

A	B		C	D	E	F	G	H	I
GOBERNANZA. EJE ESTRATÉGICO 0: CREACIÓN DE UNA DINÁMICA DE COLABORACIÓN ENTRE AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS									
LINEAS DE ACTUACIÓN	ACCIONES		Prioridad	Grado de consecución			Principales resultados	Propuesta de mejora	
3	G.0.1.1. Impulso del Observatorio Socioeconómico de Sakana como plataforma para el impulso de la colaboración público-privada y para la reflexión estratégica.		A				El Observatorio Socioeconómico se encuentra actualmente consolidado, realizándose como mínimo 1 reunión anual. Durante este tiempo el papel del Observatorio ha adquirido una mayor relevancia, asumiendo el plano evaluativo del Plan Estratégico a su vocación más reflexiva inicial.	Continuación.	
	G.0.1.2. Articular y fortalecer el Centro de Desarrollo Comarcal del polígono de Utzubar (Arbizu).		A				Las 3 entidades con vocación de promover el desarrollo socioeconómico de Sakana (Sakanako Garapen Agentzia, Cederna-Garalur y Asociación Empresarios de Sakana) se han establecido en un mismo espacio, el centro de desarrollo de Sakana UTZUGANE (www.utzugane.eus). Además de ello, se ha generado una dinámica de colaboración entre entidades, que se han cristalizado en diferentes acuerdos de colaboración.	Continuar con la integración y alineación de estrategias. Desarrollar instrumentos de colaboración.	
	G.0.1.3. Impulsar la formación en las políticas sistémicas de desarrollo local y regional.		D				Se ha generado una dinámica de formación en base a necesidades identificadas tanto a nivel público como privado.	Continuación	
6	G.0.2. Impulso de políticas de clústeres o foros sectoriales (por ejemplo, en ramas de actividad como metalurgia, productos metálicos, madera, agroalimentación, energía...).		D				Jornadas divulgativas generales e información individualizada para iniciativas concretas de colaboración interempresarial.	Continuación	
7	G.0.2.2. Identificación y puesta en marcha de foros sectoriales.		D				Definición de los ámbitos de especialización inteligente comarcales, y puesta en marcha de grupos de trabajo para la definición de proyectos. Puesta en marcha de grupo de trabajo de transformación digital.	Continuación con los grupos y proyectos existentes. Refuerzo del grupo transversal de transformación digital.	
8	G.0.3. Impulso a la interrelación y colaboración entre el mundo educativo y el mundo laboral. Impulso al centro de FP como agente activo en la estrategia de desarrollo de la comarca.		D				Puesta en marcha de la mesa de formación/ Realización de estudios en colaboración con la Asociación de Empresarios de Sakana para la detección periódica de perfiles e inicio de acciones para solventar dichas necesidades (formación dual y otros)	Continuación y seguimiento de las iniciativas acordadas por la mesa de formación. Refuerzo de su actividad	
9	G.0.3.2. Impulso de la colaboración entre el centro de Formación Profesional y el tejido productivo comarcal para la realización de cursos formativos y la promoción de prácticas en empresa. En el medio plazo se puede plantear posibles alianzas con otros centros de F.P.		A				Puesta en marcha de la formación dual en el centro FP de Altsasu/ Incremento de ciclos de FP ajustados a demanda/ Contactos con centros de FP a nivel supracomarcal.	Continuación	
10	G.0.4. Establecer un protocolo para solucionar problemas entre empresas y ayuntamientos.		A				Identificación de problemáticas y definición de propuestas/ Desarrollo de dinámica flexible para el entendimiento entre pares mediante la intermediación de la Agencia de Desarrollo de Sakana.	Continuación	
11	G.0.5. Establecer un marco de colaboración estable con el Gobierno de Navarra y entidades asociadas (CEIN...).		A				Múltiples presentaciones del Plan Estratégico y de la Agencia de Desarrollo de Sakana en foros y medios /Reuniones de conocimiento prácticamente con todas entidades públicas de Navarra.	Seguimiento y presentación de valoración intermedia	
12	G.0.5.2. Identificación de marcos de colaboración y de financiación para la materialización del Plan Estratégico.		A				Se ha colaborado con la Dirección General de Política Económica y Empresarial y Trabajo en la definición del marco estable de colaboración a través de los Planes de Activación Comarcal	Mejora de los marcos de colaboración para dotar de estabilidad y mejorar la eficacia en la implementación del Plan Estratégico	

A		B			C	D	E	F	G	H		I
INDUSTRIA, EJE ESTRATÉGICO 1: MEJORA DEL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES		ACCIONES			Prioridad	Grado de			Principales resultados		Propuesta de mejora	
1												
2	LÍNEAS DE ACTUACIÓN											
3	11.1. Fomentar el acceso de las empresas a las herramientas de apoyo para la mejora de su posicionamiento.	11.1.1. Conocer las necesidades de empresas en materia de gestión empresarial, recursos humanos, innovación y cambio tecnológico, comercialización, financiación, internacionalización...	D						Seguimiento de las empresas y análisis periódicos de necesidades en las empresas. Cuestionario general abarcando al 84% del empleo industrial/ Diagnóstico digital del 8 empresas que suponen el 18% de los empleos industriales	Actualización y seguimiento/Profundización diagnóstico digital		
4		11.1.2. Facilitar el acceso de las empresas a las herramientas de apoyo para la mejora de la operativa empresarial.	B						Información de medios disponibles ajustada a la necesidad de las empresas	Promoción de nuevos modelos de gestión basados en la participación de las personas trabajadoras		
5		11.1.3. Impulsar la acción formativa (jornadas, cursos...) en torno a herramientas y técnicas de mejora de la productividad industrial y a las	D						Curso de Gestión por procesos/ Información personalizada sobre recursos formativos disponibles	Promoción del desarrollo de estrategias de gestión de la innovación.		
6		11.1.4. Impulsar la internacionalización y las misiones comerciales en otros países.	D						SetSakana/InterSakana	Promover el desarrollo colaborativo de productos como fase previa de internacionalización		
7		11.1.5. Elaboración de un plan específico para el posicionamiento estratégico de microempresas y pequeñas empresas.	D						Agrupación de empresas SetSakana	Mejorar posicionamiento en base a proyectos colaborativos concretos de desarrollo de producto		
8	11.2. Impulso a la innovación.	11.2.1. Elaboración de un catálogo de capacidades y recursos tecnológicos de las empresas industriales y servicios anexas de la comarca.	A						Invest in Sakana	Actualización y seguimiento de las labores de promoción en relación con Invest in Navarra		
9		11.2.2. Creación de un observatorio tecnológico de apoyo a empresas y al emprendimiento.	D									
10		11.2.3. Jornadas de sensibilización sobre la importancia de la I+D+i y de los instrumentos existentes para su apoyo.	D						Jornadas sobre instrumentos de apoyo a I+D+i/ Jornadas de buenas prácticas en la materia/ Jornadas sobre transformación digital	Continuación.		
11		11.2.4. Impulsar la involucración de las empresas comarcales en iniciativas de I+D+i regional, estatal y europeo.	D						2 proyectos colaborativos comarcales de I+D+i con la participación de 8 empresas/Definición de nuevos proyectos	Continuación.		
12		11.2.5. Impulso de actividades de prospección y comercialización: ferias, relaciones con agentes de los sistemas regionales de innovación, oficinas	D						Relaciones y contacto permanente con agentes de diferentes sistemas regionales de innovación, especialmente euroregión Euskadi-Navarra-Aquitania.	Continuación.		
13		11.2.6. Impulso a la implantación de empresas de base tecnológica en la Comarca.	A						Ámbitos de especialización inteligente y necesidades de conocimiento identificadas y comunicadas a entidades regionales/ Definición de polo de innovación de transformación digital Dinabide.	Continuación.		
14	11.3. Mejora de la gestión de los recursos humanos.	11.3.1. Identificación de necesidades de cualificación técnica, profesional y en la gestión empresarial.	D						Análisis inicial con visitas in situ a empresas de Sakana (84% de los empleos industriales)/Seguimiento y ampliación de parámetros analizados/ Cuestionario regulares para identificar necesidades específicas/Creación "Mesa de Formación de Sakana"	Continuación		
15		11.3.2. Impulsar la acción formativa hacia las necesidades detectadas.	D						Aumento de ciclos adaptados a necesidades comarcales/ Puesta en marcha formación dual/Desarrollo proyectos singulares adaptados a necesidades específicas de cada empresa	Seguimiento/Reforzar la promoción de la empleabilidad industrial mediante FP (oferta y demanda)/Implementación del Plan Estratégico FP		
16		11.3.3. Crear un foro de debate entre sindicatos y empresarios para la mejora de la calidad de las relaciones laborales.	A									
17		11.3.4. Impulsar la difusión de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas.	D									
18		11.3.5. Promocionar planes de igualdad en la contratación y en las empresas.	D									
19		11.3.6. Creación de una base de datos permanentemente actualizada con los estudiantes de la comarca en niveles técnicos y universitarios.	A						Analizado en la "Mesa de Formación de Sakana"			
20		11.3.7. Impulsar las prácticas de estudiantes en empresas de la comarca.	D						Mecanismos de atracción de alumnos de FP a nivel de Navarra para satisfacer necesidades detectadas/ Formación dual	Continuación		
21	11.4. Fomento de la cooperación y mejora de la articulación inter-empresarial.	11.4.1. Divulgar información y formación sobre las políticas de clústeres y las posibilidades de la colaboración inter-empresarial. (Ídem G0.2.1.)	D									
22		11.4.2. Identificación y puesta en marcha de foros sectoriales. (Ídem G0.2.2.)	D									
23		11.4.3. Promoción de proyectos de cooperación.	C						2 proyectos de I+D+i de cooperación interempresarial en marcha/ 1 proyecto de cooperación público-privada en marcha: e-HIERA-Microred de Lizarraga/SetSakana/InterSakana	Continuación.		
24		11.4.4. Creación de un foro que aglutine a cooperativas y sociedades laborales para el fomento de la economía social y la búsqueda de sinergias.	C						Jornadas de promoción de la economía social/ Acuerdo con ANEL	Continuación.		
25		11.4.5. Identificar posibles necesidades y oportunidades para el desarrollo de servicios conexos a la industria (servicios de logística...)	D						Necesidades identificadas			
26		11.4.6. Analizar e identificar posibilidades de mejora en la articulación inter-empresarial y de necesidades y servicios que puedan suministrarse por empresas locales, mediante el diálogo con las medianas y grandes empresas	A						Posibilidades de intercooperación analizadas y planteadas a las empresas	Continuación.		
27	INDUSTRIA, EJE ESTRATÉGICO 2: IMPULSAR LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS											
28	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	ACCIONES			Prioridad	Grado de			Principales resultados		Propuesta de mejora	
29	12.1. Impulsar el emprendimiento.	12.1.1. Diseño de una acción coordinada para la sensibilización, el fomento y la ayuda al emprendimiento entre agentes implicados.	A						Creación de la mesa de emprendimiento/ Realización del Plan de Emprendimiento de Sakana	Seguimiento del plan y dinamización de la mesa		
30		12.1.2. Formación sobre metodologías de intra-emprendimiento e inter-emprendimiento para las empresas.	D						Análisis de la situación inicial y desarrollo de propuestas	Promover nuevos modelos organizativos especialmente aquellos basados en el aumento de la participación de los trabajadores en la empresa		
31		12.1.3. Talleres de selección de nuevas oportunidades de negocio	A						Grupos de trabajo dentro del proceso de especialización inteligente de Sakana	Continuación		
32		12.1.4. Creación de una incubadora o vivero de empresas.	A						Definición del Polo de Innovación Digital Dinabide	Continuación.		
33		12.1.5. Creación de la incubadora cooperativa.	A						Definición del Polo de Innovación Digital Dinabide	Continuación.		
34		12.1.6. Creación de un espacio HUB o de co-working para desarrollo de ideas.	C						Definición del Polo de Innovación Digital Dinabide	Continuación.		
35		12.1.7. Puesta en marcha de dinámicas de colaboración entre nuevos emprendedores y empresarios en activo o inactivos.	B						Identificación y comunicación de oportunidades de negocio en empresas con dificultades de relevo/ Promoción de la transformación cooperativa de empresas sin relevo en colaboración con ANEL.	Continuación.		
36		12.1.8. Identificación y puesta en marcha desde los Ayuntamientos de medidas que favorezcan el emprendimiento	A						Subvenciones del ayuntamiento de Altsasu			

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
37		12.1.9. Creación de una base de datos permanentemente actualizada con los estudiantes de la comarca en niveles técnicos y universitarios. (Ídem 1.1.3.6.)	D						
38		12.1.10. Ayudar en la búsqueda de financiación para nuevos emprendedores.	A						
39	12.2. Gestión proactiva para la atracción de inversiones.	12.2.1. Elaboración de un plan de atracción de empresas a partir de la colaboración entre instituciones locales, forales y otros agentes. (Punto relacionado con las líneas de actuación 1.1.5., 1.4. e 1.5.)	A					Mecanismos de colaboración interinstitucional para la instalación de empresas en la comarca/Realización de la iniciativa Invest in Sakana	Atracción de talento y empresas relacionadas con proyectos de innovación colaborativa
40		12.2.2. Impulso a la implantación de empresas de base tecnológica en la Comarca. (Ídem 1.1.2.6.)	D						
41	INDUSTRIA, EJE ESTRATÉGICO 3: MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS								
42	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	ACCIONES	Prioridad	Grado de	Principales resultados			Propuesta de mejora	
43	13.1. Mejora de la oferta de suelo industrial.	13.1.1. Realización de un estudio sobre estado y nivel de ocupación de polígonos industriales e inventario de calificación de suelos, solares	A				Proyecto INDUSLAND: recogida de datos de portales, establecimientos, naves y terrenos de todos los polígonos industriales y de las zonas no industriales de Sakana, y desarrollo de mecanismos	Implantación de los usuarios municipales para la actualización de los datos	
44		13.1.2. Actuaciones para mejora y rehabilitación de polígonos y pabellones industriales.	D				Propuestas de actuación y apoyo en desarrollo de soluciones a los ayuntamientos sobre todo en materia de suministro eléctrico, alumbrado público e Internet.	Continuación.	
45		13.1.3. Trabajar por alcanzar acuerdos entre todos los Ayuntamientos y NASUVINSA para la oferta y gestión de suelo industrial.	B				Dinámica de trabajo entre NASUVINSA-Ayuntamientos-Agencia de Desarrollo para la oferta y gestión de suelo industrial	Mejora de mecanismos de trabajo y promoción del acuerdo su concreción	
46		13.1.4. Cambiar el paradigma de oferta de pabellones hacia el modelo francés de respuesta rápida a demandas efectivas. A medio plazo, en función del nivel de ocupación existente y de la coyuntura económica, realizar un estudio sobre posibilidad de creación de polígono industrial y de servicios de alto valor añadido, de tipo integral que oferte servicios mancomunados, en lugar	B				Presentación en Indusland de el nuevo modelo de Gobernanza para gestión de polígonos.	Desarrollo del modelo e implantación en un polígono industrial	
47	1.3.2. Mejora del acceso a redes informáticas.	1.3.2.1. Posibilitar acceso a la fibra óptica o la banda ancha de internet.	D				Desarrollo de ordenanza municipal para el despliegue de redes de telecomunicación/Participación en la definición del Plan de Banda Ancha		
48	1.3.3. Mejoras en el ámbito educativo.	1.3.3.1. Estudio del fenómeno de la migración de alumnado a otras comarcas.	B				Estudio previo/acciones correctoras en fase de implementación: comunicación y desarrollo de		
49		1.3.3.2. Creación de un foro de centros educativos para la identificación de posibles mejoras en este ámbito y de posibilidades de colaboración con la estrategia de desarrollo comarcal.	D				La Mesa de Formación para llevar a cabo la estrategia de formación de Sakana elaborada por la Asociación de Empresarios de Sakana. Además también hay una entidad denominada "Sakanako Herri Eskolak" donde se agrupan todas las escuelas de Sakana para la toma de decisiones para la	Continuación	
50	INDUSTRIA, EJE ESTRATÉGICO 4: CONSTRUIR UNA IMAGEN POSITIVA Y ATRACTIVA DE LA COMARCA								
51	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	ACCIONES	Prioridad	Grado de	Principales resultados			Propuesta de mejora	
52	1.4.1. Promoción de la comarca y de sus ventajas competitivas.	1.4.1.1. Elaboración de un catálogo industrial de empresas y un mapa de competencias productivas, técnicas y tecnológicas de la comarca.	A				Elaboración del documento informativo Invest in Sakana incorporando los puntos fuerte de la comarca: la especialización metalmeccanica, ubicación, etc.	Desarrollo comunicativo de la acción. Coordinación con SODENA para su seguimiento	
53		1.4.1.2. Diseño e implementación de un plan de marketing para la difusión de las fortalezas y las oportunidades de la comarca.	A				Comunicación de logros de Sakana. Financiación PE2020. Proyectos estratégicos. Microrred. Gestión energética inteligente.	Continuación y mejora de los medios para la implementación	
54		1.4.1.3. Promoción de un sello o marca de calidad "Sakana".	D				Desarrollo inicial de la "Marca Sakana"	Continuación	
55		1.4.1.4. Realización de misiones comerciales al extranjero para la promoción de las empresas y capacidades comarcales.	D						
56	1.4.2. Impulsar y fortalecer dinámicas comarcales.	1.4.2.1. Impulsar dinámicas comarcales de colaboración en todos los ámbitos (institucional, empresarial, cultural, deportivo...) para el fortalecimiento de la identidad comarcal, y promoción a nivel interno de las fortalezas y las actuaciones positivas de los agentes comarcales (empresas, instituciones, agentes de desarrollo...).	A				Promoción del asociacionismo sectorial/ Proyecto estratégico BERTAN/Utzugane	Continuación	
57		1.4.2.2. Identificación de sinergias obtenibles a partir de la colaboración comarcal en el ámbito de la administración local.	C				Carta de servicios municipales para empresas/ Definición de la hoja de ruta para la transformación digital de la administración pública comarcal.	Continuación	
58	1.4.3. Impulsar relaciones con otras comarcas y agencias de desarrollo.	1.4.3.1. Impulsar las relaciones con otras comarcas y otras entidades de desarrollo para el intercambio de experiencias y posibles colaboraciones.	D				Red de contactos intercomarcales establecida y búsqueda activa de oportunidades de colaboración	Continuación	

A		B		C	D	E	F	G	H		I
EJE 1. GESTIÓN DEL DESTINO											
LINEAS DE ACTUACIÓN		ACCIONES		Prioridad	Grado de consecución			Principales resultados		Propuesta de mejora	
3	T1.1. CREACION DE BASES PARA LA GESTION	T1.1.1. Definición y puesta en marcha de una mesa de coordinación público-privada		B					Integración de la Agencia de Desarrollo de Sakana en la asociación turística Bidelagun		Continuar con labores de coordinación
4		T1.1.2. Creación de agrupación Turística		B					Ampliación de la Asociación Bidelagun al resto de agentes con interés en el sector turístico		
5		T1.1.3. Mejorar el conocimiento mutuo y fomentar la interrelación entre los actores privados		C					Realizadas jornadas de conocimiento entre agentes comarcales y diseño de iniciativas y productos en colaboración		Continuación con seguimiento y conocimiento nuevas iniciativas
6		T1.1.4. Realización Inventario de recursos del sector turístico/Plan de turismo		B					Inventario de recursos turísticos realizado		Actualización
7		T1.1.5. Creación figura Técnico turismo		B					La Agencia de Desarrollo de Sakana dispone de una técnico de turismo		
8	T1.2. COLABORACIÓN TERRITORIAL	T1.2.1. Creación de sinergias con gestores turísticos circundantes		B					Acuerdos de colaboración con Plazaola y proyectos de colaboración con Lautada turismo (Llanada Alavesa) y la Atun-Red de parques (Gipuzkoa)		Continuación
9	T1.3. INFORMACIÓN TURÍSTICA	T1.3.1. Plan de comunicación		B					Diseño y libro de estilo de elemento agrupador del turismo.		Desarrollar plan de comunicación
10		T1.3.2. Crear programa de puntos de información turística		A					Programa de puntos de información estacional desarrollado en colaboración con Plazaola		Desarrollar otras modalidades de información en establecimientos del valle
11	T1.4. SEÑALIZACIÓN	T1.4.1. Estudio de la señalización de elementos de interés cultural/natural		C					Estudio realizado y solicitudes tramitadas a los departamentos del Gobierno de Navarra correspondientes		Revisión y actualización
12	T1.5. SOSTENIBILIDAD SOCIAL	T1.5.1. Creación de sinergias con otros sectores		C					Colaboración constante en la identificación, definición e implementación de acciones entre las técnicas de Turismo y Agroalimentación de la Agencia de Desarrollo de Sakana		Continuación
13		T1.5.2. Creación de mesa de coordinación cultural de sakana		C					Contacto permanente con los técnicos de cultura de Sakana e implementación de acciones puntuales		Mayor coordinación e integración.
14		T1.5.3. Potenciación de eventos culturales existentes e integración dentro de la marca sakana		B					Colaboración con los organizadores de eventos de Sakana y promover la alineación de eventos con la Plan Estratégico		Continuación
15		T1.5.4. Identificación y puesta en valor de recursos patrimoniales		C					Identificados recursos patrimoniales susceptibles de poner en valor		Continuación
16	T1.6. MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR	T1.6.1. Promoción estándares calidad		C					Análisis inicial del sector y necesidad de estándares realizada		Atracción de recursos regionales para satisfacer dichas demandas
17		T1.6.2. Promover iniciativas de formación para el sector		B					Identificación de necesidades formativas e implementación en colaboración con la Asociación Bidelagun		Continuación
18		T1.6.3 Promocionar iniciativas de buenas prácticas y certificados de calidad turística		D							
EJE 2. DINAMIZACIÓN DEL TURISMO											
LINEAS DE ACTUACIÓN		ACCIONES		Prioridad	Grado de consecución			Principales resultados		Propuesta de mejora	
21	T2.1. Creación y puesta en valor de infraestructuras turísticas	T2.1.1. Puesta en valor de la calzada romana Astorga-Burdeos (camino de los Vascones)		B					Anteproyecto de camino ciclable realizado y colaboración con las Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago de Alava y Navarra para su desarrollo		Continuación
22		T2.1.2. Creación del recorrido interpretativo "Oihanetik itsasora"		D					Recorrido interpretativo desarrollado en Dantzaleku (Altsasu)		Realización de iniciativas relacionadas con la temática y mejora del recorrido. Mejorar colaboración entre agentes implicados
23		T2.1.3. Incorporación de Sakana en la vía verde del Plazaola		A					Anteproyecto de camino ciclable bajo estándares Eurovelo realizado		
24		T2.1.4. Sistematización y promoción de rutas		B					Selección, promoción y mantenimiento de las rutas de Sakana		Continuar con las labores de mantenimiento
25		T2.1.5. Apoyo a la creación de nuevas infraestructuras turísticas y de ocio.		C							
26		T2.1.6. Promoción de rutas ornitológicas		C					Jornadas ornitológicas de Sakana		
27		T2.1.7. Apoyo y generación de servicios complementarios y sinergias al proyecto "Enneco, la Memoria del Roble".		A					Acompañamiento en el desarrollo de proyecto		
28	T2.2. Dinamización cultural	T2.2.1. Promoción y coordinación de actividades culturales		C					Idem T1.5.3		
29		T2.2.2. Potenciación y articulación de eventos existentes		B					Idem T1.5.3		
30		T2.2.3. Puesta en valor del patrimonio		B					Idem T1.5.3		
31	T2.3. Creación/Integración de producto turístico	T2.3.1. Creación de productos en torno al patrimonio natural -cultural		B					Identificación y definición inicial de productos realizada		Desarrollo de productos en colaboración con agentes
32	T2.4. Creación de paquetes turísticos	T2.4.1. Dinamización de paquetes turísticos		C					Agentes comercializadores identificados		
33	T2.5 Creación de modelos de "paquetes de estancia"	T2.5.1. Creación y oferta de paquetes para estancias de duración variable		D					Definición inicial de productos turísticos de duración variable		
34	T2.6. Analizar potencialidad del turismo micológico para la creación de una "comarca micológica".	T2.6.1. Análisis potencialidad de aprovechamiento del recurso micológico.		D					Análisis de potencialidad realizada		
EJE 3. COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN											
LINEAS DE ACTUACIÓN		ACCIONES		Prioridad	Grado de consecución			Principales resultados		Propuesta de mejora	
37	T3.1. Bases	T3.1.1. Creación de una base de imágenes		D					Creación inicial realizada		Definir iniciativas para su desarrollo anual y mejora continua
38		T3.1.2. Creación bases de datos Agencias de Viajes interesadas		D					Base de datos creada		Actualización

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
39		T3.1.3.Creación de base datos comunicativos	A					Base de datos creada	Actualización
40		T3.1.4.Realización de convenios con Agencias de viajes	C					Contactos realizados	
41	T3.2. Creación de la imagen corporativa.	T3.2.1. Creación de un logo que represente a Sakana desde un punto de vista turístico-cultural.	B					Imagen definida y libro de estilo realizada	Definir usos dentro de estrategia comunicativa más amplia
42		T3.3.1.Estrategia comunicativa ON LINE	B					Formación en RRSS de todos los agentes comarcales	
43	T3.3. Elementos promoción on line	T3.3.2.Dotarse de herramientas de comunicación	B					Página web y herramientas de RRSS desarrolladas	
44	T3.4. Elementos promoción off line	T3.4.1.Creación de cartelería, planos,..	B					Material promocional editado y distribuido a los agentes turísticos comarcales	Reimpresión puntual y actualización en caso de ser necesario. Desarrollo de nuevo material de comunicación con enfoque más
45		T3.4.2.Elaboración de una hoja práctica	A					Hoja práctica realizada	Actualización
46		T3.5.1.Creación de MERCHANDISING	C					Identificación de personas interesadas en la creación de merchandising	Definición licencias para uso de logo e imágenes.
47		T3.5.2.Generación de noticias con interés turístico	C					Generación sistemática de información para aportar a los medios de comunicación tradicionales	
48	T3.5.Otras acciones promocionales	T3.5.3.Asistencia a ferias	B					Asistencia anual a ferias turísticas a nivel estatal	Continuación
49		T3.5.4.Organización de visitas para la difusión del destino.	C						
50	T3.6. Gestión imagen destino	T3.6.1.Creación de un grupo de trabajo para la gestión de la imagen del destino	C						

A		B		C	D	E	F	G	H		I
1	EJE 1: DIRIGIR LAS EXPLOTACIONES GANADERAS HACIA UN MODELO DE EXPLOTACION SOSTENIBLE ECONOMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL										
2	LINEAS DE ACTUACIÓN		ACCIONES			Prioridad	Grado de consecución		Principales resultados		Propuesta de mejora
3	A1.1: Impulso a los foros de encuentro entre ganaderos	A1.1.1 Creación de un foro ganadero y/o productores		A					Foro de productores/as consolidado con encuentros periódicos/ Comunicación fluida y bidireccional de los agentes con la Agencia.		Continuación
4		A1.1.2 Realización de jornadas sobre experiencias en otras comarcas		C					Jornadas de conocimiento a otras comarcas mediante visitas (Cataluña, Iparralde, Baztan, Aribe, ...) y encuentros con otras asociaciones (IDOKI, Subbetica ecológica, ...)		Continuación
5	A1.2: Acompañamiento o apoyo en la diversificación del producto y ciclos de transformación	A1.2.1 Creación de un centro/ plataforma de comercialización y marketing de		B					Jornada sobre comercialización colectiva con casos de éxito		Desarrollo de iniciativa en caso de que se den condiciones
6		A1.2.2 Creación de una figura de asesoramiento y apoyo en producción agroecológica		C					Asesoramiento y apoyo técnico con apoyo externo a través de iniciativas de formación.		Continuación
7		A1.2.3 Fomento de los canales de transformación para explotaciones ganaderas		A					Identificación de infraestructuras de transformación necesarias. Proyecto previo de centro de transformación		Desarrollo de proyecto y creación de entidad colectiva de gestión
8		A1.2.4 Diagnóstico socioeconómico de explotaciones tipo en Sakana		A					Diagnóstico inicial de explotaciones		Profundización de diagnóstico
9		A1.2.5 Aprovechar las infraestructuras ya existentes (públicas y privadas)		C					Identificación de infraestructuras públicas y definición de propuestas.		Continuación
10	A1.3. Desarrollo de la capacitación y formación de los titulares de las explotaciones	A1.3.1 Dinamizar Jornadas/cursos/talleres de empleo.. en torno a la gestión de las explotaciones		C					Celebración de jornadas y formaciones en torno a temas de interés del sector definidos en el foro		Continuación
11		A1.3.2 Formación para la diversificación de productos		C					Formaciones específicas orientadas a la promoción de la diversificación.		Continuación
12	A1.4. Enlace de la actividad comercial con la actividad turística	A1.4.1 Diversificación de actividades mediante la producción de productos y servicios dirigidos al turismo		A					Integración del producto local en la oferta de actividades de interés turístico: ferias, eventos culturales, etc.../Acompañamiento a explotaciones para desarrollo turístico (visitas guiadas)		Continuación
13		A1.4.2 Sinergias con asociaciones de turismo, restaurantes, comercios etc.		A					Primeras iniciativas de colaboración y conocimiento intersectorial entre agentes		Continuación y profundización
14	EJE 2: GESTIÓN DE RECURSOS PÚBLICOS										
15	LINEAS DE ACTUACIÓN		ACCIONES			Prioridad	Grado de consecución		Principales resultados		Propuesta de mejora
16	A2.1. Elaboración de un plan de Gestión del Suelo comunal que ayude a disminuir la dependencia de insumos, y favorezca nuevas instalaciones	A2.1.1 Creación de una única ordenanza reguladora del comunal o unificar criterios		C					Definición de criterios y comunicación a las entidades locales		
17		A2.1.2 Fomento a la creación de Juntas Ganaderas en las poblaciones respectivas		B					-		
18		A2.1.3 Elaboración de un Plan de Gestión del terreno comunal		A					Propuesta inicial identificada		
19		A2.1.4 Elaboración de Plan de acompañamiento para las nuevas instalaciones		A					Definición inicial del plan y contraste con algunas entidades locales para su desarrollo		Desarrollo de la propuesta
20		A2.1.5 Elaboración de un estudio sobre el uso actual de los comunales		A					Estudio de situación actual de los comunales		
21		A2.1.6 Conocer experiencias de gestión de comunales de otras comarcas		C					Participación en la red Iniciativas Comunales		
22	A2.2. Optimización y valorización de los terrenos de propiedad pública.	A2.2.1 Elaboración de un Programa para la Promoción Pública de terreno comunal		A							
23	A2.3. Optimización y valorización de las infraestructuras públicas de transformación y venta	A2.3.1 Aprovechar las infraestructuras ya existentes		D					Identificación de las infraestructuras y desarrollo inicial de propuestas		
24	A2.4. Favorecer el relevo generacional e inclusión de la mujer en el sector.	A2.4.1 Poner en marcha medidas para la inclusión de jóvenes y mujeres en el sector		A					Trabajado de manera transversal/ Análisis inicial realizado		
25	EJE 3: IMPULSO A SISTEMAS ALIMENTARIOS LOCALES										
26	LINEAS DE ACTUACIÓN		ACCIONES			Prioridad	Grado de consecución		Principales resultados		Propuesta de mejora
27	A3.1. Sensibilización y formación de los consumidores acerca de los beneficios de consumir productos locales, de calidad, ecológicos..(Mejorar la imagen del sector en la sociedad)	A3.1.1 Jornadas informativas a ayuntamientos sobre la importancia del ganado en la		C					Se han mantenido reuniones en este aspecto		
28		A3.1.2 Dar a conocer la intensidad y generación de actividad del sector		D					Trabajado de manera transversal		
29		A3.1.3 Jornadas para la sensibilización de importancia de la economía local		C					Charlas, jornadas y talleres realizados/ Reflexiones conjuntas con las asociaciones de comerciantes y agentes de la restauración		
30		A3.1.4 Formación de comercio minorista en producción ecológica, razas autóctonas, sistemas de producción y elaboración tradicionales		C					Trabajado de manera transversal/ Iniciativas de colaboración para la puesta en valor del producto local		
31		A3.1.5 Sensibilización social sobre el potencial de desarrollo y creación de empleo del sector		A					Trabajado de manera transversal		
32		A3.1.6 Sensibilización y formación de la administración local en la compra pública de alimentos		D					Trabajado de manera transversal/ Jornadas específicas realizadas/ Desarrollo inicial proyecto piloto con la escuela de Arbizu		Impulso y desarrollo del proyecto
33	A3.2. Promoción de los productos elaborados en Sakana	A3.2.1 Definir una marca o imagen del producto ligada al territorio		A					Marca Dastatu Sakana-Saborea Sakana/ Desarrollo inicial/ Logotipo.		Continuación
34		A3.2.2 Realización de un muestrario de productos elaborados en Sakana		A					Folleto Dastatu Sakana, va por su segunda edición.		
35		A3.2.3 Promoción de los productos elaborados en Sakana		B					Plan de marketing realizado en 2017, continuidad en todos los eventos, talleres, ferias, etc		Ampliar muestrario y diversidad de producto
36		A3.2.4 Creación de una estrategia de diferenciación de producto autóctono, de calidad, ecológico etc.		A					Concreción de la marca Dastatu Sakana-Saborea Sakana		
37	A3.3. Apoyo a la comercialización y marketing sobre todo a productores pequeños/ medianos	A3.3.1 Creación de un centro/ plataforma de comercialización y marketing de productos		A					Acción en fase primaria: conocimiento de experiencias parecidas, debate interno entre agentes, etc..		
38		A3.3.2 Asesoramiento o jornadas de formación para la utilización de herramientas para la comercialización		B					Realización de curso de estrategias de comercialización directa.		
39		A3.3.3 Identificar ayudas para la promoción y comercialización de productos artesanos		C					Las ayudas están identificadas e informadas		Articular en base a la promoción de proyectos concretos

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
40		A3.3.4 Fomento de feria, jornadas gastronómicas, degustaciones y espacios para la venta directa	B					Ferias transparentes en Irurtzun y Etxarri Aranz, degustaciones en eventos, charlas etc...	
41	A3.4: Impulso a los foros de encuentro entre productores	A3.4.1 Fomentar un foro de transformadores y comercializadores de producto para la creación de sinergias en las cadenas de producción	A					Foro de productores abierto y consolidado/Procesos colaborativos de definición de proyecto entre ganaderos y carniceros: Sala de despiece	Extraer aprendizajes de experiencias de otras comarcas y desarrollar
42	A3.5. Enlace de la actividad comercial con la actividad turística	A3.5.1 Diversificación de actividades mediante la producción de productos y servicios dirigidos al turismo	A					Idem A1.4.	
43		A3.5.2 Sinergias con asociaciones de turismo, restaurantes, comercios etc.	A					Idem A1.4.	
44		A3.6.1 Creación de una figura de asesoramiento y apoyo en producción	C					Idem A1.2.2.	
45	A3.6. Impulso a la agricultura ecológica	A3.6.2 Sensibilización acerca de la producción ecológica	C					Trabajado de manera transversal a través de acciones de sensibilización/ Promoción de la visión agroecológica	
46		A3.6.3 Impulso al consumo ecológico en administraciones locales y lugares de encuentro como bares, sociedades...	B					Acciones de sensibilización	
47	EJE 4: DESARROLLO DE LA FORMACION O ACCIONES FORMATIVAS ESPECIFICAS								
48	LINEAS DE ACTUACIÓN	ACCIONES	Prioridad	Grado de consecución			Principales resultados		Propuesta de mejora
49		A4.1.1 Colaboración con Universidades y centros de investigación	C					Se han realizado unos primeros acercamientos a estas entidades educativas.	Consolidar relación
50	A4.1. Colaboración permanente con entidades formativas	A4.1.2 Identificación y acompañamiento de estudiantes fp de la zona para nuevas instalaciones	C					Se está acompañando en el proceso de una nueva instalación. Alumnos en prácticas anualmente	
51		A4.1.3 Fomentar el primer sector en los centros educativos	B					Talleres educativos para niños y niñas de las escuelas de Sakana. Colaboración FP para cestas de Navidad	Continuación
52		A4.2.1 Fomentar el emprendimiento e instalación de centros de elaboración	A					Desarrollo inicial del centro de transformación colectiva	Continuación
53	A4.2. Formación específica para nuevos emprendedores	A4.2.2 Elaboración de Plan de acompañamiento para las nuevas instalaciones	A					Fase inicial	
54		A4.2.3 Posibilitar la formación o experiencia práctica en explotaciones antes de la instalación	C					Fase inicial	
55	A4.3. Desarrollo de acciones formativas o planes de formación continua	A4.3.1 Formación para productores en distintas áreas de la gestión de sus actividades	A					Formación en ámbitos identificados por el foro de productores y productoras	Eficiencia de las formaciones. Necesidades específicas, evitando solapamientos
56		A4.3.2 Formación para productores en modelos agroecológicos	A					Visión agroecológica considerada en todas las formaciones realizadas	