

SINTESI DE LA DIAGNOSI DEL PROJECTE ARRELA'T (Apunts per a la participació)



Realitzada per l'Espigall



l'Espigall

SUMARI

SUMARI	3
1. INTRODUCCIÓ	4
2. APUNTS PER A LA DIAGNOSI.....	4
3. DADES DE LES ENTREVISTES REALITZADES.....	5
3.1. Productors primaris	5
3.2. Comerciants i restauradors	5
3.2. Productes consumits	6
4. RESULTATS DEL TALLERS DAFO DE LA DIAGNOSI	7
4.1. Administració local	7
4.2. Restauradors	7
4.3. Comerciants	8
4.4. Pagesos	9
4.4. Priorització de resultats	10
4.4.1. Debilitats.....	10
4.4.2. Amenaces	11
4.4.3. Fortaleses	11
4.4.4. Oportunitats	12

1. INTRODUCCIÓ

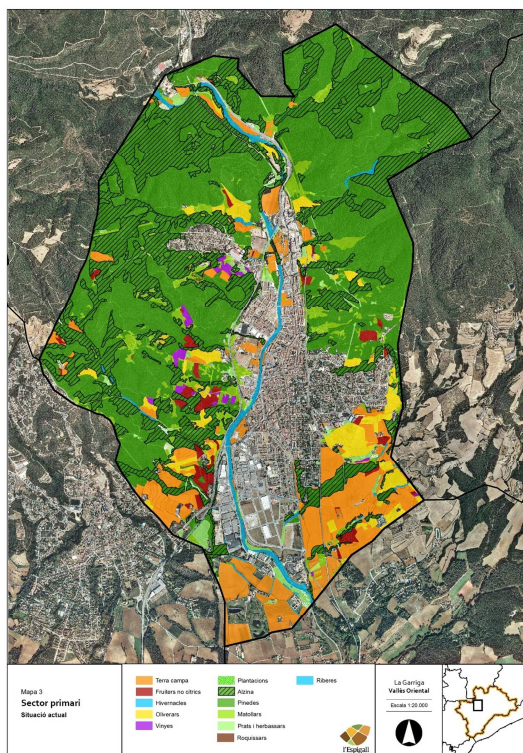
El present document és un resum dels resultats de la diagnosi i del procés de participació DAFO realitzats en el marc del projecte Arrela't de la Garriga.

L'objectiu final d'aquest és aportar un seguit de dades i, sobretot, presentar els resultats de la participació (en clau de diagnosi) per tal de generar un debat que concreti les accions a emprendre al llarg dels propers anys.

2. APUNTS PER A LA DIAGNOSI

- La Garriga conserva una important base territorial agrària focalitzada, especialment, en zones declarades com a sòl no urbanitzable (1403 ha) tot i que una petita part d'aquest total (54 ha) estan en sòl urbà.
- De les 54 ha que estan en sòl urbà, la major part són terres de cultiu de gran aptitud agronòmica i, en molts casos, de regadiu.
- La superfície forestal és la majoritària (1141ha, 81,4%), seguida de l'agrícola (227ha, 16,2%) i, en darrer lloc, de prats i herbassars (34 ha,2,4%). De la superfície forestal, predominen les pinedes (42% del total del SNU) i els alzinars (30,8%).

Il·lustració 1. Plànol de distribució del sòl agrari del municipi (Forestal i agrícola)



Font: Elaboració pròpia

- Hi ha un total de 13 explotacions censades, de les que la totalitat (366 ha) es consideren amb terres. D'aquestes, 5 (243 ha) corresponen a terres amb ramaderia i 8 (122 ha) sense.
- Més del 83% de la superfície agrícola és de conreus de secà. L'olivera (63 ha) i l'ordi (57 ha) són els conreus més extensos, seguits de lluny pel blat (27 ha), l'alfals (17 ha) i els

cereals d'hivern per a farratge (16 ha). Finalment els conreus amb menys de 5 ha són: la vinya, raigràs, civada, ceba, ametller, garrofer, mongeta seca i pèsol sec.

- Pel que fa a la producció, els conreus herbacis són els principals amb l'alfals al capdavant (315 Tn/any). L'ordi i els cereals d'hivern per a farratge es troben en un esglaó intermedi (220 i 180 Tn/any), seguits de l'olivera (114 Tn/any) i el blat tou (115 i 11 Tn/any). En relació als cultius d'horta, la ceba és el majoritari (44 Tn/any). La vinya ostenta una producció propera a les 30 Tn/any i segueix un declivi marcat.
- En relació a la ramaderia, l'any 2009 només hi havia censades 5 explotacions amb una clara predominança de la cabana d'oví (931 caps), seguida del boví d'engreix (500), l'aviram (159) i els èquids (27).

3. DADES DE LES ENTREVISTES REALITZADES

S'ha procedit a realitzar un seguit d'entrevistes a un gran nombre d'actors clau per al desenvolupament del projecte. Entre aquests s'ha entrevistat a: pagesos, restauradors, comerciants, transformadors de productes primaris, cuiners de menjadors col·lectius i representats o treballadors de l'administració.

3.1. Productors primaris

- La major part dels productors són homes, amb una mitjana d'edat superior als 57 anys, tenen estudis secundaris i el seu sector d'ocupació és essencialment el primari.
- Les finques se situen en terrenys al fons de vall i amb bona aptitud productiva, tenen una dimensió petita, el 50% no tenen treballadors, es reparteixen a parts iguals els ecològics i els convencionals i tenen un grau de mecanització mig.
- Majoritàriament, tenen: serveis d'assessorament productiu, un nivell de mecanització adequat, prou aigua per cobrir les necessitats actuals dels cultius, absència de plagues, poca incidència de robatoris i voluntat per canviar cap a un sistema productiu ecològic.
- Per altra banda, consideren que no tenen: una bona fertilitat del sòl, prou superfície de conreu i prou aigua per diversificar cultius.
- En relació a la seva explotació, consideren que tenen relleu generacional, que un 50% són rendibles, que no tenen un sou just però sí que el paguen als seus treballadors, que no han deixat de fer inversions però que no n'hauran de fer al llarg dels propers 5 anys i que, majoritàriament, no volen tancar l'explotació.

3.2. Comerciants i restauradors

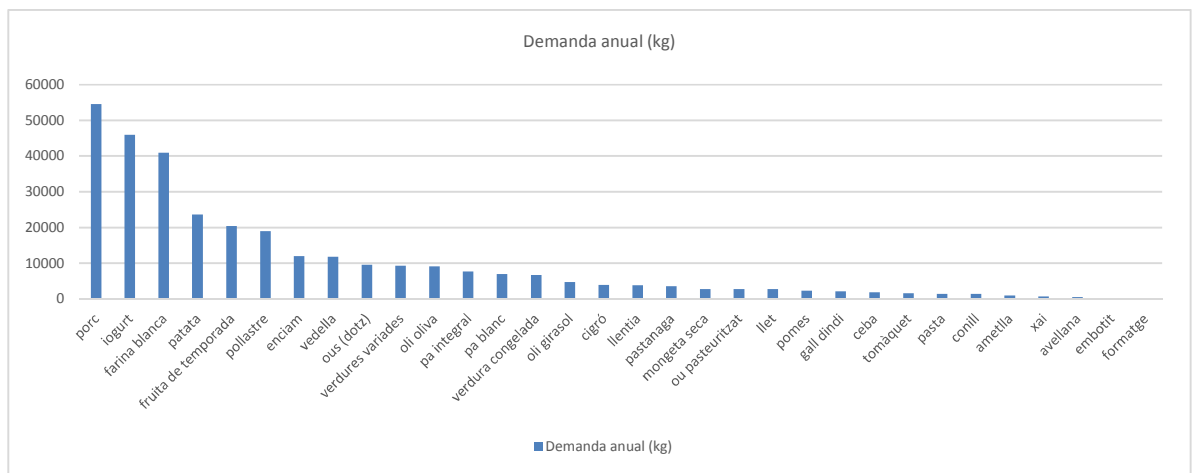
- En bona part són dones, amb una mitjana d'edat de 49 anys, amb estudis secundaris i que estan ocupades al sector serveis.
- Els locals tenen de mitjana uns 130 m², amb 4,3 treballadors per negoci, la meitat dels entrevistats es dedica a la restauració i un 85% té clientela particular.
- En general, consideren que els seus negocis són atractius, han rebut inversions per fer-los més rendibles i no els en calen de noves en els propers 5 anys; tenen relleu i consideren que les inversions per millorar l'entorn urbà són importants i reverteixen sobre els seus negocis.

- Pensen majoritàriament que; no els falta assessorament per a la transformació del seu producte, generen producte de valor afegit, no els calen inversions en la transformació, tenen una bona política de màrqueting i necessiten un increment de la difusió per vendre el producte local.
- De forma majoritària creuen que: el producte local no és elitista, associen el producte local i el producte transformat local a un marge comercial més baix però, malgrat tot, pensen que el podrien vendre.

3.2. Productes consumits

- A partir del mostreig fet a 35 establiments de comerç local, les demandes de producte ascendeixen a 316 Tn/any, el que podria suposar un total aproximat de 1.100 Tn/any al total d'establiments de caire mig o petit del poble.
- Els més consumits són el porc, els iogurts, la farina blanca, la patata, la fruita de temporada i el pollastre.

Taula 1. Distribució demanda de productes consumits pels establiments urbans (comerços, restaurants,...)



Font: Elaboració pròpia

- Del total de producte primari consumit, només el 8% és del municipi i el 17% d'un radi de menys de 50 km.
- Els menjadors col·lectius són els majors generadors de demanda (47% del total), seguits del comerç (38,2%) i dels restaurants (14,1%).
- En general, els establiments que fan més compra de producte local són els que tenen menys de 10 treballadors.

4. RESULTATS DEL TALLERS DAFO DE LA DIAGNOSI

El taller DAFO per a diagnosticar les debilitats, amenaces, fortaleeses i oportunitats dels diversos sectors en vers el projecte va realitzar-se el dia 5 de novembre al Teatre de la Garriga amb l'assistència d'un total de 32 participants repartits en 4 grups de treball (administració local, pagesos, comerciants i restauradors). Els resultats obtinguts a cada taller es llisten a continuació i on s'observa una prioritització dels 3 primers elements de cada grup.

4.1. Administració local

DEBILITATS

- 1 (ADLO) Manca de personal específic
- 2 (ADLO) Dificultat del treball transversal
- 3 (ADLO) Inexistència de definició de model poble
- 4 (ADLO) Incapacitat regulatòria de la càrrega impositiva

AMENACES

- 1 (ADLO) Elevada mitjana d'edat productors
- 2 (ADLO) Pressió urbanística
- 3 (ADLO) Llei de la competència
- 4 (ADLO) Microproductors que no poden ser ajudats per l'administració ja que no estan donats d'alta.

FORTALESES

- 1 (ADLO) Capacitat fiscal de l'administració (ajudes)
- 2 (ADLO) Voluntat política de desenvolupar el projecte
- 3 (ADLO) Capacitat de regulació urbanística
- 4 (ADLO) Potencialitat per comunicar i difondre el missatge a través de mitjans municipals.

OPORTUNITATS

- 1 (ADLO) Teixit econòmic actiu i que vol participar
- 2 (ADLO) Existència de línies de finançament externes
- 3 (ADLO) Models d'èxit replicables
- 4 (ADLO) Elevat retorn de la inversió pública per fer créixer el consum de producte local.

4.2. Restauradors

DEBILITATS

- 1 (RES) Complexitat de gestió de la compra a proveïdors.
- 2 (RES) Manca de temps per buscar producte local o productors.
- 3 (COM) Impossibilitat d'assumir els augments de costos.

AMENACES

- 1 (RES) Límit en la capacitat de producció que puguin assumir aquests productors.
- 2 (RES) Problemes de registre sanitari.
- 3 (RES) No hi ha prou consciència dels consumidors envers els productes locals.
- 4 (RES) Competència grans superfícies (la vam descartar per similitud amb el punt 3).

FORTALESES

- 1 (RES) Flexibilitat davant del canvi.
- 2 (RES) Motivació per part del sector de treballar amb producte local.
- 3 (RES) Llibertat de decisió sobre la compra de producte (a diferència de les cadenes de restaurants).
- 4 (RES) Haver assumit la importància del consum del producte local (vam decidir descartar-la per ser molt semblant al punt 2).

OPORTUNITATS

- 1 (RES) Alta possibilitat de trobar aquest producte i contacte directe en aquest municipi.
- 2 (RES) Increment de visitants/clients i/o habitants amb alt interès pels hàbits saludables.
- 3 (RES) Interès per fer possible l'augment de consum del producte local.

4.3. Comerciants

DEBILITATS

- 1 (COM) Cal vendre producte elaborat més car
- 2 (COM) En molts casos el producte local no et permet tenir una oferta constant al llarg de l'any
- 3 (COM) A vegades el producte local és menys comercialitzable (aspecte subòptim, producte parcialment malmès, etc.)
-

AMENACES

- 1 (COM) La dispersió de l'oferta fa que els botiguers tinguin dificultats quins productes locals estan disponibles i en quin moment
- 2 (COM) No existeixen proveïdors de determinats productes (no hi ha escorxadors ni obradors que facin farina, conserves, etc)
- 3 (COM) El producte local pot desaparèixer a mig terme (per edat dels productors i dificultats a obtenir un rendiment econòmic adequat)

FORTALESES

- 1 (COM) El producte local millora el valor afegit de l'establiment i del producte elaborat
- 2 (COM) Tenir producte local ajuda a estendre'n el coneixement i apreciació per part del públic
- 3 (COM) El petit comerç es pot adaptar a la temporalitat de certs productes (hortalisses, bolets, etc.

OPORTUNITATS

- 1 (COM) A La Garriga existeix un públic amb molt interès en el producte local
- 2 (COM) La Garriga té una bona reputació com a poble amb un comerç local de qualitat
- 3 (COM) Emprar producte local promou l'activitat del sector primari local, realimentant la reputació del comerç de proximitat i de qualitat.

4.4. Pagesos

DEBILITATS

- 1 (PRO) Poc relleu generacional
- 2 (PRO) Pocs productors professionals
- 3 (PRO) Manca de comercialització local
- 4 (PRO) Baixa rendibilitat de l'agricultura
- 5 (PRO) Manca de teixit comercial entre els productors
- 6 (PRO) Força desconeixement sobre l'existència dels productors
- 7 (PRO) Baixa eficiència de la parada de l'Associació Agrària al mercat setmanal
- 8 (PRO) Poca superfície agrària del municipi

FORTALESES

- 1 (PRO) Nivell social i econòmic del consumidor de La Garriga
- 2 (PRO) Existència de l'Associació Agrària i de la parada al mercat d'aquesta
- 3 (PRO) Qualitat del producte local
- 4 (PRO) Situació geogràfica del municipi: relativament a prop de Barcelona i atractiva pel turisme
- 5 (PRO) Mercat setmanal dels dissabtes (reconegut a nivell comarcal)
- 6 (PRO) Clima

AMENACES

- 1 (PRO) Competència amb els preus que ofereixen distribuïdors i supermercats.
- 2 (PRO) Competència amb els preus d'altres productors de la zona
- 3 (PRO) Baixos preus de mercat (venda a l'engròs)

OPORTUNITATS

- 1 (PRO) Marca de producte de La Garriga reconeguda
- 2 (PRO) Alt potencial de consum que té el municipi, que podria absorbir gran part de la producció local
- 3 (PRO) Producció de productes diferents respecte altres productors de la zona i cultiu de varietats locals
- 4 (PRO) Moda del producte de proximitat
- 5 (PRO) Venda online (com ja fan altres productors)
- 6 (PRO) Més oportunitat de difusió del producte local (ex. anunci de ràdio)

4.4. Priorització de resultats

Dels resultats de cada taller s'ha procedit a fer una votació conjunta on cada participant podia puntuar, per ordre d'importància els resultats de cada apartat de la DAFO, els resultats de la priorització col·lectiva han estat:

4.4.1. Debilitats

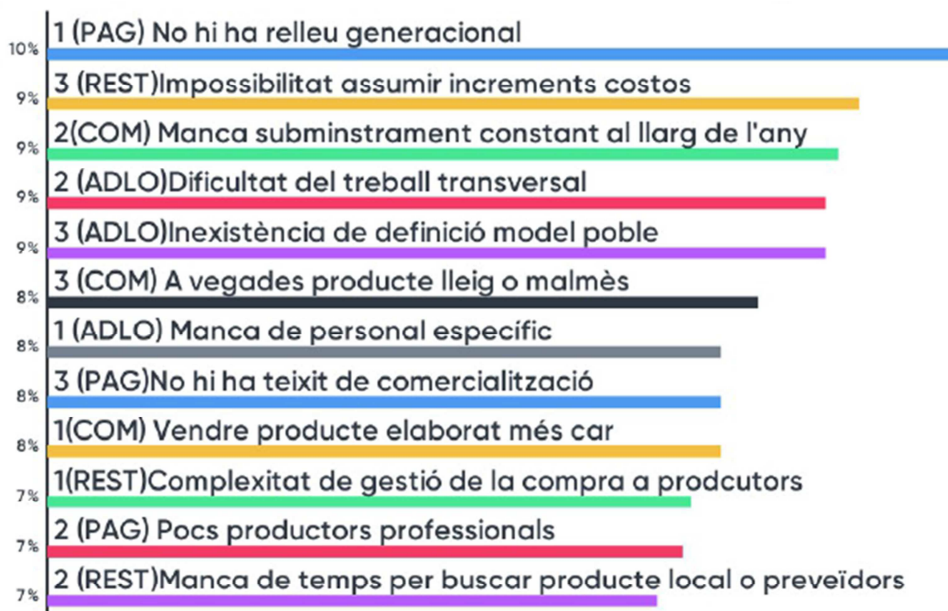
Com es pot observar al gràfic, la principal debilitat ha estat la manca de relleu generacional dels pagesos (ha obtingut el 10% de la puntuació), seguit de la impossibilitat d'assumir els costos generats pel producte local en els preus dels plats cuinats en el sector de la restauració. També, la manca de subministraments constant al llarg de l'any és una de les debilitats que afecta més als comerciants.

A continuació, les debilitats detectades a l'administració local, com ara la dificultat de treball transversal o la manca de definició d'un model de poble han rebut el 9% el dels vots.

Ja a major distància, els productes llejats o malmesos o la manca de personal específic per part de l'administració per dur a terme un projecte com aquest han estat a la zona mitjana de les debilitats més prioritzades.

En general, les menys valorades han estat el fet que hi hagi pocs productors locals i la manca de temps per part dels restaurants per aconseguir producte local.

Il·lustració 2. Priorització de les debilitats



Font: Elaboració pròpia

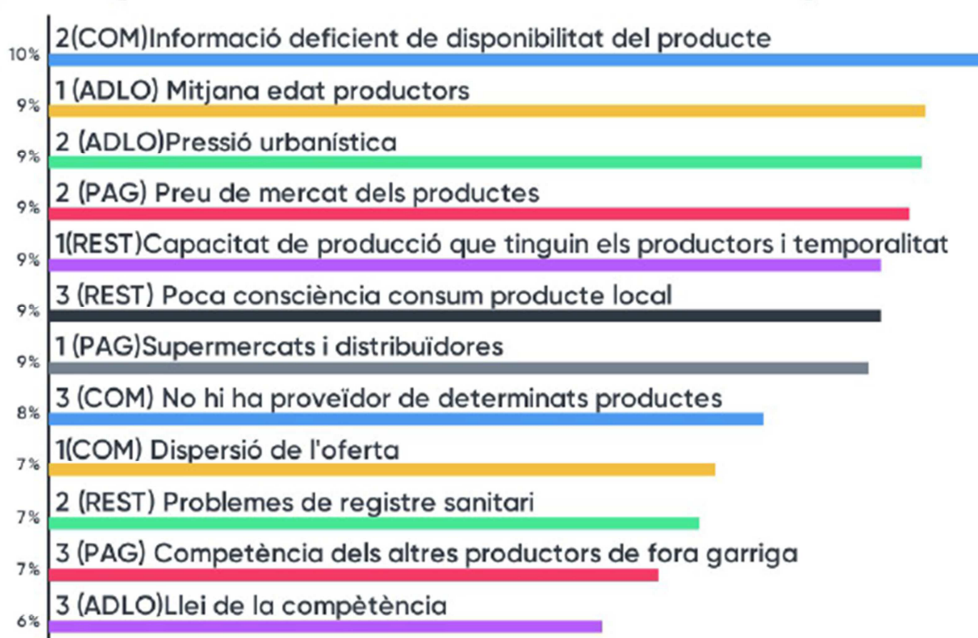
4.4.2. Amenaces

Pel que fa a aspecte negatiu d'origen extern, la manca d'informació de disponibilitat de producte del pagesos cap als comerciants ha estat el més destacat (10% vots), seguit de la mitjana d'edat dels productors, o de la pressió urbanística sobre la base territorial apta per a produir. També, els preus de mercat dels productes o la capacitat de producció i la temporalitat del producte local s'han situat a la zona mitjana de les amenaces.

Com en el cas anterior, hi ha un creuament de debilitats i amenaces entre sectors, el que un sector ho considera un factor extern, un altra sector ho pot considerar una debilitat interna.

Per altra banda, les menys valorades han estat la competència per part d'altres productors primaris de fora de la Garriga o la llei de la competència que no permet regular preus.

Il·lustració 3. Priorització de les amenaces



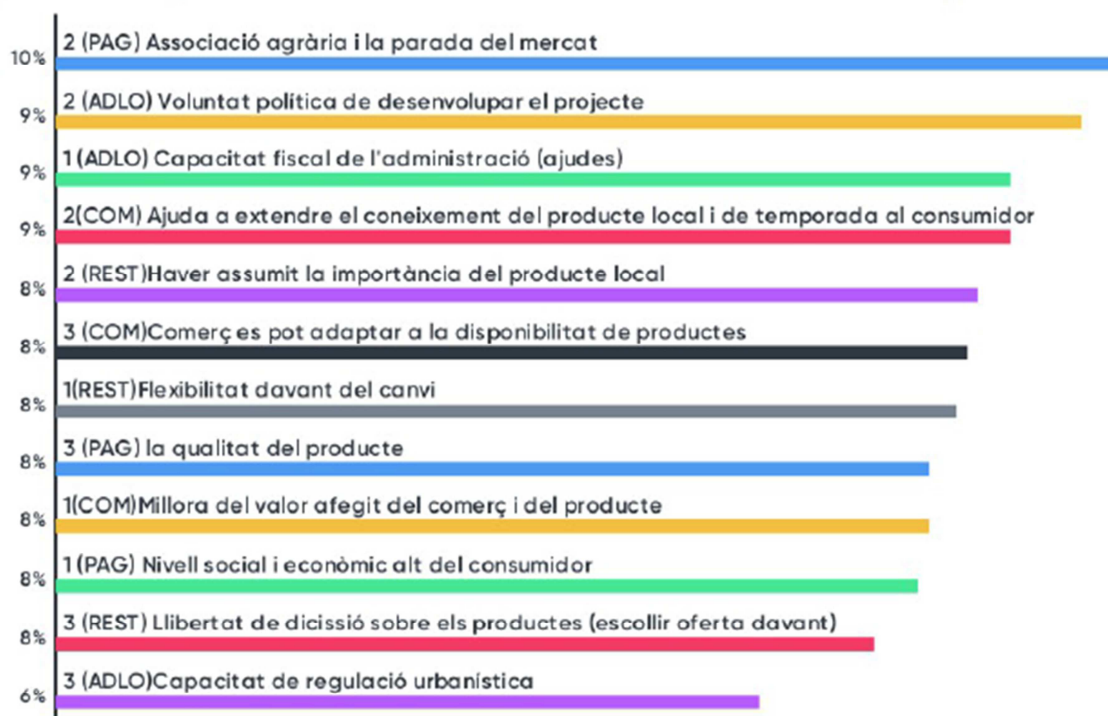
Font: Elaboració pròpia

4.4.3. Fortaleses

Pel que fa als aspectes positius, la més valorada ha estat l'associació agrària i la parada del mercat setmanal seguida de la voluntat política per a desenvolupar el projecte així com la capacitat fiscal per a donar ajudes que pot tenir l'administració en aquest camp. L'ajuda a estendre el coneixement i consum del producte local entre la població ha estat valorada al mateix nivell que l'anterior.

Les fortaleses menys valorades han estat la llibertat dels restauradors per escollir els productes així com la capacitat de regulació urbanística de que disposa l'administració.

Il·lustració 3. Priorització de les forteses



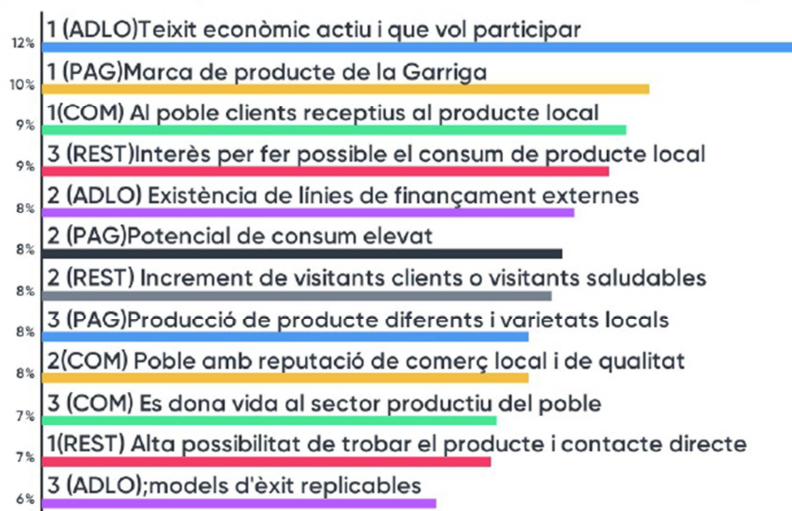
Font: Elaboració pròpia

4.4.4. Oportunitats

Finalment, els aspectes positius que depèn del context exterior més puntuats han estat el fet que hi hagi un teixit econòmic actiu i que vol participar al projecte (12% dels vots). En segon lloc, i a certa distància (10%vots), la capacitat de creació d'una marca de producte de la Garriga. A continuació, un poble amb un nombre elevat de clients potencialment demandants de producte local i, des de la perspectiva dels restauradors, un interès per fer visible aquest producte a través dels seus plats.

Les menys valorades han estat l'elevada possibilitat de contacte directe i d'aconseguir aquest producte per part dels restauradors i, en darrer terme, l'existència de municipis propers que ja gestionen amb èxit projectes com el que es planteja.

Il·lustració 4. Priorització de les oportunitats



Font: Elaboració pròpia