

PRESENTACIÓ:

Estudi dels resultats i impacte del Pla estratègic MIDIT2020 (Primera part)

Dilluns, 11 de juny de 2018

INDEX

- **Primera part:**
 - Mètode d'anàlisi
 - Resultats de les entrevistes
 - Resultats de la primera sessió de treball
 - **Segona part:**
 - Resultats de les enquestes a les empreses (*tancada la primera fase*)
 - Resultats de les enquestes a la població (*en procés, pendent de tancar*)
 - Conclusions finals
 - **Tercera part:**
 - Resultats de la tercera sessió
 - Recomanacions i estratègies de futur
-

MÈTODE D'ANÀLISI

Aquesta estudi vol fomentar la transparència com a valor clau per assolir un increment de la confiança del teixit econòmic i social en la seva capacitat per reactivar l'activitat empresarial i promoure el desenvolupament social de forma sostenible i equilibrada.

Precisament, la transparència, la proximitat, l'actualització i l'empoderament dels actors econòmics i socials també són els valors presents en l'estratègia d'anàlisi dels resultats i impacte del pla estratègic de la MIDIT, així com de construcció d'un nou Pla pels següents anys. Per aquesta motiu, a través del *Work in Progress*, que consisteix en anar compartint els resultats de cada una de les activitats a mida que es van assolint i animar a tots els agents econòmics i socials a participar en aquestes activitats, s'aniran publicant i actualitzant els resultats a mida que es vagi avançant.

El mètode d'anàlisi que s'utilitzarà per obtenir les conclusions finals és el sistema de Triangulació que contempla les 3 activitats, algunes finalitzades i altres en procés i que finalitzaran el novembre de 2018.

ACTIVITAT	Mostra
Entrevistes en profunditat	15
Grups focals	3
Enquestes: Empreses	14
Població	67

RESULTATS ENTREVISTES

Dilluns, 11 de juny de 2018

Sobre el tipus i nivell de participació en el Pla estratègic dels diferents agents

- **En general, hi ha un desconeixement sobre el contingut del Pla estratègic**, sobretot en la concreció dels objectius i indicadors de resultat concrets.
- **En general, la participació dels diferents agents ha estat irregular en el temps**, en funció del moment d'incorporació i també de la disponibilitat de cada persona. Per tant, l'equip motor que va iniciar el procés no s'ha mantingut fins l'actualitat amb el mateix dinamisme i activitat inicial i en general, totes les persones implicades no han treballat amb regularitat esperada.
- **En general, no es té una opinió clara i concreta sobre la idoneïtat de l'estructura però d'entrada es considera idònia**. No obstant, el fet que les funcions de coordinació i execució recaiguin sobre la mateixa persona, en aquest cas la coordinadora tècnica, fa que es perdi, per exemple, la funció de representació que permetria un contacte directe, personal i més regular amb els diferents agents del territori.

Sobre el tipus i nivell de participació en el Pla estratègic dels diferents agents

- **A nivell de recursos, s'ha comptat amb dos persones que han estat la coordinadora, (representant i tècnica a la vegada), i una altra persona que és l'Agent d'Ocupació i Desenvolupament Local.** En general, es considera que la feina que ha fet l'equip tècnic és molt professional, amb implicació i molta dedicació.
- **La participació també ha estat diferent entre els municipis i entre les diferents àrees d'un mateix consistori.** L'Ajuntament de Vandellòs-Hospitalet de l'Infant ha liderat el pla estratègic i els municipis de Pratdip i Tivissa han tingut un rol de "seguidors". Els regidors dels pobles d'interior no tenen tècnics dedicats al PE i per aquest motiu consideren que disposen de menys temps per dedicar-li.
- **Es coincideix en gran majoria que els principals obstacles** que han condicionat el tipus i el nivell de participació ha estat el nivell d'interès i implicació dels propis tècnics/ques i regidors/es de les diferents àrees, principalment, perquè no tothom té la mateixa opinió sobre les funcions i utilitat de la MIDIT. Algunes persones la veuen com un satèl·lit i no com una estructura necessària. I qui veu clar la seva utilitat, no veu tan clar la seva materialització.

Sobre el tipus i nivell de participació en el Pla estratègic dels diferents agents

- **Algunes persones apunten una mancança de visió estratègica del territori per part del sector públic**, sobretot perquè tothom té clar que la CN desapareixerà però no es trasllada amb una preocupació imminent que faci cercar alternatives a curt i mig termini. Algunes persones fins i tot pensen que l'Hospitalet de l'Infant es convertirà en una ciutat dormitori perquè no hi ha possible relleu de teixit empresarial o que l'alineació costa-muntanya no té sentit per poder garantir el desenvolupament econòmic o que els pobles d'interior també desapareixeran.
- **També s'ha posat de manifest les dificultats de coordinació i comunicació entre l'equip tècnic de la MIDIT i la resta d'àrees dels consistoris.** Es considera que l'equip de la MIDIT ha treballat amb molta/massa autonomia i s'ha trobat a faltar que impliqués a la resta dels equips en el disseny o en el plantejament de les accions. Tanmateix, **la resta dels equips no ha reclamat el nivell de participació que podrien haver tingut.**
- **S'ha trobat a faltar la participació més activa i regular de les empreses**, tot i que es considera des del sector públic que hi ha hagut un esforç per adaptar horaris, etc (després es parlarà de la cooperació). Principalment, els motius que troben algunes persones per considerar la dificultat que les empreses participin més en projectes comuns i treballin en xarxa és la manca de resultats a curt termini de la cooperació per part de les empreses.

RESULTATS. Entrevistes

Això no funciona! S'hauria de canviar o millorar

- **El tracte institucional igual per tothom**, sense tenir en compte les diferents necessitats dels municipis, principalment, els d'interior.
- **La manca d'ajudes a la consolidació i creixement** de les empreses existents que provoca que les empreses no tinguin ni el suport ni les competències per saltar de nivell i professionalitzar-se
- **S'ha perdut una generació d'empresaris/es** perquè tothom volia anar a treballar a la CN o a l'Ajuntament.
- Es prioritza la comunicació via *mail* i **s'hauria de potenciar el contacte directe** amb les persones del territori (principalment, empreses).
- **La limitació dels canals de distribució** de les empreses no ajuda a guanyar massa crítica perquè creixin.
- **La mida reduïda de les empreses** i la manca d'eines perquè creixin (personals i de possibles recursos d'acompanyament).

Això funciona! s'hauria de mantenir o potenciar

- La situació òptima de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant a nivell de **comunicacions** (autopista, tren, etc.)
- **El suport per part del sector públic a les persones emprenedores** per a la creació d'empreses.
- L'existència i el **dinamisme del polígon**.
- Una **nova generació de joves emprenedors/es** que contemplen altres alternatives a treballar a la CN i als ajuntaments i que alguns/es estan creant petits negocis. **Tot i que als pobles d'interior consideren que la cultura emprenedora és molt menor** i alguns parlen de joves de cultura de la subsistència i els que tenen formació marxen fora del poble a treballar.

RESULTATS. Entrevistes

Això no funciona! S'hauria de canviar o millorar

- **La cultura empresarial** del teixit limita el seu creixement.
- **El poc compromís actual per part de la CN** per potenciar els negocis de proximitat (a diferència de la Central Vandellòs I que va cooperar amb els industrials més petits).
- **L'existència de certs "amiguismes"** a l'hora de contractar serveis que no beneficia les empreses locals.
- Cal que els **representants polítics tinguin un contacte més directe i més personal** amb les empreses.
- **A l'interior el dinamisme de l'emprenedoria és molt menor** i no garanteix el relleu generacional ni la diversificació econòmica.
- **Hi ha molta dificultat de retenir talent** als diferents municipis.
- **Es considera que el món no coneix aquest territori i que coneixen més Vandellòs** per la CN amb les connotacions negatives que comporta.

Això funciona! S'hauria de mantenir o potenciar

- Una part d'empreses ja **no pensen amb la CN o els Ajuntaments com a únics clients.**
- **Les activitats que han funcionat amb resultats concrets de la MIDIT (per exemple, la CAE).**
- **Tot el patrimoni cultural, geogràfic, gastronòmic, etc.**
- **Situació privilegiada del territori** amb muntanya i platja.
- **Els canvis dels hàbits de consum premien l'excel·lència** del producte i serveis són una oportunitat per l'estratègia de diferenciació de la micro i petita empresa del territori.

RESULTATS. Entrevistes

Això no funciona! S'hauria de canviar o millorar

- **Tenim una realitat distorsionada per les subvencions i un excés de paternalisme per part de les institucions públiques tan de la ciutadania com de les empreses.** La ciutadania no és conscient ni valora tot el que el sector públic li paga.
- **A l'interior (Tivissa) troben a faltar l'existència del sector secundari** (manufacturera industrial).
- La MIDIT de vegades agafa estratègies d'altres països que no casen amb la realitat del territori.
- Els pobles d'interior no es creu el valor que aporta pels turistes de la resta de món. Per exemple, Tivissa ha començat a fer visites guiades tot i tenir molta tradició de producció de vi.
- Consideren que Tivissa i Pratedip han viscut tota la vida d'esqueses al mar i això implica un esforç major per la MIDIT que ha de portar el timó.

Això funciona! s'hauria de mantenir o potenciar

- Idetsa ha tingut el PE de la MIDIT com full de ruta.
- L'oportunitat de tenir un projecte relacionat amb la salut al territori.

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

- En general, existeix la **dificultat generalitzada d'aportar indicadors de resultats quantitatius i d'impacte** de les activitats realitzades en els diferents eixos estratègics. Les opinions i reflexions, en general han estat molt perceptives.
- **S'han aportat opinions subjectives d'activitats puntuals** de tots els eixos però en cap cas s'han acompanyat de dades o informació quantitativa.
- **En general, els diferents consistoris no avaluen l'impacte** de les diferents accions i polítiques, ex-ante, in-itineri i ex-post, per tant, tampoc estava contemplat amb el PE de la MIDIT tot i que es va fer una avaluació al 2014.

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

Eix: Diversificació energètica

- Es reconeix l'abandonament de l'eix estratègic per canvis legislatius i canvis en els interessos de la Central Nuclear.
 - En general, es reconeix que a l'inici es va ser molt optimista i que el context polític i legal va canviar substancialment.
 - La diversificació enèrgica, principalment la gestió de la biomassa segueix essent un tema interessant de treballar per la qual cosa aquest eix val la pena recuperar-lo.
-

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

Eix: Potenciació del turisme

- **A l'interior es té la percepció que l'afluència de turisme ha augmentat.**
- **Model de turisme poc cohesionat al territori** i amb estructura de costos poc dimensionada (per exemple, molts turistes del territori venen perquè tenen l'aparcament gratuït però no consumeixen).
- **Es qüestiona que el segment de turista de costa sigui el més òptim** per aconseguir un volum de despesa i un creixement del territori sostenible i que posi en valor el patrimoni. Tot i que hi ha un perfil de turista familiar susceptible d'anar a la muntanya.
- **Manca allotjaments turístics (hotels i apartaments)** a la costa i manca de cases rurals a l'interior.
- **Els nuclis d'interior tenen un gran potencial però són molt poc visibles al món**, tot i que estan experimentant un creixement amb l'arribada d'un nou perfil de turisme que ve atret per les noves activitats lúdiques i culturals i esportives (descoberta de l'entorn)
- **Manca de suport dels consistoris d'interior per obrir nous establiments** rurals (per exemple, pels emprenedors/es). La normativa és igual per tothom però les necessitats són diferents.
- **Les persones que viuen a l'interior consideren que “la muntanya no està endreçada ni neta”** tot i que s'estan fent moltes actuacions (rutes, senderisme, etc.)

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

Eix: Potenciació del turisme

- **Escassa transversalitat d'accions per compartir clientela entre la costa i la muntanya** (els de la costa van a la muntanya però no al revés) i visions diferents sobre el paper del turisme en el futur entre els diferents municipis.
- **Els municipis d'interior consideren que el valor que aporten no és visible** i que els mateixos empresaris/es no es creuen el seu valor.
- **S'ha potenciat la creació de producte turístic** i tothom ho troba un encert.
- **Existeix una contradicció entre la visibilitat i comunicació dels elements de valor del territori de la MIDIT** i els socis que hi participen, per exemple, eliminant Vandellòs en les comunicacions exteriors per tal que no sigui una barrera per a la promoció del territori.
- **Tampoc s'ha aconseguit que el producte agroalimentari es consumeixi de manera generalitzada** a la costa tot i que s'han fet intents (per exemple, la clotxa ara sí que és més coneguda).

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

Eix: Potenciació del turisme

- **En general, el turisme no està alineat amb el comerç que té molts aspectes a millorar** per poder tenir una oferta turística òptima (des de la varietat d'oferta fins l'horari), a tots els municipis tot i les particularitats. Es tracta d'un comerç molt tradicional i que no ha reformulat el seu model de negoci per adaptar-se als nous hàbits de consum.
- **No hi ha una estratègia d'agroturisme clara**, entre l'interior i la costa. Primer perquè els productors no es creuen que el seu producte pot ser molt interessant en determinats sectors com la Restauració i els/les restauradors/es no coneixen ni s'impliquen amb els productes de muntanya com element de valor dels seus models de negoci.

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

Eix: Agroalimentari

- En general, es considera que **aquesta línia s'ha deixat de costat**.
- S'ha aconseguit potenciar i sumar aspectes que són identitaris però en aquest sentit, **la manca de relleu generacional i la falta d'ambició per part dels productors** de tota la vida fa que el seu creixement sigui molt limitat.
- **Les cooperatives no han demostrat tenir un dinamisme** per tal d'oferir nous elements de valor en models de negoci tant tradicionals. Més enllà de la comercialització de l'agrobotiga, la resta d'activitats estan abandonades. Aquelles activitats que han crescut (com per exemple el cas de l'empresa productora de cirera) no s'ha aprofitat per fer marca de territori, s'han limitat a exportar el 100% de la producció.
- **Hi ha certes activitats que han mostrat més dinamisme com per exemple, alguns cellers** i determinades cooperatives i la comercialització d'oli i fruita seca però aquestes últims són dos activitats molt millorables.
- **Manca de relació i cooperació entre les cooperatives** dels diferents municipis i nivells de modernització diferent.

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

Eix: Cooperació publico-privada i privada-privada:

- **La cooperació entre el teixit empresarial i les institucions públiques hauria de millorar substancialment.** Hi ha diferents percepcions en funció del municipi, per exemple, a l'interior no aconseguen que el sector restauració s'involucri i el consistori acaba adoptant una actitud paternalista. En canvi, d'altres, consideren que el sector públic del territori ajuda a les empreses a aconseguir certs contractes menors però quan són més grans no hi confien.
- **El sector públic considera que hi ha una part d'empreses que no està suficientment professionalitzada** per accedir a certs contractes i que els han d'ajudar molt per poder fer-ho, també amb actitud paternalista.
- **El sector públic troba poca participació i implicació per part de les empreses** en les accions que es fan per compartir interessos i necessitats.
- **Les empreses consideren que es prenen decisions polítiques sense escoltar la opinió** de les empreses.
- **Les empreses reconeixen que tenen poc temps per invertir en la cooperació** i que moltes vegades tampoc no ofereixen la seva opinió quan se'ls conviden. De fet, el sector públic confirma que moltes vegades les empreses no donen la seva opinió a les sessions de treball.

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

Eix: Cooperació publico-privada i privada-privada:

- **La cooperació entre les empreses està en un bon moment**, ha millorat en el temps. Però a l'interior parlen d'un excés d'individualisme de les empreses i consideren que algunes empreses creuen que la cooperació és una amenaça. A l'interior consideren que les empreses de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant cooperen més que les seves.
- **En general, el sector privat considera que el sector públic exerceix de competència deslleial**, oferint serveis a preus molt menors que podria cobrir el sector privat i oferint plans d'ocupació que no responen a criteris de cost benefici i que podrien anar destinats a ajudar a la contractació de les empreses que poden oferir aquests serveis dels plans.
- **El sector públic reconeix que no podrà continuar garantint a llarg termini el nivell de despesa destinada** a oferir serveis a la població i que haurà d'anar incrementant els preus dels serveis amb el criteri del nivell de renda, però una bona part dels agents considera que els polítics no volen donar aquest pas per por.

Sobre els resultats i impacte del Pla estratègic

Eix: Cooperació publico-privada i privada-privada:

- **Els canvis que es donen en les diferents legislatures són una barrera a fixar objectius a llarg termini** pel territori perquè els projectes no acaben de ser sostenibles en el temps, caldria professionalitzar la gestió dels consistoris.
 - En general, es troba a faltar **més coordinació entre les àrees d'un mateix consistori**. En molts casos no hi ha la transversalitat que seria desitjable entre àmbits que són propers: principalment entre cultura, comerç, turisme.
 - **Aquesta manca de coordinació entre les diferents àrees provoca que es perdi o es desdibuixi l'objectiu comú** de desenvolupament econòmic i social.
-

Sobre el futur de la MIDIT2020

- **Es considera que la MIDIT ha centralitzat els seus esforços a Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant** i que hauria de tenir més presència als altres territoris.
- **En general, es considera que la MIDIT no es coneix de forma generalitzada** i que l'acrònim no és el més fàcil de recordar o de relacionar amb el que es pretén. Es considera que Terres de Mestral reflexa millor els elements de valor del territori (espai geogràfic, suport territorial, on bufa el vent, proximitat del mar i muntanya, etc.) però també parlen que Serra de Llaberia es coneix molt més perquè tothom sap ubicar aquesta serralada i es pensa que geogràficament en una relació més natural.
- **En general, es troba una manca de coordinació i comunicació** entre la MIDIT i la resta dels consistoris i entre els mateixos consistoris i entre les àrees d'un mateix consistori. Existeix la percepció de l'existència de parcel·les molt personalistes i de “fugida cap endavant”. **Manca de cooperació públic-públic**

Sobre el futur de la MIDIT2020

- **En general, es considera que la MIDIT ha de continuar existint** tot i que cal redefinir la seva missió i objectius.
- En general, **es considera que els socis actuals de la MIDIT són adequats**, amb les següents consideracions:
 - Algunes persones entrevistades pensen que tindria més sentit que la MIDIT estigués formada per les poblacions amb característiques similars: les localitats de costa. És a dir, Vandellòs i Hospitalet l'Infant i Mont-roig del Camp
 - Hi ha persones que troben a faltar incloure altres localitats pròximes als socis actuals com Mont-roig del Camp i l'Ametlla de Mar.
- **En general, es considera que hi ha solapaments entre les activitats** de determinades àrees i la MIDIT (principalment amb l'àrea de Turisme) i la comunicació hauria de ser més fluïda.
- Es considera que la **participació dels diferents consistoris és desequilibrada** i en tot cas, no es participa en la definició i disseny de les accions, sobretot per part dels tècnics.
- **No hi ha un sentit de pertinença** dels diferents equips tècnics amb la MIDIT.

Sobre el futur de la MIDIT2020

- **Hi ha persones que pensen que els nuclis d'interior desapareixeran amb la desaparició de la Central Nuclear.** Per exemple, l'escola de Vandellòs s'haurà de tancar, perquè de fet, des de fa uns anys ja ha viscut una reducció dels alumnes.
- **La MIDIT hauria de fixar objectius clars i concrets** sobre el desenvolupament econòmic i social, per ex. en X anys hi ha d'haver Y empreses de més Z treballadors/es.
- **La MIDIT hauria de tenir la funció de fer política de compensació** (alinejar necessitats entre els diferents municipis, principalment, vetllant perquè els d'interiors tinguin igualtat d'oportunitats). Sobretot se li atribueix el fet de potenciar els municipis d'interior.
- **Els representant polítics haurien de fer d'ambaixadors del teixit empresarial** de la MIDIT fora del territori, facilitant contactes i explorant necessitats foranies que poden ser cobertes pel teixit empresarial de la MIDIT.
- **La MIDIT hauria de fer d'enzim per unir necessitats i recursos** i mancomunar més serveis. (per exemple, que la població d'una localitat pugui gaudir dels serveis de l'altra).

RESULTATS

1^a SESSIÓ TREBALL

Dilluns, 11 de juny de 2018

RESULTATS. Entrevistes

- En general, existeix consens amb els resultats de les entrevistes sobre la majoria dels aspectes tractats.
- Els aspectes en els quals hi ha més varietat d'opinions són:
 - Una part dels/de les assistents considera que **el sector públic exerceix competència a l'empresa privada però, a diferència d'una altra part, opina que aquesta no és deslleial**. Consideren que la oferta del sector públic cobreix un buit de mercat, sobretot en un període inicial. Tanmateix, una part considera que alguns serveis que està oferint el sector públic podrien ser una oportunitat per a la iniciativa privada a mig i llarg termini i, per tant, el sector públic s'hauria d'anar retirant.
 - Un part del grup considera que **la MIDIT no centralitza els seus esforços a Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant**, tot i que hi ha una altra part que aporta indicadors d'activitats que es podrien fer a les altres poblacions d'interior.
 - En general, estan d'acord amb els socis i, sobretot amb alguns nous proposats a les entrevistes, per exemple, Mont-Roig i hi ha un consens en considerar **que l'Ametlla de Mar no** hauria de ser soci de la MIDIT ja que no té punts en comú.

RESULTATS. Entrevistes

- En general, es considera que **no hi ha motius per pensar que els nuclis d'interior desapareguin o Vandellòs-Hospitalet de l'Infant es converteixi en una ciutat dormitori** amb la desaparició de la Central Nuclear
 - En relació al **sector agroalimentari, consideren que el sector públic i privat poden treballar-hi més intensament**, com és el cas de determinades cooperatives.
 - **En quan al sector agroalimentari, no tothom considera que s'hagi deixat de banda** però que hi ha una manca de coneixement de tot allò que l'envolta (sortides professionals, elements de valor pel mercat, etc.), sobretot a la costa.
 - **En general, es considera que existeix una situació molt diferent i contraposada entre els pobles d'interior i exterior** que provoca resultats també diferents de les accions de la MIDIT.
 - En general, s'està d'acord que es prioritza la comunicació de les accions de la MIDIT via Mail i s'hauria de fer més presencial però **també consideren que les mateixes empreses són les que també prioritzen la comunicació via Mail amb els seus clients.**
-

RESULTATS. Entrevistes

- **També hi ha discrepàncies en considerar que sigui la limitació dels canals de distribució de les empreses la principal barrera al seu creixement.**
- En relació al Turisme, **no hi ha un consens amb el model** i també hi ha un desconeixement dels elements de valor del model actual.
- **En quan al turisme també consideren que no hi ha transversalitat entre interior i costa** i que no s'acaba de creure amb el producte d'interior.
- El **model turístic de sol i platja té els seus límits** sinó es posa en valor tot el patrimoni cultural, geogràfic, etc.
- Algunes persones **consideren que Terres de Mestral reflexa millor els elements del territori** però d'altres no ho veuen així.

RESULTATS. Entrevistes

- Es considera que **la manca de cooperació entre sector privat i sector públic és per la manca de confiança cap a l'Administració** però algunes persones qüestionen que sigui per aquest motiu.
- Altres pensen que existeix un **excés de paternalisme del sector públic** cap a les empreses i la població.
- Es pensa que per potenciar la diversificació econòmica cal **redefinir els límits entre els serveis i productes que ofereix el sector públic i el privat** i, per tant, els seus rols. En alguns casos es justifica l'existència de serveis públics en absència de serveis privats però en el moment que ja han cobert aquest buit poden donar pas al sector privat.
- És necessari un **compromís polític amb el ciutadà i viceversa amb més transparència** perquè pugui decidir amb coneixement de causa. En aquest sentit, cal que es coneguin els preus dels serveis i que es posin en valor i si cal reduir els serveis però tenint en compte la renda.

RESULTATS. Entrevistes

- Per poder potenciar la cooperació públic-públic és necessari conèixer la realitat i les necessitats dels 3 municipis i que el **Turisme englobi el territori global**.
- Consideren que **la MIDIT hauria de mancomunar més serveis** però s'hauria d'analitzar molt bé quins.

Estudi dels resultats i impacte del Pla estratègic MIDIT2020 (Segona part)

Dilluns, 11 de juny de 2018

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Han participat **14 empreses** de les poblacions:

Vandellòs	28,57%
l'Hospitalet de l'Infant	42,86%
Tivissa	21,43%
Pratdip	7,14%

Els **sectors i subsectors** de les empreses participants són:

Agroalimentari	0,00%
Hostaleria i Restauració	21,43%
Comerç	28,57%
Agroturisme	50,00%
Indústria energètica	0,00%

I **altres activitats** com:

Activitata culturals i turístiques		
Turisme		
Senderisme		
Assessorament (sector terciari)		

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Els **anys de vida** de les empreses :

Menys d'1 any	0,00%
Entre 1 i 5 anys	35,71%
Entre 5 i 10 anys	7,14%
Entre 11 i 15 anys	21,43%
Més de 15 anys	35,71%

Nombre de **treballadors/es**:

Entre 1 i 2 treballadors/es	78,57%
Entre 3 i 9 treballadors/es	14,29%
Entre 10 i 15 treballadors/es	0,00%
Entre 16 i 50 treballadors/es	0,00%
Entre 51 i 250 treballadors/es	7,14%
Més de 250 treballadors/es	0,00%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Procedència actual de la clientela en general:

- En general, la clientela prové sempre o quasi sempre d' **altres municipis** de la MIDIT (50%) (territori format per Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Tivissa i Pratedip) o **d'altres províncies de Catalunya** (50%).
- El 62 % de les empreses diuen que **la seva clientela no prové mai o només ho fa alguna vegada del seu municipi o d'altres comarques de la província de Tarragona**.
- Només el 25% de les empreses reben clientela amb regularitat d'altres comunitats autònomes de fora de Catalunya i **només el 12 de les empreses reben clientela** d'altres municipis de la comarca del Baix Camp o de la Rivera d'Ebre i **d'altres països de fora de l'estat espanyol**.

Evolució de la clientela els darrers 10 anys:

- Totes les empreses consideren que **ha augmentat la clientela procedent d'altres províncies** de Catalunya i d' **altres comunitats autònomes** fora de Catalunya
- També **ha augmentat la clientela procedent d' altres comarques de la província de Tarragona** (87% de les empreses) i Altres països de fora de l'Estat Espanyol (75%)

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Els proveïdors de l'activitat de Restauració o Hoteleria:

- En general, els proveïdors provenen quasi sempre **del municipi on té l'establiment** (50%).
- Només el 25% de les empreses tenen proveïdors amb regularitat d'altres municipis de la MIDIT, **d' altres municipis de la comarca del Baix Camp o de la Ribera d'Ebre i altres comarques de la província de Tarragona.**
- Totes les empreses de Restauració o Hoteleria que han participat comenten que els proveïdors provenen d'altres **comunitats autònomes fora de Catalunya o d'altres províncies de Catalunya de forma esporàdica i mai provenen d'altres països** de fora de l'Estat Espanyol.

Evolució dels proveïdors:

- La procedència que **ha augmentat més dels proveïdors és la d'altres províncies de Catalunya** (87%) i la que menys els del mateix municipi (25%).
 - **Prop del 40% de les empreses han augmentat els proveïdors procedents** dels altres municipis de la MIDIT, de la comarca del Baix Camp o Rivera d'Ebre, de les comarques de la província de Tarragona, Altres comunitats autònomes fora de Catalunya i d'Altres països de fora de l'Estat Espanyol.
-

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Innovació:

- De forma regular, **més del 50% d'empreses innoven** en producte i serveis (75%), han incorporat elements innovadors en els productes o serveis existents (62%), han innovat en l'àrea de comunicació i publicitat, en la comercialització i atenció a la clientela i en el model de direcció i gestió (62%) i en la manera de gestionar l'equip humà (50%).
- **On innoven menys** de forma regular les empreses és en les **activitats d'aprovisionament, logística o magatzem** (12%) i en l'àmbit de les **tecnologies** de la informació i comunicació (25%).
- Només el **12% considera** que les empreses del seu sector **han intentat copiar les seves innovacions**.

Responsabilitat Social Corporativa:

- **EL 87% de les empreses compleixen amb la normativa legal** respecte al medi ambient de forma regular, i el 50% tenen altres mesures, a banda de les legals, que vetllen per la cura del medi ambient també regularment.
 - **Cap empresa participa en accions i projectes adreçats a col·lectius en risc d'exclusió social de forma regular**, tot i que el 62% ho ha fet alguna vegada. I finalment, el 50% de les empreses no tenen cap mesura o instrument que vetlli per a la igualtat d'oportunitats (entre dones i homes, entre persones amb diferents edats, etc.)
-

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Polítiques o normes de funcionament de l'empresa:

- **En general, les empreses tenen definides polítiques o normes i principis de funcionament** concrets en els àmbits clau de competitivitat de l'empresa:

Innovació	75,00%
Gestió de l'equip humà	62,50%
Qualitat	87,50%
Tecnologia	75,00%
Financer	62,50%
Comercial i màrqueting	50,00%
Responsabilitat Social Corporativa: medi ambient	62,50%
Responsabilitat Social Corporativa: altres entorns com el social.	50,00%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Captació del talent:

- **En general, les empreses no troben barreres significatives** o regularment a l'hora de captar treballadors/es.
- **El 37% considera que tenen més dificultats amb els coneixements tècnics requerits (conceptes i tècniques)**, el 25% considera que és l'horari o el sou i només el mateix 25% troben dificultats perquè els i les treballadores realitzin de forma òptima les funcions o tasques assignades ha estat una dificultat. Per últim, el 25% considera que la manca d'ingressos és una dificultat amb la que es troben de forma regular.

Accions de formació i assessorament:

- En els darrers 10 anys, **les accions que han realitzat per millorar els coneixements**, les habilitats i aptituds de l'equip humà de forma regular han estat **formació realitzada per entitats o empreses externes** (62%) i assessorament (50%).
- **El 50% de les empreses ha realitzat formació dual** (formació i pràctiques a l'empresa simultàniament) i el 62% alguna vegada accions de coaching, mentoring, realitzades per entitats o empreses externes.
- **La majoria de les empreses no ha sol·licitat mai cap acció de formació o assessorament a una institució pública** (entre el 50% i el 87%). La que més, a IDETSA o a l'Ajuntament del municipi on està ubicada l'empresa, però un 50% no l'ha sol·licitat mai a cap de les dues i un 12% i 25% ho fa de forma regular, respectivament. Contracten els serveis d'una empresa privada o d'un professional extern o a altres institucions privades (p.ex. associacions, clústers, gremis, etc.).

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Increment de la demanda d'accions de formació i assessorament:

- En els darrers 10 anys, a la institució que més han augmentat la demanda de formació i assessorament és a IDETSA, tot i així, el 50% no ha incrementat aquest tipus d'accions a cap de les opcions.

A les empreses privades o d'un professional extern	12,50%
A IDETSA	37,50%
Al Consell Comarcal del Baix Camp o de la Ribera d'Ebre	25,00%
A altres Consells Comarcals	0,00%
A La Diputació de Tarragona	12,50%
A L'Ajuntament del municipi on està ubicada l'empresa	25,00%
A Ajuntaments d'altres municipis	0,00%
A La Generalitat de Catalunya	0,00%
A altres institucions privades (p.ex. associacions, clústers, gremis, etc.)	0,00%
Amb cap	50,00%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Aliances de cooperació, en general:

- **En els darrers 10 anys, en general, les empreses no han mantingut aliances de cooperació de forma regular** (p.ex. per compartir informació, canals comercials o de distribució, recursos, etc.). Les empreses que han participat han cooperat amb la MIDIT principalment, i un 25% ho ha fet regularment amb ella.
- **Un 62% no ha col·laborat mai amb centres educatius i un 50% no ho ha fet mai amb altres empreses d'altres sectors diferents al seu** (agroalimentari, hostaleria i restauració, comerç, et.) i un 37% tampoc ho ha fet mai amb Altres empreses del sector al qual pertany l'empresa o amb professionals experts en temes relacionats amb l'activitat.

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Evolució de les aliances de cooperació i treball en xarxa, en general:

- En els darrers 10 anys, menys del 50% de les empreses han augmentat les aliances de cooperació (p.ex. compartir informació, canals comercials o de distribució, recursos, etc.) amb empreses privades o públiques.
- Les aliances que han augmentat més són amb la MIDIT (50%), seguit de l'Ajuntament del Municipi al qual pertany l'empresa, amb proveïdors i amb Professionals experts en temes relacionats amb l'activitat (37% en tots els casos).

Entitats que representen els interessos d'empreses de diferents sectors (Cambra de comerç, Patronals, Associacions d'empresaris/es, etc.)	25,00%
Entitats que representen les empreses del sector al qual pertany l'empresa	25,00%
Centres Educatius	25,00%
La MIDIT	50,00%
L'Ajuntament del Municipi al qual pertany l'empresa	37,50%
Altres Institucions públiques (Consells Comarcals, etc.)	12,50%
Altres empreses del sector al qual pertany l'empresa	25,00%
Altres empreses d'altres sectors (agroalimentari, hostaleria i restauració, comerç, et.)	25,00%
Amb proveïdors	37,50%
Professionals experts en temes relacionats amb l'activitat	37,50%
Amb cap	12,50%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Dificultats i barreres que comporta establir aliances de cooperació i treball en xarxa, en general:

- **El desconeixement dels beneficis que aporta establir una aliança o conveni de col·laboració** amb una entitat pública o privada i la dificultat en trobar l'empresa o professional adequats per treballar en xarxa són les principals barreres o dificultats que la majoria d'empreses troben a cooperar.

Desconeixement dels beneficis que ens aporta establir una aliança o conveni de col·laboració amb una entitat pública o privada	75,00%
Desconeixement dels beneficis de treballar en xarxa amb altres empreses o professionals	50,00%
Manca de temps per iniciar i mantenir aquests tipus de col·laboracions	62,50%
Dificultat en trobar l'empresa o professional adequats per treballar en xarxa	75,00%
El treball en xarxa amb altres empreses o professionals no ens aporta cap benefici	25,00%
Les aliances i convenis de col·laboració amb entitats públiques o privades no ens aporten cap benefici	37,50%
Els serveis que ofereixen les associacions, clústers o altres institucions no ens interessen	12,50%
Costos massa elevats per l'empresa	37,50%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Beneficis de les aliances de cooperació amb empreses privades:

- **La majoria de les empreses que cooperen aconsegueixen algun tipus de benefici** i el 37% de les empreses en desconeixen tots els beneficis. En general, totes les empreses que cooperen consideren que han pogut innovar i el 87% obrir nous mercats o arribar a més clientela i aconseguir una major visibilitat en el mercat.
- **El 75% de les empreses que cooperen també han aconseguit ampliar la informació i el coneixement**, Compartir recursos (p.ex. realitzar compres conjuntes, compartir canals de comunicació, etc.) i Desenvolupar projectes i accions conjuntes.
- En menor nivell, **també han obtingut serveis interessants** (formació, assessorament, etc.) i defensar els interessos de l'empresa (62% respectivament). Finalment, el 50% han aconseguit fabricar productes o dissenyar serveis de forma conjunta i Compartir tecnologia o desenvolupar-ne de nova.

Beneficis de les aliances de cooperació amb el sector públic:

- **La majoria de les empreses que cooperen amb el sector públic, aconsegueixen algun tipus de benefici** però menor que els que cooperen amb el sector privat i el 62% de les empreses en desconeixen tots els beneficis (percentatge major que amb la cooperació amb el privat).
 - **El 87% de les empreses que cooperen amb el sector públic han aconseguit major visibilitat en el mercat** i el 75% més informació i coneixement, serveis interessants (formació, assessorament, etc.) i defensar els interessos de l'empresa.
 - En menor nivell, però la majoria també han aconseguit innovar, desenvolupar projectes i accions conjuntes, compartir tecnologia o desenvolupar-ne de nova (62%) i compartir recursos (p.ex. compartir canals de comunicació, etc.) (50%).
-

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Suport del sector públic

- **Els principals factors que dificulten o impedeixen a l'empresa comptar amb el suport de les institucions públiques són:** el desconeixement del tipus de suport que ens poden oferir les institucions públiques és una barrera (87%), el tipus de suport que ofereixen no s'adequa les necessitats és una barrera (87%).
- La **majoria també considera que el temps que requereix sol·licitar el suport és una barrera (75%)** i la dificultat de gestió que suposa sol·licitar el suport (75%).
- **El 37% considera que les vegades que els han denegat el suport és una barrera**

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Propostes de valor al mercat:

- **La majoria de les empreses consideren que aporten diferents propostes de valor al mercat.** Els elements que poden millorar són el disseny del producte i servei , la integració de canals i les tecnologies que utilitzen:

Aportem solucions integrals o conjunts integrats de productes i serveis	62,50%
Som capaços de generar experiències a la clientela	75,00%
Incorporem serveis complementaris	100,00%
Incorporem disseny al producte o servei	50,00%
Incorporem informació i coneixement al producte i servei	100,00%
Apostem per la sostenibilitat	87,50%
Utilitzem productes (per ex. agroalimentaris) del territori	62,50%
La qualitat de la matèria primera	87,50%
Relació qualitat-preu òptima	100,00%
Cobrim nínxols de mercat no coberts	100,00%
Integrem canals (p. ex. distribució física i on-line)	50,00%
Aprofitem discontinuïtats en el mercat (buits que deixen els competidors)	87,50%
Aprofitem les xarxes socials	87,50%
Construïm des del baix cost	62,50%
Les tecnologies que utilitzem	50,00%
Treure rendiment del que s'ofereix de forma gratuïta	62,50%
Oferim atenció personalitzada	100,00%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Aspectes valorats per part de la clientela (segons les empreses):

- Segons totes les empreses, **el que valora especialment la clientela és la qualitat del producte, el servei personalitzat i el tracte rebut.**
- **Altres aspectes que valora la clientela en major nivell segons la majoria de les empreses és la rapidesa de lliurament, la innovació del servei o producte i la informació facilitada sobre els productes o serveis (87%).** I el que menys, El producte ecològic de la matèria primera o mercaderies i el producte de proximitat (productes del sector agroalimentari) (50%).

La proximitat geogràfica	62,50%
Els preus baixos	62,50%
La qualitat del producte	100,00%
El disseny incorporat en el producte	62,50%
La rapidesa del lliurament	87,50%
El canal de distribució (p. ex. servei a domicili, canal on-line, etc.)	62,50%
El servei personalitzat	100,00%
El tracte rebut	100,00%
La innovació del producte i servei	87,50%
El producte ecològic de la matèria primera o mercaderies	50,00%
El producte de proximitat (productes del sector agroalimentari)	50,00%
L'amplitud de gamma (varietat de productes o serveis relacionats)	75,00%
La profunditat de gamma (varietat del mateix producte o servei)	62,50%
Les promocions, descomptes, etc.	75,00%
La informació facilitada sobre els productes o serveis	87,50%
Que vetlla pel patrimoni cultural, artístic, geogràfic del territori	62,50%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Objectius assolits en els darrers 10 anys:

- **Totes les empreses han fabricat o comercialitzat nous productes o serveis**, altres variants dels productes o serveis que comercialitza actualment i nous productes o serveis complementaris.
- El **50% de les empreses han fabricat nous productes o serveis que no tenen relació directa** amb l'activitat actual.
- **Totes les empreses ha aconseguit incrementar les vendes als clients actuals (fidels)** i el 87% incrementar el número de clientela i el 75% Incrementar els ingressos d'explotació i en menor nivell, el 62% ha aconseguit Incrementar les unitats venudes totals.
- **Les variables que en general no han reduït, en general, són els preus (37%), els costos salarials (12%).**

Evolució dels resultats econòmics:

- En general, les empreses **han augmentat els seus beneficis els darrers anys**, entre un 25 i un 50%.

Manteniment dels beneficis	12,50%
Augment dels beneficis inferior al 25%	37,50%
Augment dels beneficis superior 50%	25,00%
Disminució dels beneficis inferior al 25%	12,50%
Disminució dels beneficis superior al 25%	12,50%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Evolució dels/de les treballadors/es:

- En els darrers 10 anys, **el 50% de les empreses han mantingut la seva plantilla**, el 37,5% l'ha ampliat entre el 25 i 50% i el 12% l'ha reduït més del 50%.

Reducció, menor del 25%	0,00%
Reducció, entre el 25% i el 50%	0,00%
Reducció, de més del 50%	12,50%
Ampliació, menor del 25%	0,00%
Ampliació, entre el 25% i el 50%	37,50%
Ampliació, major del 50%	0,00%
Manteniment	50,00%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Factors de competitivitat que han millorat els darrers 10 anys:

- Els aspectes que han millorat la majoria de les empreses és l'ampliació del mercat procedents de fora de la província i la captació i fidelització de treballadors/es competents i el que menys han millorat és la cooperació amb altres empreses i organitzacions privades.

Hem ampliat el nostre mercat a nivell local, comarcal i provincial	75,00%
Hem ampliat el mercat de persones procedents de fora de la província	87,50%
Hem ampliat la cooperació amb altres empreses i organitzacions privades	62,50%
Hem ampliat la cooperació amb altres entitats públiques locals	50,00%
Hem augmentat la recerca, el desenvolupament i la innovació	75,00%
Hem millorat la captació i fidelització de treballadors/es competents	87,50%
Hem augmentat les tecnologies de la informació i la comunicació	75,00%

Factors clau de competitivitat a millorar en el futur:

- La majoria de les empreses consideren que per ser més competitiva **haurien de millorar tots els factors de competitivitat contemplats**.
- Totes consideren que **han de millorar la captació i fidelització de treballadors/es competents** i el 87% considera que haurien d'ampliar el mercat de persones procedents de fora de la província
- La majoria considera que també **haurien d'ampliar el nostre mercat a nivell local, comarcal o provincial**, la cooperació amb altres empreses i organitzacions, la recerca, el desenvolupament i la innovació i les tecnologies de la informació i la comunicació (75% de les empreses ho consideren per tots els factors).

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Barreres externes, en general :

- En general, les empreses consideren que **cap dels factors contemplats que poden suposar una barrera han afectat al seu negoci** els darrers 10 anys de forma regular.
 - Els factors que han afectat al negoci més regularment ha estat **la competència de la comarca** (però només ho considera el 25%). Els canvis en les tendències i els **hàbits del/de la consumidor/a** i el ritme del **canvi tecnològic** (però només ho considera un 12,5%).
 - La resta de factors, que els hi ha afectat més, encara que sigui en determinades ocasions, són La disminució de la capacitat de compra de la clientela, el ritme del **canvi tecnològic i l'estructura de costos del sector** (75% els tres, consideren que puntualment)
 - El 87% consideren que **no els afecta la competència del mateix municipi** ni la dificultat d'accés al finançament extern (75%).
-

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Barreres pel desenvolupament econòmic i social del territori de la MIDIT

- **Les principals barreres que les empreses consideren són la manca d'alineació i coordinació de les estratègies dels diferents consistoris**, l'impacte negatiu de les diferents polítiques de l'Ajuntament sobre el teixit empresarial i la poca visibilitat externa dels elements de valor del territori.
- La majoria de les empreses (75%), en menor nivell, considera que **una barrera pel desenvolupament és la manca de coordinació entre les diferents àrees de l'Ajuntament**, la manca de coneixement de les necessitats de les empreses per part del sector públic i la manca de cooperació entre les empreses i el sector públic.

La desaparició de la Central Nuclear Vandellós II	62,50%
L'elevat nivell de recursos destinats a oferir serveis públics a la població	37,50%
Que el sector públic sigui una barrera d'entrada a les empreses que poden oferir els mateixos serveis	50,00%
La manca d'alineació i coordinació entre les estratègies dels diferents consistoris	87,50%
La manca de coordinació entre les diferents àrees de cada Ajuntament (Cultura, turisme, comerç, promoció econòmica, etc.)	75,00%
L'impacte negatiu de les diferents polítiques de l'Ajuntament sobre el teixit empresarial	87,50%
La manca de coneixement de les necessitats de les empreses per part del sector públic	75,00%
La inestabilitat política	25,00%
La manca de cooperació entre les empreses del territori	50,00%
La manca de cooperació entre les empreses i el sector públic	75,00%
La poca visibilitat externa dels elements de valor del territori	87,50%
La manca d'oferta de serveis (comerç, hostaleria, etc.)	62,50%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Oportunitats de l'entorn:

- **Totes les empreses consideren que s'ha millorat en la xarxa de telecomunicacions** i en l'impacte dels canvis en les tendències i els **hàbits del/de la consumidor/a**, seguidament el **ritme del canvi tecnològic** i la **capacitat de compra** de la clientela (75% respectivament)
- La **majoria considera que ha millorat la possibilitat de trobar matèries primeres** que es necessiten (qualitat, quantitat, etc) 62%.

La xarxa de telecomunicacions	100,00%
La infraestructura de vies de comunicació i transports o l'accés a l'establiment	50,00%
La capacitat de compra de la clientela	75,00%
L'impacte dels canvis en les tendències i els hàbits del/de la consumidor/a.	100,00%
El suport públic o polítiques públiques	37,50%
L'impacte del ritme del canvi tecnològic	75,00%
L'estructura de costos del sector	37,50%
La possibilitat de trobar matèries primeres que es necessiten (qualitat, quantitat, etc)	62,50%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

El coneixement de la MIDIT2020:

- **El 50% de les empreses enquestades saben què és i perquè es va crear la MIDIT2020**, el 12,50% no n'estan segurs/es i el 37,5% no ho saben.
- **El 62% de les empreses han rebut informació regularment** perquè se les ha convidat a participar a alguna acció o bé pel Web i el 37% a través de la Ràdio, d'IDETSA o acudint a alguna activitat organitzada per la MIDIT.
- **Només el 25% ha rebut informació regular a través del seu Ajuntament o d'altres empreses** i el 12% a través d'altres institucions públiques. De fet, un 62% i un 75% respectivament no ha rebut mai organitzacions privades informació per part d'aquestes, respectivament.

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

El coneixement del Pla estratègic i de les línies estratègiques de la MIDIT2020:

- El 50% de les empreses no relacionen la MIDIT amb la diversificació energètica, tot i ser una de les línies estratègiques.
- Les línies de treball amb la que al relacionen més són la visibilització i comercialització dels productes agroalimentaris i amb la potenciació de nous productes agroturístics.

En quin àmbit o línia de treball relaciones la MIDIT?	Mai o Alguna vegada	Sempre o quasi sempre
En la diversificació energètica	87,50%	12,50%
En la diversificació del teixit empresarial	50,00%	50,00%
En la visibilització i comercialització dels productes agroalimentaris del territori	12,50%	87,50%
En la promoció i comercialització del turisme	37,50%	62,50%
En la diversificació de producte turístic	50,00%	50,00%
En la potenciació de nous productes agroturístic	25,00%	75,00%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

La participació en les activitats organitzades per la MIDIT2020:

- **Les accions en les que les empreses han participat més és amb les de formació i assessorament i jornades tècniques** i en les que menys, les fires sectorials, les visites a llocs d'interès fora del territori MIDIT, reunions de Pla estratègic i alguna activitat relacionada amb la CAE (cal dir que la CAE es va presentar en públic l'any 2016).

En els últims 10 anys, en quines de les accions organitzades per la MIDIT has participat?	Mai o Alguna vegada	Sempre o quasi sempre
Accions de formació i assessorament a empreses	50,00%	50,00%
Fires sectorials	87,50%	12,50%
Foros de temes d'interès pel teixit empresarial	75,00%	25,00%
Jornades tècniques (de temes d'interès, de presentació de bones pràctiques, etc.)	62,50%	37,50%
Visites a altres llocs d'interès fora de la MIDIT	87,50%	12,50%
Sessions de treball per compartir informació i coneixement	75,00%	25,00%
Reunions de formulació del Pla estratègic	85,71%	14,29%
Reunions de seguiment del Pla estratègic	87,50%	12,50%
A alguna activitat relacionada amb la CAE, Comunitat d'Aprenentatge Empresarial	87,50%	12,50%
A alguna activitat relacionada amb Terres de Mestral	75,00%	25,00%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Beneficis de la participació en les activitats organitzades per la MIDIT2020:

- La majoria de les empreses que han participat en alguna acció organitzada per la MIDIT considera que han obtingut **algun benefici**, principalment, informació i coneixement (75%), iniciar o millorar el treball en xarxa i/o cooperatiu (75%) i visibilitat en el mercat (75%).
- El benefici que menys consideren que s'ha aconseguit és desenvolupar projectes nous o accions conjuntes.

Informació i coneixement	75,00%
Iniciar o millorar el treball en xarxa i/o cooperatiu	75,00%
Obrir nous mercats o arribar a més clientela	62,50%
Visibilitat en el mercat	75,00%
Compartir recursos amb altres empreses (p.ex. realitzar compres conjuntes, compartir canals de comunicació, etc.)	62,50%
Innovar	62,50%
Fabricar productes o dissenyar serveis de forma conjunta	62,50%
Desenvolupar projectes i accions conjuntes	50,00%
Compartir tecnologia o desenvolupar-ne de nova	62,50%
Millorar les habilitats i aptituds directives	62,50%
Conèixer o augmentar el consum del producte i els serveis locals	62,50%

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Els socis de la MIDIT2020:

- **El 87% de les empreses consideren que els socis més òptims per formar una Mancomunitat són Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Tivissa i Pratedip** i el mateix percentatge considera que una Mancomunitat hauria d'estar formada per aquells municipis que tenen recursos complementaris (com és el cas del turisme de costa i de muntanya, o quan existeixen diferent tipus de productes (agroalimentaris i turisme, etc.)
 - **El 75% considera que una mancomunitat hauria d'estar formada per aquells municipis amb interessos i necessitats comunes**, independentment de la comarca al qual pertanyen el seus socis.
 - **I el 25% considera que una mancomunitat en aquest territori hauria d'estar formada únicament per municipis de costa** o de muntanya, separadament.
-

RESULTATS ENQUESTES A LES EMPRESES

Les línies estratègiques prioritàries pels propers 3 anys:

- **El total de les empreses consideren que la MIDIT hauria de treballar prioritàriament amb** la diversificació del teixit empresarial, la visibilització i comercialització dels productes agroalimentaris del territori, la promoció, comercialització i diversificació del turisme, en general i la potenciació de l'agroturisme

En la diversificació energètica	37,50%
En la diversificació del teixit empresarial	100,00%
En la visibilització i comercialització dels productes agroalimentaris del territori	100,00%
En la promoció, comercialització i diversificació del turisme, en general.	100,00%
En la potenciació de l'agroturisme	100,00%
En millorar la cooperació públic-privada	87,50%
En millorar la cooperació, en general (públic-privada, privada-privada i públic-públic)	87,50%
En estudiar i identificar de forma regular les necessitats del teixit empresarial	87,50%
En millorar la competitivitat de les empreses existents	75,00%