

Identificación de necesidades territoriales/empresariales

Comarcas de La Costera y La Canal de Navarrés

Sesiones del grupo de trabajo: del 14 al 28 de abril

Presentación de resultados: 5 de mayo

FINANCIA



ORGANIZA



COLABORAN

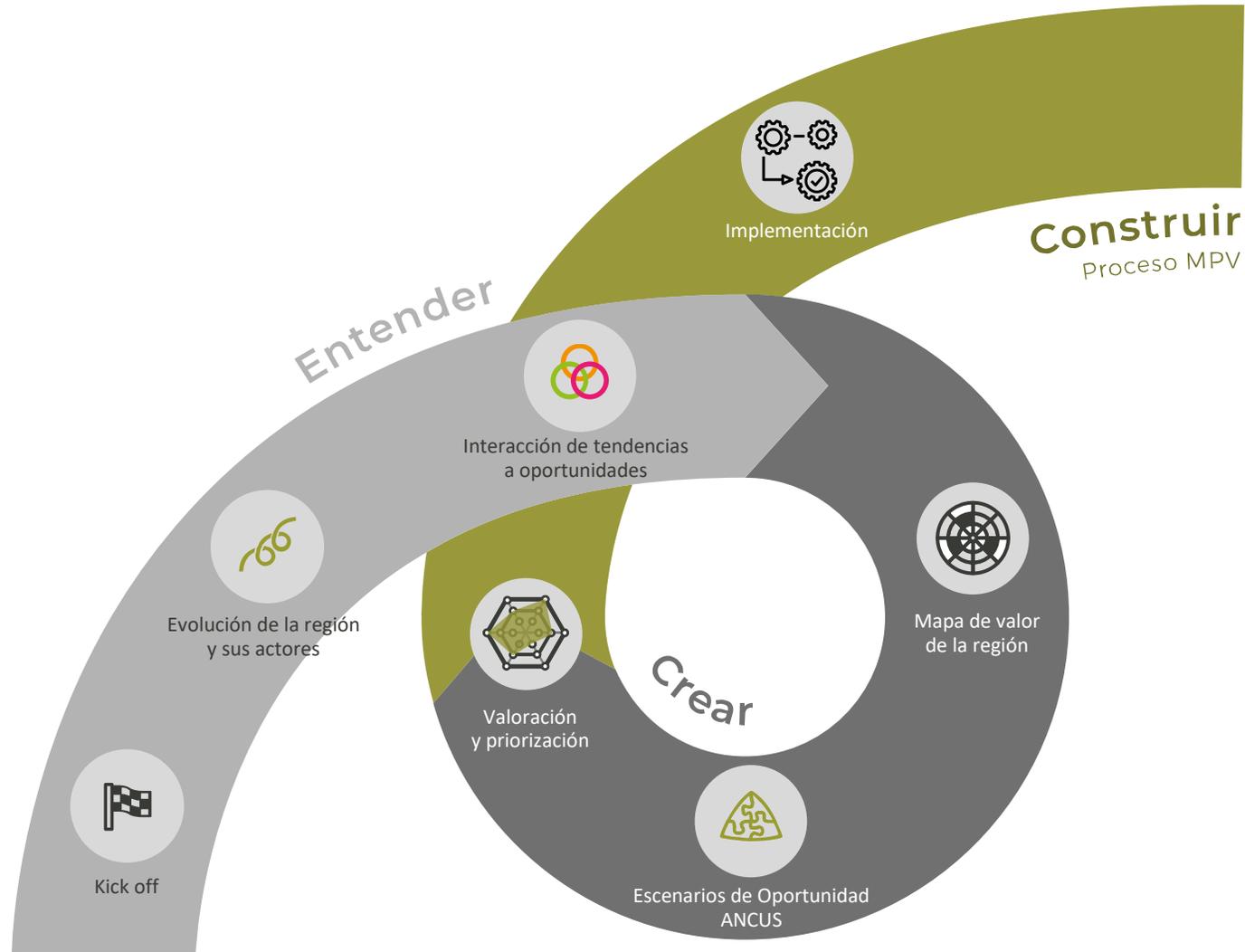




El programa **Identificación de necesidades territoriales y empresariales** está promovido y financiado por la Generalitat Valenciana, a través del **Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial IVACE**, dentro de su política de soporte a las entidades del ecosistema de apoyo emprendimiento innovador de la Comunitat Valenciana.

Introducción

Herramientas





Identificación de necesidades territoriales/empresariales

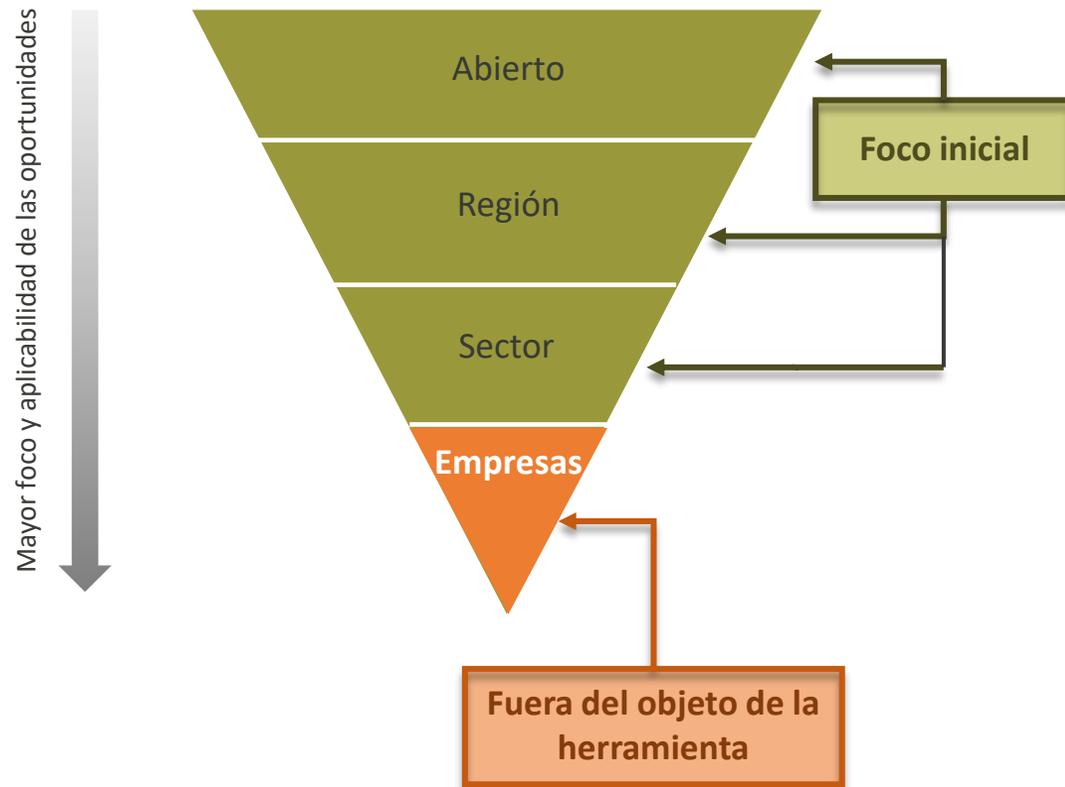
Formación de grupos de trabajo para la dinamización del tejido empresarial en el territorio

La Costera – La Canal de Navarrés / Abril 2021



Preparación previa al ejercicio

Nivel de profundidad



Abierto: Entidades participantes:

- Asociación de Municipios Forestales AMUFOR
- Associació de Comerciants i Empreses de Canals ASSOCIEM
- FEVECTA Xàtiva
- GAL Caroig-Xúquer
- Mancomunitat La Costera-La Canal Navarrés
- Mancomunitat La Canal de Navarrés
- Pacte Territorial Costera-Canal PATEC
- Ajuntament de Navarrés
- Associació Empresarial XÀCEX
- Divalterra
- Agència Avant

Región/Territorio: La Costera, La Canal de Navarrés

Sector: Distintos sectores empresariales

GEORGETOWN MEN'S SOCCER NCAA TOURNAMENT APPEARANCES

GEORGETOWN

2013 2011 2010
2012 2010

2017 2015 2014 2013 2012 2010 1997 1994



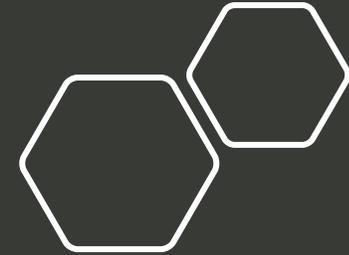
KICK-OFF

(Punto de partida)

Financia



Organiza



PROGRAMA DE IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES Y OPORTUNIDADES DEL TERRITORIO

SESIÓN 1: IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS Y FACTORES DE ÉXITO

14 de abril de 2021 / La Costera-La Canal de Navarrés

48 objetivos / factores de éxito

- Infraestructuras y recursos del territorio
- Lucha contra la despoblación, servicios y promoción del talento rural
- Promoción y cooperación empresarial
- Promoción de los sectores productivos
- Formación, empleo y emprendimiento
- Gestión y coordinación del territorio



EVOLUCIÓN DEL TERRITORIO Y SUS ACTORES

(Conocimiento en perspectiva del entorno)

Financia



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu



Organiza



PROGRAMA DE IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES Y OPORTUNIDADES DEL TERRITORIO

SESIÓN 2: EVOLUCIÓN DEL TERRITORIO Y SUS SECTORES

21 de abril de 2021

67 conclusiones obtenidas

13 necesidades a cubrir en el futuro

16 líneas de trabajo a desarrollar de cara al futuro

INICIOS (ANTES DE LOS AÑOS 80 DEL SIGLO XX)

- La comarca de La Costera-La Canal tenía tres focos de actividad importantes: industria confección-textil, servicios y agricultura, que ocupaban mano de obra poco cualificada.
- El sector de la confección-textil estaba más representado en municipios como Canals y Alcudia Crespins; el sector servicios en Xàtiva; y el sector agrícola en los municipios de menor tamaño.
- Existe una actividad económica centrada en la explotación de recursos forestales en la comarca.
- Hay un peso destacado del sector de la madera y mueble en municipios como Montesa, Vallada, Moixent y la Font.
- Destacaba también la existencia de un sector concreto de arcos fúnebres en Xàtiva.
- El sector agrícola era poco tecnificado. Destacaban las cooperativas y empresas hortofrutícolas y alimentarias.
- El turismo de interior en esta zona no está desarrollado.
- Muchas personas jóvenes emigraban al extranjero en busca de oportunidades.

PASADO (DESDE LOS AÑOS 80 DEL SIGLO XX HASTA LA ACTUALIDAD)

- Se mantienen los sectores económicos de la etapa anterior, si bien hay una mayor tendencia hacia la economía sumergida.
- El sector servicios crece en los municipios de mayor tamaño de la comarca.
- Estos sectores mantienen su actividad hasta nuestros días con una fuerte adaptación técnica, si bien a fecha de hoy se ha registrado una caída debida a la globalización.
- Se registra una transformación de los sectores de la fabricación a la comercialización, aprovechando los bajos costes de producción externos.
- El sector agrícola paulatinamente se va tecnificado, orientado a volumen de producción, si bien registra cierta pérdida de fuerza en el conjunto de las comarcas.
- El cooperativismo no acaba de potenciar sector de la agricultura y la alimentación.

PRESENTE

- El sector confección-textil ahora es minoritario en las comarcas.
- Se está produciendo un cambio productivo hacia la terciarización.
- Hay una lentitud en la adaptación de los sectores como el comercio a los nuevos retos del e-commerce.
- El sector agrícola se ha tecnificado, si bien las explotaciones son básicamente del minifundismo.
- Se están desarrollando experiencias agrarias incipientes de orientación a calidad, no sólo a volumen.
- Muchas de las nuevas iniciativas empresariales no han conseguido mantenerse en el tiempo.
- Hay nuevos proyectos iniciados a nivel turístico-casas rurales para aprovechar los recursos del paisaje agrícola, naturaleza, etc.
- Se está apostando en la diversificación para atraer al neorrural a los municipios de tamaño más pequeño. No obstante, existen dificultades para que la gente acceda al territorio: falta de transporte, falta de banda internet en la mayoría de zonas, comercios, etc.

An aerial, black and white photograph of a massive, multi-level highway interchange. The image shows a dense network of elevated roads, ramps, and overpasses that crisscross and curve through the scene. The perspective is from directly above, looking down on the complex infrastructure. The roads are filled with small cars, and the surrounding area includes some buildings and greenery. The overall impression is one of a highly organized yet intricate system of transportation.

RETOS IDENTIFICADOS

Retos del territorio

Reto 1. Mejora de las infraestructuras. Implementar las mejoras en las infraestructuras de transporte y comunicaciones que permitan apoyar los procesos de asentamiento de población y promoción económica.

Reto 2. Lucha contra la despoblación. Reducir los costes de oportunidad de vida en los municipios rurales, mejorando además los servicios disponibles y la conectividad para asentar y atraer nueva población.

Reto 3. Promoción empresarial. Apoyar la puesta en marcha de procesos y proyectos para la cooperación y colaboración empresarial, y con las administraciones.

Reto 4. Emprendimiento para la diversificación. Apoyar la puesta en marcha de procesos de promoción del emprendimiento para la creación de nuevas empresas que permitan diversificar la economía del territorio.

Retos del territorio

Reto 5. Impulso agropecuario. Apoyar los procesos de innovación del sector agrario, ganadero y agroalimentario y forestal, fomentando las oportunidades del sector y el desarrollo de nuevos modelos empresariales.

Reto 6. Desarrollo turístico. Promover la concreción de productos turísticos basados en los recursos existentes en el territorio, mediante la identificación de nuevas oportunidades en mercados, desde una vertiente sostenible y no masificada.

Reto 7. Formación y empleo. Promover una oferta formativa a todos los niveles, ligando las necesidades empresariales y formativas, así como las oportunidades que ofrece el territorio.

Reto 8. Coordinación territorial. Fortalecer la gestión integral y la coordinación entre los distintos agentes públicos y privados del territorio, siguiendo una clara vocación supramunicipal y fortaleciendo los agentes existentes.



INTERACCIÓN DE TENDENCIAS A OPORTUNIDADES

(Interpretar las confluencias en el mercado)

ECONOMÍA Y MERCADO

Durabilidad

- Productos y servicios con mayores garantías o más durables

Logística

- Compras on-line y envío a casa, también en el ámbito local
- Proveedores seguros

TECNOLOGÍA Y CIENCIA

Las nuevas distancias

- Digitalización: reducción de distancias físicas y temporales.

Autosuficiencia

- Redes globales.
- Personalización, servicios añadidos, mayor exigencia.

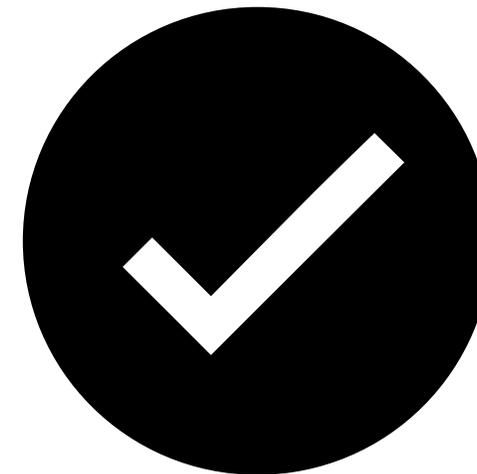
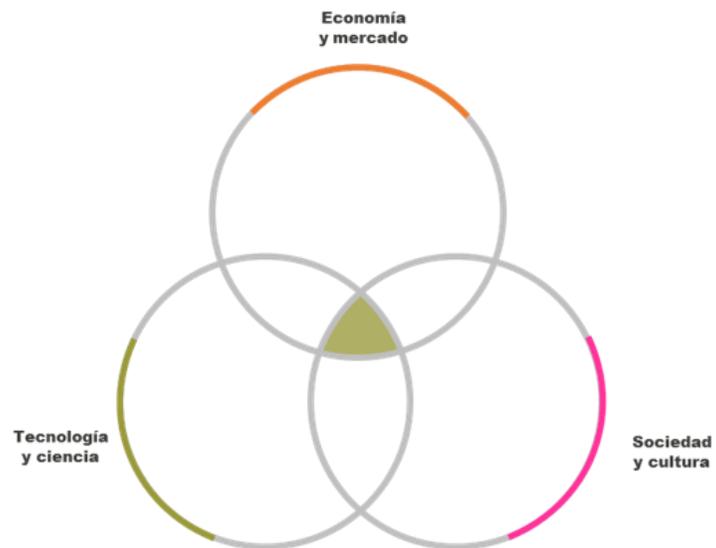
SOCIEDAD Y CULTURA

Sostenibilidad inclusiva:

- Salud, bienestar, smart, movilidad, etc.

Privacidad-información:

- Información, entornos y productos fiables.
- Uso privado en el hogar de cultura y ocio, etc.



21 oportunidades identificadas

21 oportunidades identificadas

Oportunidad

1. Proyecto para reducir las distancias entre territorios y mercados, oportunidad de alcanzar más mercados al que dirigir los productos agroalimentarios

2. Plan de plan de formación y profesionalización del sector agroalimentario

3. Programa de revalorización de productos locales de calidad

4. Plan de incorporación de nuevas técnicas de producción y comercialización agrarias

5. Programa de puesta en valor de los municipios rurales para captar nueva población y frenar el éxodo

6. Realización de un estudio sobre la oferta turística (infraestructuras y servicios) para mejorar la oferta del territorio y diversificar la economía

7. Plan de recuperación de viviendas deshabitadas y segundas viviendas para ofrecerla al mercado y conseguir nueva población

8. Mejora de las infraestructuras tecnológicas para reducir la brecha existente entre entornos urbanos y rurales

16. Promover la creación de empresas turísticas en los entornos rurales: organización de actividades, alojamientos, campings, etc.

17. Creación de una APP que englobe todo el comercio del territorio y al sector agrario (aceite, vino, miel, frutos secos) y que permita la compra on-line y el envío a casa, con ello se fomentaría el comercio local, la compra online, la digitalización de la población, etc.

18. Creación de un Centro de Formación en TIC básicas, que se puede poner en perspectiva, fomentando los actos culturales que se vayan llevando a cabo en cada población al ponerlos a "disposición" online

19. Fomentar la puesta en marcha de un servicio de transporte/taxi rural para el transporte de mercancías, productos del territorio y personas, facilitando así la movilidad y la distribución de productos locales

20. Creación de casas rurales especializadas en servicios de salud para promover el turismo saludable

21. Fomentar los centros de cuidados especializados de personas mayores

9. Plan de recuperación y valorización de los recursos del territorio desde una perspectiva sostenible: agua, montaña, naturaleza, etc.

10. Plan de marketing del territorio mediante la creación de una marca conjunta basada en los productos diferenciados del territorio

11. Plan de impulso a la digitalización de las empresas locales a fin de ampliar mercado a través del canal online

12. Actualización de bases de datos de empresas y entidades a través de las herramientas facilitadas por [Divalterra](#), para poder mejorar su promoción, gestionar bases de datos, interactuar con empresariado, etc.

13. Creación de un mapa de todos los recursos y empresas del territorio para acceder al mismo compartiendo información y promocionar el desarrollo del territorio mediante una herramienta online

14. Identificar, acompañar y apoyar proyectos emprendedores centrados en Silver [Economy](#), teniendo en cuenta el importante peso de la población mayor en la comarca para diseñar productos y servicios para este perfil de cliente que permita impulsar emprendimiento local

15. Plan de apoyo para la reconversión de las empresas para el desarrollo de nuevos productos, ligados a las tendencias derivadas del COVID (textiles sanitarios)

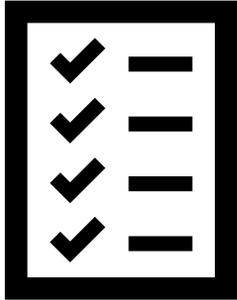
Selección de oportunidades

- 2. Plan de plan de formación y profesionalización del sector agroalimentario **(5 votos)**
- 7. Plan de recuperación de viviendas deshabitadas y segundas viviendas para ofrecerla al mercado y conseguir nueva población **(6 votos)**
- 8. Mejora de las infraestructuras tecnológicas para reducir la brecha existente entre entornos urbanos y rurales **(6 votos)**
- 14. Creación de un mapa de todos los recursos y empresas del territorio para acceder al mismo compartiendo información y promocionar el desarrollo del territorio mediante una herramienta online **(6 votos)**
- 15. Identificar, acompañar y apoyar proyectos emprendedores centrados en Silver Economy, teniendo en cuenta el importante peso de la población mayor en la comarca para diseñar productos y servicios para este perfil de cliente que permita impulsar emprendimiento local **(5 votos)**
- 18. Creación de una APP que englobe todo el comercio del territorio y al sector agrario (aceite, vino, miel, frutos secos) y que permita la compra on-line y el envío a casa, con ello se fomentaría el comercio local, la compra online, la digitalización de la población, etc. **(5 votos)**

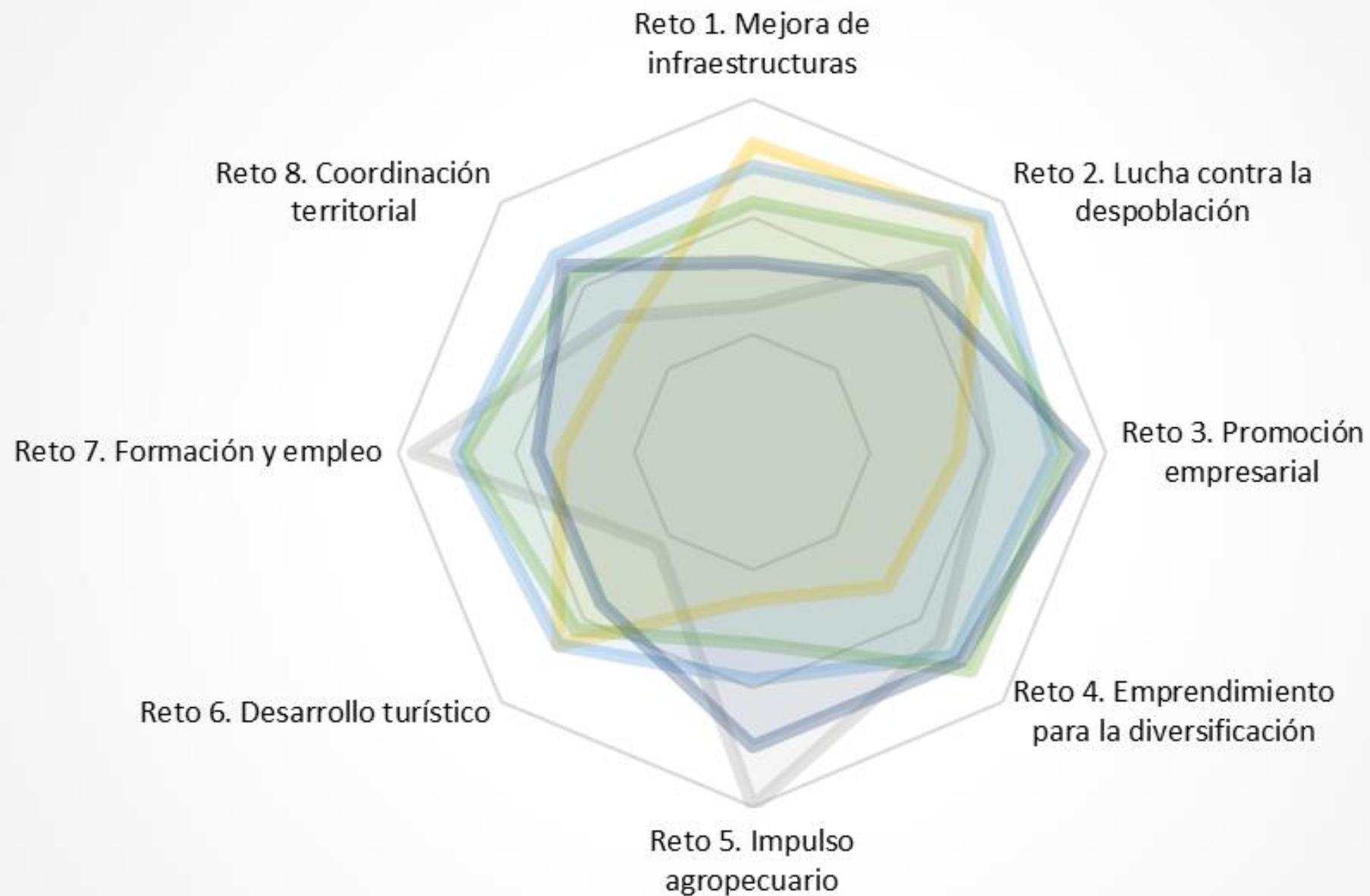
A black and white photograph of a large pile of sharpened pencils scattered on a light-colored surface. The pencils are oriented in various directions, creating a sense of chaos or abundance. The text is overlaid on the lower right portion of the image.

VALORACIÓN Y PRIORIZACIÓN

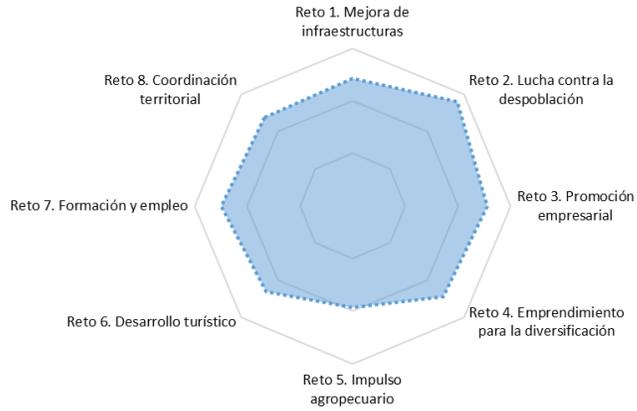
(Relevancia y pertenencia de las soluciones)



Criterios	O2. Formación agraria	O7. Recuperación de viviendas	O8. Infraestructuras tecnológicas	O13. Mapa de recursos	O14. Oportunidades silver economy	O17. APP comercio de productos
Reto 1. Mejora de infraestructuras	1,25	2,62	2,43	1,62	2,12	1,62
Reto 2. Lucha contra la despoblación	2,37	2,75	2,81	1,56	2,5	2,06
Reto 3. Promoción del talento	2	1,75	2,56	2,62	2,68	2,81
Reto 4. Emprendimiento para la diversificación	2,25	1,62	2,43	2,37	2,62	2,5
Reto 5. Impulso agropecuario	3	1,25	1,93	1,81	1,62	2,5
Reto 6. Desarrollo turístico	1,12	2,31	2,31	2,62	2,12	1,81
Reto 7. Formación y empleo	2,87	1,62	2,5	2,12	2,43	1,81
Reto 8. Coordinación territorial	1,62	1,5	2,37	2,62	2,12	2,25
Valoración media	2,06	1,92	2,41	2,16	2,27	2,17



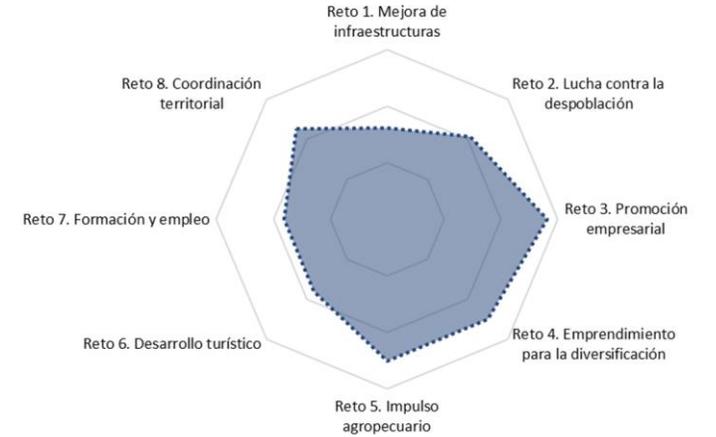
Oportunidad 8. Infraestructuras tecnológicas



Oportunidad 14. Oportunidades Silver economy



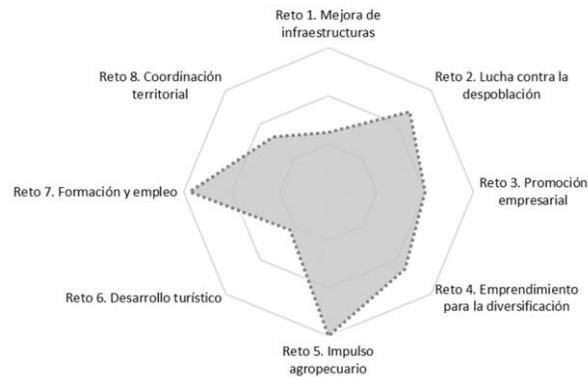
Oportunidad 17. APP comercio de productos



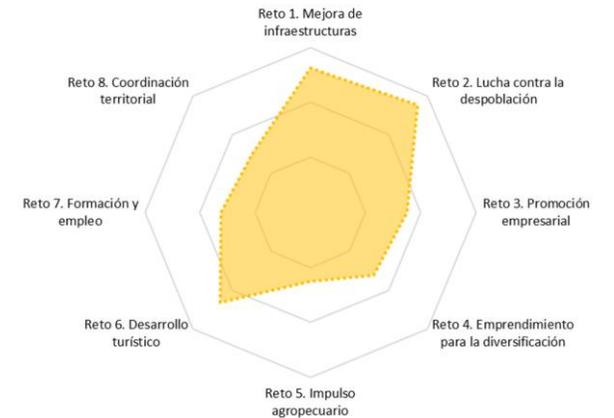
Oportunidad 13. Mapa de recursos



Oportunidad 2. Formación agraria



Oportunidad 7. Recuperación de viviendas





ESCENARIOS DE OPORTUNIDAD ANCUS

(Detallando los factores de la oportunidad)

Escenarios de oportunidad

Plantilla

Actores

Identificación de agentes de interés

An aerial, black and white photograph of a river meandering through a vast, dense forest. The river flows from the upper right towards the lower left, forming a large loop. The surrounding forest is thick and textured, with varying shades of gray. The text is overlaid on the lower half of the image.

**PARTICIPANTES
EN EL PROGRAMA**



Dirección del proyecto

Jesús Casanova (CEEI Valencia)
Ramón Ferrandis (CEEI Valencia)
Pablo R. Ceinos (CEEI Valencia)

Coordinación

Lourdes García (CEEI Valencia)
Jordi Tormo (CEEI Valencia)

Colaboración

Ricard Calvo (Universitat de València-GRIDET)
José Domingo Martínez (ADLYPSE)

Grupo de trabajo

Mancomunitat La Costera-La Canal Navarrés: **Beatriz Sancho**

Grupo de trabajo

Mancomunitat La Canal de Navarrés: **Sandra Alcocer**
DIVALTERRA: **Fidel García, Vanessa Badenas, Andrés Alcaina**
Ajuntament de Navarrés: **Mariví Granero**
Asociación de Municipios Forestales AMUFOR: **Javier Martínez y Vicent Abad**
Associem. Associació de Comerciants i Empreses de Canals: **Arcadi Soriano y Vicente Abad**
FEVECTA Xàtiva: **M^a José Granero**
GAL Caroig-Xúquer: **Pepa Tornero y Angela Mora**
Pacte Territorial Costera-Canal PATEC: **Mayte Bonora**
XÀCEX: **Vicente Abad**
Agencia AVANT: **María Valles**



El programa **Identificación de necesidades territoriales y empresariales** está promovido y financiado por la Generalitat Valenciana, a través del **Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial IVACE**, dentro de su política de soporte a las entidades del ecosistema de apoyo emprendimiento innovador de la Comunitat Valenciana.