mínim 8-10 entrevistes i 3 grups sectorials)
- 1 catàleg de propostes d'itineraris formatius i accions pilot
- 3 fitxes de plans d'acció per a la captació i retenció de talent
- Informe estratègic de síntesi amb línies prioritzades
- Nre. de propostes validades pel grup impulsor (mínim 6 propostes consensuades)
- Creació i activació del grup motor comarcal de seguiment
- Nre. de reunions de seguiment realitzades (mínim 3)
- 2 jornades participatives o fòrums sectorials
- Elaboració de la Guia de dinamització i pla de comunicació
- Presentació pública de resultats (mínim 1 acte comarcal)
- Lliurament dels productes finals: mapa formatiu, diagnosi estratègica, catàleg d'itineraris i accions, plans d'acció
- Informe d'avaluació amb indicadors de procés i resultat
- Valoració de satisfacció per part dels participants (mínim 80% valoració positiva)
- Nre. total d'agents participants en el projecte (mínim 30)
- Representativitat territorial (mínim 10 municipis)
- Diversitat sectorial (mínim 4 sectors representats)
- Grau de satisfacció dels participants (≥ 8/10)
- % d'actors que manifesten voluntat de continuar participant en accions derivades (mínim 70%)

j) Cronograma d'execució

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Execució 2026										
9.- Estudi de captació i retenció de talent a través de l'elaboració de plans i mapes formatius territorials a mida de les necessitats de les persones del territori.	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
Fase 1 – Diagnosi de l'oferta i els recursos										
Fase 2 Detecció de necessitats i oportunitats										
Fase 3 - Propostes i disseny estratègic										
Fase 4 - Dinamització i activació										

ACTUACIÓ 10– DESENVOLUPAMENT DE FORMACIÓ A MIDA PER A PERFILS OPERATIUS I DE MAGATZEM A L'URGELL

a) Objectius específics

Donar a conèixer en l'entorn comarcal a través d'accions *àdhuc* les oportunitats laborals de les empreses de la cadena de valor de l'alimentació poden oferir.

b) Activitats

Fase 1 – Disseny i validació col·laborativa del pla d'accions

- Creació d'un grup de treball amb empreses agroalimentàries i agents educatius i ocupacionals del territori per definir les accions concretes més útils i viables.
- Priorització de perfils clau a treballar (ex. responsables de magatzem, operaris industrials, altres) i definició dels missatges clau per trencar tòpics i visibilitzar les oportunitats laborals.
- Codisseny d'un pla d'accions anual adaptat a públics objectiu (estudiants d'ESO, FP, persones en recerca d'ocupació...) i consens sobre rols i responsabilitats

Fase 2 – Execució d'accions d'orientació i visibilització en col·laboració amb les empreses

Exemple d'algunes de les accions a executar en el marc del projecte,

- Visites guiades a fàbriques i centres de producció amb explicació de perfils i

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

processos productius.

- Organització de fires d'ocupació comarcals o jornades sectorials, amb estands i dinàmiques participatives per part de les empreses.
- Reptes reals d'empresa a les escoles o centres formatius, treballats com a projectes en assignatures o activitats de tutoria.
- Testimonis de treballadors locals en espais formatius o vídeos de curta durada per compartir a centres i xarxes.
- Accions de "porta oberta" sectorial per apropar famílies i públic general a la realitat de les empreses.
- Participació de les empreses en accions d'orientació a l'aula (ex. speed networking, tallers de simulació de selecció, etc.).

c) Resultats esperats

- Disseny col·laboratiu d'un calendari anual d'accions d'orientació sectorial.
- Participació activa d'empreses de la cadena de valor en activitats a centres i jornades.
- Increment del coneixement real del sector entre joves, famílies i persones en recerca de feina.
- Generació d'un relat positiu i realista sobre les oportunitats laborals a l'Urgell.
- Millor alineament entre els perfils demandats i l'interès del talent local.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
- Centres i escoles de formació de la comarca

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades en la captació i retenció de talent a llarg termini

f) Pressupost

5.000 € d'organització més despeses variables depenent de les despeses directes de les diferents actuacions a executar

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics locals i possibles suports de programes d'ocupació i captació de talent

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Equip tècnic de coordinació i dinamització de pla d'accions.
- Representants d'empreses agroalimentàries per acollir visites, participar en jornades i definir reptes.
- Centres educatius i agents d'ocupació (Instituts, Ajuntaments, Consell Comarcal, SOC).
- Suport logístic i espais per a fires, tallers i jornades participatives.
- Materials audiovisuals per mostrar testimonis o processos productius.

i) Indicadors de seguiment

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Nombre d'accions organitzades (visites, jornades, tallers, reptes...).
- Nombre de centres educatius i agents implicats.
- Nombre d'empreses participants en el projecte.
- Nombre de persones assistents (alumnes, demandants d'ocupació...).
- Grau de satisfacció dels participants (enquestes breus post-activitat).
- Nombre de reptes/resolucions treballats en entorns educatius.

j) Cronograma d'execució

Execució 2026										
10.- Desenvolupament de formació a mida per a perfils operatius i de magatzem a l'Urgell	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
Fase 1 – Disseny i validació col·laborativa del pla d'accions										
Fase 2 – Execució d'accions d'orientació i visibilització en col·laboració amb les empreses										
Fase 3 - Planificació de les accions de generació, captació i retenció de talent										

ACTUACIÓ 11– VISIBILITAT DE L'OFERTA LABORAL DE LES EMPRESES DEL SECTOR DE L'ALIMENTACIÓ A LA COMARCA (VISITES INSTAL·LACIONS, VINCULACIÓ AMB ESCOLES O CENTRES DE FORMACIÓ PROPERS)

a) Objectius específics

Donar a conèixer en l'entorn comarcal a tracés d'accions àdhuc les oportunitats laborals de les empreses de la cadena de valor de l'alimentació poden oferir.

b) Activitats

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Fase 1 – Disseny i validació col·laborativa del pla d'accions

- Creació d'un grup de treball amb empreses agroalimentàries i agents educatius i ocupacionals del territori per definir les accions concretes més útils i viables.
- Priorització de perfils clau a treballar (ex. responsables de magatzem, operaris industrials, altres) i definició dels missatges clau per trencar tòpics i visibilitzar les oportunitats laborals.
- Codisseny d'un pla d'accions anual adaptat a públics objectiu (estudiants d'ESO, FP, persones en recerca d'ocupació...) i consens sobre rols i responsabilitats

Fase 2 – Execució d'accions d'orientació i visibilització en col·laboració amb les empreses

- Visites guiades a fàbriques i centres de producció amb explicació de perfils i processos productius.
- Organització de fires d'ocupació comarcals o jornades sectorials, amb estands i dinàmiques participatives per part de les empreses.
- Reptes reals d'empresa a les escoles o centres formatius, treballats com a projectes en assignatures o activitats de tutoria.
- Testimonis de treballadors locals en espais formatius o vídeos de curta durada per compartir a centres i xarxes.
- Accions de "porta oberta" sectorial per apropar famílies i públic general a la realitat de les empreses.
- Participació de les empreses en accions d'orientació a l'aula (ex. Speed, networking, tallers de simulació de selecció, etc.)

c) Resultats esperats

- Disseny col·laboratiu d'un calendari anual d'accions d'orientació sectorial.
- Participació activa d'empreses de la cadena de valor en activitats a centres i jornades.
- Increment del coneixement real del sector entre joves, famílies i persones en recerca de feina.
- Generació d'un relat positiu i realista sobre les oportunitats laborals a l'Urgell.
- Millor alineament entre els perfils demandats i l'interès del talent local.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
- Centres i escoles de formació de la comarca

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades en la captació i retenció de talent a llarg termini

f) Pressupost

5.000 € d'organització més despeses variables depenent de les despeses directes de les diferents actuacions a executar

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics locals i possibles suports de programes d'ocupació i captació de talent

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

• Equip tècnic de coordinació i dinamització del pla d'accions.
• Representants d'empreses agroalimentàries per acollir visites, participar en jornades i definir reptes.
• Centres educatius i agents d'ocupació (instituts, Ajuntaments, Consell Comarcal, SOC).
• Suport logístic i espais per a fires, tallers i jornades participatives.
• Materials audiovisuals per mostrar testimonis o processos productius.

i) Indicadors de seguiment
• Nombre d'accions organitzades (visites, jornades, tallers, reptes...).
• Nombre de centres educatius i agents implicats.
• Nombre d'empreses participants en el projecte.
• Nombre de persones assistents (alumnes, demandants d'ocupació...).
• Grau de satisfacció dels participants (enquestes breus post-activitat).
• Nombre de reptes/resolucions treballats en entorns educatius.

j) Cronograma d'execució

Execució 2026												
11.- Visibilitat de l'oferta laboral de les empreses del sector de l'oalimentació a la comarca (visites instal·lacions, vinculació amb escoles o centres de formació propers	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Fase 1 – Disseny i validació col·laborativa del pla d'accions												
Fase 2 – Execució d'accions d'orientació i visibilització en col·laboració amb les empreses												

ACTUACIÓ 12– ITINERARI DE VISITES CREUADES PER IMPULSAR LA INNOVACIÓ I LA COL·LABORACIÓ ENTRE EMPRESES AGROALIMENTÀRIES DE L'URGELL

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

a) Objectius específics

Fomentar un espai de confiança i intercanvi continu entre empreses elaboradores del sector agroalimentari de l'Urgell per compartir coneixement, inspirar noves solucions i detectar oportunitats de col·laboració en àmbits clau com la formació, la industrialització, la sostenibilitat i la digitalització.

b) Activitats

FASE 1 – Posada en marxa i definició del grup de treball

L'objectiu d'aquesta primera fase serà crear un grup estable de participants amb normes clares i una metodologia compartida de les sessions a realitzar .

- Identificació de les empreses participants, procurant diversitat de mida, subsector i nivell de maduresa.
- Definició de compromisos bàsics per la participació (assistència mínima a les sessions, confidencialitat sobre processos interns i dades compartides, voluntat de compartir i aprendre mútuament...)
- Realització d'un grup de treball on es debatran i concretaran:
    - Els objectius i estructura del projecte.
    - Àmbits prioritaris d'interès (ex. digitalització, eficiència energètica, formats de producte, logística, etc.).
    - Es compartiran bones pràctiques de projectes similars
    - Es calendaritzaran les visites i se'n definirà el format, a priori:
        - Una visita cada tres o quatre setmanes (freqüència mensual o bimensual).
        - Durada: 2 hores per visita.
        - Contingut: Empresa amfitriona que obre les portes, presenta un repte o projecte, i lidera la sessió.
        - Agenda estructurada al voltant de 2–3 temes predefinits, per exemple: Estratègies d'industrialització en processos artesans. Formació interna i captació de talent. Packaging sostenible i normatives. Gestió de mermes o logística de producte fresc. Bones pràctiques de digitalització a escala petita.

FASE 2: Execució de les visites calendaritzades

L'objectiu d'aquesta segona fase serà executar el calendari de visites previst. Tipologies de visites:

- Empreses referents de la comarca (ex. Imago, Pomona Fruits, Torrons Vicens...).
- Petites empreses sofisticades o amb solucions diferencials (ex. Ca'l Senzill, Fundació Alba...).
- Empreses de nova creació o joves (Tal Kual o Europistaccios).
- Startups o serveis auxiliars innovadors: logística, processos, sostenibilitat, etc.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

FASE 3 – Avaluació col·lectiva i accions derivades

L'objectiu de la fase final d'avaluació serà recollir aprenentatges i promoure accions conjuntes a partir del recorregut fet.

Es realitzarà una sessió final de posada en comú dels aprenentatges on es posarà èmfasi en la detecció de reptes compartits per treballar conjuntament així com en la detecció d'oportunitats de col·laboració entre empreses.

c) Resultats esperats

- Constitució d'un grup estable i compromès d'empreses agroalimentàries de l'Urgell.
- Execució efectiva d'un calendari de visites interempresarials amb temàtiques rellevants.
- Intercanvi de bones pràctiques i experiències entre empreses amb perfils diversos.
- Identificació col·lectiva de reptes compartits i oportunitats de col·laboració.
- Posada en marxa de possibles iniciatives conjuntes derivades del grup de treball.
- Enfortiment de la cohesió empresarial i del teixit de col·laboració al territori.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
- Empresa de especialitzada en formació

e) Identificació dels destinataris

Empreses Agroalimentàries de l'Urgell interessades en millorar la relació i vinculació amb les altres empreses de la cadena de valor.

f) Pressupost

La coordinació i el lideratge de l'acció serà duta a terme per l'Administració Pública amb el pressupost de 5.000€.

g) Fonts de finançament previstes

Fons públics locals i possibles suports de programes d'ocupació i captació de talent.

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Equip tècnic dinamitzador del projecte (coordinació, seguiment i facilitació de les sessions).
- Participació activa de les empreses agroalimentàries del territori.
- Espais per realitzar les visites i sessions presencials (a les empreses participants).
- Eines de suport a la gestió i seguiment (formularis d'avaluació, documents compartits, agenda col·laborativa).

i) Indicadors de seguiment

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Nombre d'empreses participants al grup.
- Nombre total de visites realitzades i taxa d'assistència mitjana.
- Grau de diversitat dels perfils empresarials (mida, subsector, maduresa).
- Nombre de bones pràctiques compartides.
- Nombre de reptes compartits identificats.
- Nombre de possibles accions o col·laboracions futures derivades.
- Nivell de satisfacció de les empreses participants amb el procés.

j) Cronograma d'execució

Execució 2026										
12– Itinerari de visites creuades per impulsar la innovació i la col·laboració entre empreses agroalimentàries de l'Urgell	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M7	M 8	M9	M10
FASE 1 – Posada en marxa i definició del grup de treball	■	■	■	■						
FASE 2: Execució de les visites calendaritzades					■	■	■	■		
FASE 3 – Avaluació col·lectiva i accions derivades									■	■

ACTUACIÓ 13– ACCIÓ DE MÀRKETING TERRITORIAL PER LA CAPTACIÓ DE PERFILS PROFESSIONALS PER ESTRATÈGIES DE FUTUR

a) Objectius específics

Millorar al col·laboració entre els agents de la cadena de valor turística de la zona i les empreses elaboradores de producte alimentari per incrementar-ne el consum.

b) Activitats

Fase 1 – Mapeig i anàlisi dels actors turístics del territori.

- Identificació dels actors clau de la cadena de valor turística de l'Urgell i comarques veïnes (restaurants, hotels, allotjaments rurals, empreses d'activitats, oficines de turisme, agències receptives, etc.).
- Classificació dels actors segons el seu potencial d'impacte i grau de connexió actual amb producte alimentari local.

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

- Entrevistes breus per detectar percepcions, barreres i predisposició a treballar amb productes locals.

Fase 2 – Diagnosis de presència del producte local en l'oferta turística

- Visites o recerca documental sobre cartes de restaurants, botigues gourmet, racons d'interès o establiments amb consum alimentari.
- Anàlisi de quins productes de l'Urgell estan presents i com es posicionen (preu, descripció, origen destacat o no, etc.).
- Identificació de bones pràctiques en promoció conjunta de gastronomia i turisme dins el territori i en comarques similars.

Fase 3 – Generació d'espais de trobada i cocreació

- Organització de 1 o 2 sessions de connexió entre empreses agroalimentàries i agents turístics, amb dinàmiques de networking i cocreació.
- Presentació de casos inspiradors d'altres territoris (ex. rutes gastronòmiques, experiències turístiques amb producte local, etc.).
- Identificació de propostes col·laboratives viables per incrementar la presència del producte alimentari de l'Urgell a l'oferta turística.

Fase 4 – Prototipatge d'una o dues accions col·laboratives pilot

- Disseny conjunt d'una o dues actuacions (ex. ruta de tastos, paquet turístic amb visita a elaboradors, creació de lots de benvinguda amb producte local als allotjaments, etc.).
- Acompanyament en la posada en marxa inicial d'aquestes actuacions per part del grup promotor.

c) Resultats

- Mapa compartit d'actors turístics rellevants de l'Urgell i comarques veïnes.
- Diagnosi clara sobre la presència del producte de l'Urgell a l'oferta turística actual.
- Connexió efectiva entre empreses agroalimentàries i agents turístics a través de sessions participatives.
- Disseny col·laboratiu d'una o dues accions concretes per incrementar la presència del producte local.
- Execució inicial d'alguna actuació pilot (ruta, paquet turístic, col·laboració amb allotjaments, etc.).
- Millora de la percepció mútua i obertura a col·laboracions a mitjà termini.

d) Identificació dels actors responsables

- Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte.
- Empresa de especialitzada en campanyes de màrketing.

e) Identificació dels destinataris

Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades a connectar-se amb la cadena de valor del turisme.

f) Pressupost

S'estima entre 20.000€.

g) Fonts de finançament previstes

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Fons públics locals i possibles suports desenvolupament econòmic local amb els suport de les entitats públiques participants en el projecte.

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis

- Equip tècnic de dinamització del projecte (identificació d'actors, organització de trobades, seguiment d'accions).
- Experts en turisme i gastronomia per al disseny d'experiències i accions conjuntes.
- Suport logístic per a les sessions de co-creació (espais, materials, comunicació).
- Plataforma col·laborativa (Miro, formularis compartits o CRM bàsic) per gestionar informació dels actors i resultats de sessions.

i) Indicadors de seguiment

- Nombre d'actors turístics identificats i contactats.
- Nombre de productes o marques de l'Urgell detectats en l'oferta turística.
- Nombre d'empreses agroalimentàries i agents turístics que participen en les sessions.
- Nombre d'idees col·laboratives recollides durant les sessions.
- Nombre d'accions pilot co-creades i llançades.
- Grau de satisfacció dels participants amb el procés de col·laboració (enquesta final).

j) Cronograma d'execució

Execució 2027										
13– Acció de màrketing territorial per la captació de perfils professionals per estratègies de futur.	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
Fase 1 – Disseny estratègic i conceptualització de la campanya										
Fase 2 – Producció de continguts i materials de comunicació										
Fase 3 – Execució de la campanya de màrqueting										
Fase 4 – Avaluació i continuïtat										

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

ACTUACIÓ 14– PROJECTE INTEGRAL DE VINCULACIÓ DE LA CV ALIMENTARIA AMB LA CV TURÍSTICA

a) Objectius específics:
Millorar al col·laboració entre els agents de la cadena de valor turística de la zona (ampliada) i les empreses elaboradores de producte alimentari per incrementar-ne el consum.

b) Activitats:
Fase 1 – Mapeig i anàlisi dels actors turístics del territori ampliat
Identificació dels actors clau de la cadena de valor turística de l'Urgell i comarques veïnes (restaurants, hotels, allotjaments rurals, empreses d'activitats, oficines de turisme, agències receptives, etc.).
Classificació dels actors segons el seu potencial d'impacte i grau de connexió actual amb producte alimentari local.
Entrevistes breus per detectar percepcions, barreres i predisposició a treballar amb productes locals.

Fase 2 – Diagnosi de presència del producte local en l'oferta turística
Visites o recerca documental sobre cartes de restaurants, botigues gourmet, racons d'interès o establiments amb consum alimentari.
Anàlisi de quins productes de l'Urgell estan presents i com es posicionen (preu, descripció, origen destacat o no, etc.).
Identificació de bones pràctiques en promoció conjunta de gastronomia i turisme dins el territori i en comarques similars.

Fase 3 – Generació d'espais de trobada i cocreació
Organització de 1 o 2 sessions de connexió entre empreses agroalimentàries i agents turístics, amb dinàmiques de networking i cocreació.
Presentació de casos inspiradors d'altres territoris (ex. rutes gastronòmiques, experiències turístiques amb producte local, etc.).
Identificació de propostes col·laboratives viables per incrementar la presència del producte alimentari de l'Urgell a l'oferta turística.
Fase 4 – Prototipatge d'una o dues accions col·laboratives pilot
Disseny conjunt d'una o dues actuacions (ex. ruta de tastos, paquet turístic amb visita a elaboradors, creació de lots de benvinguda amb producte local als allotjaments, etc.).
Acompanyament en la posada en marxa inicial d'aquestes actuacions per part del grup promotor.

c) Resultats:
Mapa compartit d'actors turístics rellevants de l'Urgell i comarques veïnes.
Diagnosi clara sobre la presència del producte de l'Urgell a l'oferta turística actual.
Connexió efectiva entre empreses agroalimentàries i agents turístics a través de sessions participatives.

d) Disseny col·laboratiu d'una o dues accions concretes per incrementar la presència del producte local.
Execució inicial d'alguna actuació pilot (ruta, paquet turístic, col·laboració amb allotjaments, etc.).

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Millora de la percepció mútua i obertura a col·laboracions a mitjà termini.
Identificació dels actors responsables
Coordinació per part de les entitats públiques participants en el projecte
Empresa de especialitzada en campanyes de màrketing (idealment territorials)

e) Identificació dels destinataris:
Empreses agroalimentàries de l'Urgell interessades a connectar-se amb la cadena de valor del turisme

f) Pressupost:
S'estima entre 20.000€
Fonts de finançament previstes

g) Fons públics locals i possibles suports desenvolupament econòmic local amb els suport de les entitats públiques participants en el projecte

h) Recursos humans, tecnològics i de serveis:
Equip tècnic de dinamització del projecte (identificació d'actors, organització de trobades, seguiment d'accions).
Experts en turisme i gastronomia per al disseny d'experiències i accions conjuntes.
Suport logístic per a les sessions de cocreació (espais, materials, comunicació).
Plataforma col·laborativa (Miro, formularis compartits o CRM bàsic) per gestionar informació dels actors i resultats de sessions.

i) Indicadors de seguiment
Nre. d'actors turístics identificats i contactats.
Nre. de productes o marques de l'Urgell detectats en l'oferta turística.
Nre. d'empreses agroalimentàries i agents turístics que participen en les sessions.
Nre. d'idees col·laboratives recollides durant les sessions.
Nre. d'accions pilot cocreades i llançades.
Grau de satisfacció dels participants amb el procés de col·laboració (enquesta final).

j) Cronograma d'execució

Execució 2026										
14– Projecte integral de vinculació de la CV Alimentaria amb la CV Turística	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
Fase 1 – Mapeig i anàlisi dels actors turístics del territori ampliat	■	■								
Fase 2 – Diagnosis de presència del producte local en l'oferta turística		■	■							
Fase 3 – Generació d'espais de trobada i cocreació			■	■	■	■				

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Fase 4 – Prototipatge d'una o dues accions col·laboratives pilot										

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica

Calendarització:

Nom Actuació	2026	2027	2028	2029
1.Programa de formació avançada en branding, màrqueting digital i vendes per a empreses alimentàries de l'Urgell				
2.Assessorament individualitzat en la implementació d'eines de màrketing digital				
3. Estudi de mercat i increment de la penetració en el canal foodservice organitzat a Catalunya				
4.Obertura del mercat del sud d'Espanya				
5.Business Development del mercat del Sud de França				
6.Mapeig i identificació actius i capacitats tecnològiques i línies de suport per al sector per a afavorir la interrelació amb l'ecosistema de recerca i innovació català				
7.Acompanyament Estratègic a la Digitalització d'Empreses de l'Urgell				
8.Optimització i millora de la sostenibilitat del packaging				
9. Elaboració de plans i mapes formatius territorials a mida de les necessitats de les persones i de les empreses del territori.				
10.Desenvolupament de formació a mida per a perfils operatius i de magatzem a l'Urgell				
11.Visibilitat de la oferta laboral de les empreses del sector de l'alimentació a la comarca (visites instal·lacions, vinculació amb escoles o centres de formació propers)				
12.Itinerari de visites creuades per impulsar la innovació i la col·laboració entre empreses agroalimentàries de l'Urgell				
13.Acció de màrketing territorial per la captació de perfils professionals per estratègies de futur				
14.Projecte integral de vinculació de la CV Alimentaria amb la CV Turística				

Aquest projecte està subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport i acompanyament a la planificació estratègica