



---

# PLA ANOIA

---

L'estratègia ets tu.

PLA ANOIA → Argençola Bellprat El Bruc  
Cabreria d'Anoia Calaf Calonge de Segarra  
Capellades Carme Castellfolit de Riubregós  
Castellolí Copons Els Hostalets de Pierola  
Igalada Jorba La Llacuna Masquefa  
Montmaneu Òdena Orpí Piera La Pobla de  
Claramunt Els Prats de Rei Pujalt Rubió  
Sant Martí de Tous Sant Martí Sesgueioles  
Sant Pere Sallavinera Santa Margarida de  
Montbui Santa Maria de Miralles La Torre  
de Claramunt Vallbona d'Anoia Veciana  
Vilanova del Camí → L'estratègia ets tu.



L'estratègia ets tu.

→ ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

pàg

### INTRODUCCIÓ

1	Què és un Pla estratègic?	7
2	Característiques del Pla estratègic de la comarca de l'Anoia	8
3	Metodologia del treball	10
3.1	Característiques del Pla Anoia 2010-2020	10
3.2	Procediment d'actuació	12
4	Objectius del Pla Anoia	16

### ANÀLISI

5	Conceptes bàsics per entendre el Pla Anoia	19
5.1	Situació geogràfica	21
5.2	Bé comú	23
5.3	Concentració o diversificació	26
5.4	Obrir el territori o tancar-lo	30
5.5	Finalitat de les institucions	31
5.6	Transversal o vertical	34
5.7	Alinear objectius i esforços	38
5.8	"Smile Line"	40
6	Situació actual de la comarca	43
6.1	Punts febles	43
6.2	Punts forts	53
6.3	Oportunitats i amenaces	55
7	Poblemes importants de la comarca	58
8	Mapa estratègic de composició de la comarca	63



L'estratègia ets tu.

→ ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

pàg

<b>SECTORS</b>	<b>9</b>	Sector primari - Vector de direcció	64
	<b>10</b>	Sector secundari (indústria) - Vector de direcció	70
	<b>11</b>	Sector terciari (Serveis) - Vector de direcció	71
<b>MOTORS</b>	<b>12</b>	Motors de la comarca	78
	<b>12.1</b>	Turisme, cultura, lleure i esport	79
	<b>12.2</b>	Comarca del motor	80
	<b>12.3</b>	Comarca de les rutes	81
	<b>12.4</b>	Sector primari com a eix vertebrador	82
	<b>12.5</b>	Indústria tradicional, consolidació i potenciació	83
	<b>12.6</b>	Energies renovables i reciclatge	84
	<b>12.7</b>	TIC i logística	86
	<b>12.8</b>	Sector socio sanitari	87
<b>FACTORS</b>	<b>13</b>	Factors dinamitzadors de la comarca	88
	<b>13.1</b>	R+D+I AICCA + FITEX + EUI + Escola de negocis	88
	<b>13.2</b>	Infraestructures	90
	<b>13.3</b>	Formació	91
	<b>13.4</b>	Regulacions i normatives per part de les institucions	92
<b>EINES</b>	<b>14</b>	Eines de gestió	93
	<b>14.1</b>	Empresa de coordinació i promoció comarcal (ECPC)	94
	<b>14.2</b>	Anoia 2.0 (Presentació del projecte el dia 22)	97



L'estratègia ets tu.

→ ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

		pàg
<b>POTENCIADORS</b>	<b>15</b>	
	Potenciadors de l'economia i el creixement	98
	15.1 Marca Anoia	99
	15.2 Eficiència i eficàcia	100
	15.3 Objectius comuns	103
<b>PROJECTES</b>	<b>16</b>	
	Projectes	104
	16.1 Comarca del motor	105
	16.2 <i>Allriders</i>	120
	16.3 Comarca de les rutes	124
	16.4 Biomassa a la Conca	135
	16.5 Escola de negocis	153
	16.6 Fibra òptica	160
	16.7 Anoia 2.0	166
	16.8 Empresa de coordinació i promoció comarcal ECPC	187
	16.9 SIM@ Plataforma d'innovació en simulació a l'entorn salut	198
<b>CONCLUSIONS</b>	<b>17</b>	
	Conclusions finals	200
<b>CRÈDITS</b>	<b>18</b>	
	Crèdits	203
	18.1 Agraïments	204
	18.2 Autor	205



**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

# INTRODUCCIÓ



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

El pla estratègic és un document que reflecteix **l'estratègia a seguir a mitjà termini, és a dir entre un i cinc anys**. El pla estratègic és la concreció del pla director, tant a nivell estratègic com en la forma en què s'assoliran els objectius per part de les institucions, de les organitzacions i de les empreses.

El pla estratègic ha d'incloure com a mínim aquestes fites:

- Definir objectius concrets, numèrics, factibles, coherents i temporals.
- Dibuixar de quina forma les organitzacions assoliran els objectius establerts.



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Aquest Pla estratègic ha de tenir en compte:

**Una feina de tots**, ha de ser treballat entre totes les entitats empresarials i totes les institucions de la comarca. Ha de partir del consens i tothom hi ha de participar de forma activa, deixant de banda interessos particulars i posant al davant el **bé comú**.

**Tot el territori**. És important tenir en compte el desenvolupament de tot el territori, i en el cas de la comarca de l'Anoia aquest punt és especialment important ja que hi ha **diferents realitats** i distàncies entre els diferents punts del territori. Per exemple entre l'Alta Anoia, la Conca d'Òdena i l'Anoia Sud.

**A tots els sectors**. El Pla estratègic ha de pensar en tots els sectors econòmics: **primari, secundari i terciari**. Cada sector ha de tenir el seu Pla estratègic particular, amb coherència i harmonia amb el vector de direcció de la comarca i amb el Pla estratègic general.





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**La situació actual.** No podem fer un pla estratègic que no tingui en compte la situació i la realitat (econòmica, social, especialització, diferenciació) tant de les comarques que envolten la nostra, com la del país en general i la del món. Vivim en un món i una economia global i les influències d'arreu poden intervenir de forma decisiva en el desenvolupament de la nostra comarca.

**La seva realització ha de ser possible.** Tot pla estratègic ha de ser aplicable, cal tenir en compte que les propostes efectuades han de ser factibles tant a nivell econòmic com social. També el Pla estratègic ha de preveure que les persones i institucions que han de liderar el projecte puguin desenvolupar-lo. Malgrat això, també cal dir que el Pla ha de ser ambiciós i innovador. És cert que la majoria de canvis provoquen rebuig, i és per això que cal preveure correctament la manera de dur a terme aquests canvis.



### 3.1 Característiques del Pla Anoia 2010-2020

**En la primera part, es tracta de dibuixar de forma detallada el període 2010 – 2015. En aquest període es detallarà de forma exhaustiva:**

- 1** La situació actual de la comarca, tenint en compte el seu entorn geogràfic, la seva realitat econòmica actual, la situació actual del país i de la conjuntura mundial.
- 2** La visió estratègica, les línies bàsiques i eixos centrals de direcció estratègica de la comarca. En aquest apartat es definirà el Pla director de la comarca de l'Anoia.
- 3** Els objectius estratègics i operatius que concreten el eixos estratègics definits en el punt anterior.
- 4** El pla d'acció. En aquest punt es concreten els objectius en accions per dur a terme, tot incorporant qui hauria de fer l'acció i una proposta de calendari.
- 5** Quan es proposin projectes concrets, es presentaran les principals variables de viabilitat del projecte.
- 6** Es faran recomanacions en el procediment a seguir de cada una de les accions i quins són els perills que poden fer que l'acció no s'efectuï.
- 7** Finalment, es visualitzarà quins beneficis pot aportar el Pla per a la comarca.



### 3.1 Característiques del Pla Anioia 2010-2020

**En la segona part del Pla estratègic es marquen els grans eixos de treball per al període 2015 – 2020.** No seria raonable entrar en detall per descriure un pla estratègic a més de cinc anys. Entre d'altres raons, perquè estem en una situació econòmica mundial inestable i amb molts canvis i perquè primer s'ha de fer i concretar el Pla estratègic dels cinc primers anys per poder donar pas als objectius del segon tram del Pla. És impossible saber avui quin serà el nivell d'acompliment del Pla estratègic a l'any 2015. Per aquest motiu el nivell de concreció del segon tram del Pla estratègic és el següent:

- 1** La situació actual de la comarca, tenint en compte el seu entorn geogràfic, la realitat econòmica actual, tant de la comarca, com del país i de la conjuntura mundial.
- 2** Visió estratègica, línies bàsiques, eixos centrals de direcció estratègica de la comarca.
- 3** Objectius estratègics i operatius que concreten els eixos estratègics definits en el punt anterior.



### 3.2 Procediment d'actuació

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Parlar i recollir informació i idees de tots els agents de la comarca.

Demanar a tots els actors econòmics i socials de la comarca el seu pla estratègic



Consensuar els eixos del vector de direcció de la comarca de l'Anoia



Efectuar una pluja d'idees amb els principals actors, amb la finalitat de recollir tendències, sensacions i informació sobre la comarca.



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## Entrevistes

**Entrevistes en profunditat amb les persones més representatives del món econòmic, social, cultural i polític de la comarca.**



### 3.2 Procediment d'actuació

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Recollir tots els estudis i informació rellevant de la comarca i del país que puguin afectar la comarca.

Demanar a tots els actors econòmics i socials de la comarca el seu pla estratègic



Recollir informació dels plans previstos a les comarques veïnes i organismes d'àmbit provincial i nacional

**No hem de fer res de tot allò que ja està fet. Cada organització coneix molt bé el seu àmbit d'actuació.**



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

### Estudis consultats

Estudi consultat	Font
Situació actual i problemàtiques a la comarca de l'Anoia	Empresa TRANS
Proposta institucional per a la comarca de l'Anoia	Empresa TRANS
Informe comercial 2007 Comarca de l'Anoia	Cambra de Comerç de Barcelona
Pla d'infraestructures de transport de Catalunya	Generalitat de Catalunya
Conca Futur	Ciutadans de la comarca
L'aeròdrom d'Igualada - Òdena	Cambra de Comerç de Barcelona
Acord estratègic per a la internacionalització, la qualitat de l'ocupació i la competitivitat de l'economia catalana 2008 - 2010	Generalitat de Catalunya
Mapa dels sistemes productius locals industrials a Catalunya	Generalitat de Catalunya
Anàlisi del teixit industrial de Catalunya a partir de la taula input-output.	Generalitat de Catalunya
Determinants de la localització d'establiments industrials a Catalunya	Generalitat de Catalunya
Estudi prospectiu de promoció de la diversificació econòmica del Bages	Empresa Daleph
Incidència del turisme a la comarca de l'Anoia i altres escenaris de futur	Cambra de Comerç de Barcelona
Bages 2000	Consell Comarcal del Bages
Oportunitats de futur per al sector del medi ambient	Copca
Últimas tendencias generales del mercado de gran consumo	Nielsen
Pla estratègic 2008-2009 de Fagepi	Fagepi
Ajuntament de l'Estany, pla de millora de l'eficiència energètica i estalvi d'energia	IOEN
Pla d'iniciatives de dinamització per a l'Anoia Nord	Mancomunitat intermunicipal voluntària segarra

Estudi consultat	Font
Pla de desenvolupament del Parc d'Innovació d'Igualada-Jorba	Terrum
Pla de Treball AODL 2010	Consorci per la promoció turística de l'Alta Anoia
Informe econòmic anual, l'Anoia 2009	Ajuntament d'Igualada
Estudi sobre les infraestructures de gestió i tractament de residus a Catalunya	Cambra de Comerç de Barcelona
L'Anoia viu el turisme	Consell Comarcal de l'Anoia
Campus del motor de l'Anoia	Consell Comarcal de l'Anoia
Pla estratègic Montbui 2020	Advanced Logistics Group
La implantació del FTTH en un edifici	Ajuntament de Barcelona
Informació estadística territorialitzada del personal de l'Administració de la Generalitat i del l'Administració local a l'Anoia	Generalitat de Catalunya
Projecte Xarxa FO Igualada V.2.0	Ajuntament d'Igualada
Campus del Motor a l'Anoia	Consell Comarcal de l'Anoia
Estratègia per al sistema d'innovació territorial a la Catalunya Central	Generalitat de Catalunya
Segarra 2020 Pla estratègic	Consell Comarcal de la Segarra
Perspectiva econòmica de Catalunya, Setembre 2009	Cambra de Comerç de Barcelona
Fibra òptica en municipis petits i zones rurals	Generalitat de Catalunya
Pla estratègic del turisme de Catalunya 2005 - 2010	Generalitat de Catalunya
Necessitats formatives de l'Anoia Sud	Focalitza
Agències de desenvolupament econòmic local de l'Anoia, maig 2010	Diputació i Ajuntament d'Igualada
La transformació Escola-Treball a Masquefa	Ajuntament de Masquefa
Pla d'Acció global de l'AODL de Masquefa	Ajuntament de Masquefa



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## OBJECTIU INICIAL



**Dissenyar**, ordenar i **consensuar** un **pla estratègic** global de la comarca de l'Anoia.

**Signar** per part de **tots** els agents de la comarca l'aprovació del **PLA ANOIA**





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## OBJECTIU FINAL



Preparar un pla estratègic per fer créixer la comarca en **qualitat**, en **diferenciació**, en **professionalitat** i en **innovació**.

Busquem un **creixement econòmic**, professional i personal dels seus habitants.

Es cerca fer un full de ruta potent, ambiciós i sobretot realista, amb una **aplicació immediata** dels projectes.



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

→ INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## OBJECTIUS DEL PRIMER NIVELL



- 1 Unir en un **objectiu comú** a totes les empreses i entitats de la comarca.
- 2 **Desenvolupar les oportunitats** de la comarca de forma harmònica, tant a nivell econòmic, com social.
- 3 Impulsar la comarca a un **creixement econòmic** sostingut, incrementar el PIB de la comarca i **disminuir-ne l'atur**.
- 4 **Potenciar els trets diferencials**, els punts forts que ens poden donar una rellevància econòmica i geoestratègica dins del país.
- 5 **Desenvolupar els coneixements i el talent** dels professionals, empresaris, treballadors i de les persones en general de tot el territori, i així poder assolir amb garanties els nous reptes que plantegi el nou Pla estratègic.
- 6 Garantir que els **objectius** marcats siguin **compatibles** amb el respecte al medi ambient, amb els drets humans i amb la **dignitat de les persones**.



**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

**ANÀLISI**





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



**5.1** Situació geogràfica

**5.2** Bé comú

**5.3** Concentració o diversificació

**5.4** Obrir el territori o tancar-lo

**5.5** Finalitat de les institucions

**5.6** Transversal o vertical

**5.7** Alinear objectius i esforços

**5.8** “Smile Line”



### 5.1 Situació geogràfica

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Població i % sobre la població total de Catalunya (2009)\*

Alt pirineu i Aran  
**76.828**  
**1,0%**

Lleida  
**360.510**  
**4,8%**

Terres de l'Ebre  
**360.510**  
**4,8%**

Tarragona  
**712.441**  
**8,2%**

Girona  
**732.918**  
**9,8%**

Central  
**509.670**  
**6,9%**

Barcelona  
**4.992.190**  
**366,80%**

\* IDESCAT  
Padró municipal d'habitants  
Xifres Oficials



## 5.1 Situació geogràfica

La comarca de l'Anoia està en una **situació geogràfica excel·lent**, som al **centre de Catalunya** i això ens porta a estar a prop de tots i especialment de l'àrea metropolitana de Barcelona. A mesura que les comunicacions millorin la nostra situació geoestratègica millorarà.

Això pot ser molt **positiu** però també negatiu. Positiu perquè logísticament la nostra situació és molt interessant com a proveïdor de mercaderies i **serveis a tot Catalunya i àrea metropolitana**. Podem ser el port sec del port de Barcelona, podem desenvolupar una indústria de l'alimentació molt potent ja que **estem a prop dels centres de producció i distribució**. Podem donar serveis especialitzats de reciclatge (aquest sector serà el que donarà més llocs de treball en el futur) i molts altres. Però també pot ser **negatiu** perquè podem ser la comarca **dormitori** de l'àrea metropolitana, o bé el territori on estiguin els serveis que els altres no vulguin. Ara som nosaltres els que decidim el que volem. Ara podem decidir cap a on volem anar, tenir la nostra pròpia identitat, la nostra pròpia especificitat, la nostra diferenciació respecte dels altres territoris.

Hem d'explorar aquest gran avantatge que és la situació geogràfica. Ens ho hem de creure, tenim un gran potencial.



### 5.2 Bé comú

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



**BÉ COMÚ**



**Si tothom talla el seu tros de pastís pensant en els altres, al final sobra pastís**



## 5.2 Bé comú

Aquest projecte només funcionarà si hi ha **una unitat d'acció**, si **unifiquem esforços i voluntats** amb la finalitat d'ajudar a tothom.

El bé comú vol dir que qualsevol acció i qualsevol decisió té **un component ètic i moral**, que afecta les persones, i per això a l'hora de prendre una decisió hem de pensar en tots i no sols en uns quants.

Avui en dia, en un món globalitzat una decisió afecta a tots els altres. Un bon exemple és la crisi actual.

Si el municipi del costat va bé, també ens beneficia a nosaltres, hi ha moltes sinergies que beneficiaran a tots els que estiguin al voltant del municipi, per això hem d'obrir més la ment, i no sols pensar en el benefici personal, sinó en el comú. Si tothom pensa així el territori es desenvoluparà de forma integral.





## 5.2 Bé comú

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

El concepte del **bé comú**, que no és el mateix que l'interès general. Parlem del **bé comú** quan ens referim al fet de prendre una decisió amb la qual tenim en compte els altres, a tothom no a una majoria, perquè les nostres decisions afecten les altres persones. Hem de pensar en la dignitat de les persones i en el seu desenvolupament integral, tant a nivell econòmic, social, cultural i espiritual. Per exemple, pensem en deu persones que s'han de repartir un pastís. Un comunista soviètic podria dir: "jo sóc l'Estat i decideixo dividir el pastís en deu talls, tots iguals". Fixeu-vos que no decideix la persona, sinó l'Estat. Un capitalista diria que ell és el primer d'agafar el pastís i tallar-ne un tros ben gran. És el primer i pot triar i així és el mercat. La resta del pastís ja us el repartireu.

Una persona que pensa en el **bé comú** pensa que el pastís s'ha de repartir entre deu persones i a l'hora de fer el tall té en compte els altres. Ell decideix i talla un tall possiblement més petit que el que realment li toca, però és ell mateix qui ho decideix. El seu tall també és dels altres perquè a l'hora de tallar ha tingut en compte els altres.

**Cal un canvi en la mentalitat col·lectiva. Si, al treball en xarxa i amb visió transversal, li afegim que tots treballem per al bé comú.**

**Què no aconseguirem?**

Quan parlem dels altres, no són els de casa meva, els de la meva empresa, els del meu partit, els del meu municipi, sinó tothom. El món és global i les decisions d'uns afecten els altres: guerres, contaminació, fam, però també desenvolupament econòmic, millora de les condicions de vida, millora del desenvolupament integral de les persones.

És evident que cal un canvi important en la mentalitat col·lectiva. Penseu en la potència que té la unió de voluntats individuals. Tenim els exemples de com cau el mur de Berlín sense sang, simplement per la unió de voluntats individuals. El canvi és possible, però cal començar per nosaltres mateixos. Cada persona pot ser un líder i impregnar les persones que té al seu voltant i així successivament.

Visualitzeu la força que té treballar en xarxa, amb una visió transversal, sabent que les nostres decisions afecten els altres i, per tant, podem ser més eficients i eficaços si unim sinergies en xarxa i amb visió transversal. Visualitzeu la potència que tenim si, al treball en xarxa i amb una visió transversal, li afegim que tots treballem per al **bé comú**. Què no aconseguirem?



### 5.3 Concentració o diversificació

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Diversificació**

**Concentració**

Empreses que necessiten  
estar en el territori

Atracció inversions,  
projectes grans

Empreses de suport

Es localitzen en els eixos  
principals de comunicació

Projectes peculiars

Es comparteixen  
sinergies, costos

Desenvolupar el territori

Rendibilitat de les  
inversions



### 5.3 Concentració o diversificació

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

#### Projectes de concentració

- Polígon Òdena
- Parcmotor (Eix central)
- Central de Biomassa
- Eix del coneixement
- Fibra òptica

#### Projectes de diversificació

- Promoció turística
- Promoció cultural
- Polígons de serveis
- Mini centrals de biogàs



### 5.3 Concentració o diversificació

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

### Concentració

#### Polígon Òdena

- A prop de les infraestructures, eix ferroviari, autovia N-2
- Fibra òptica
- Serveis comuns
- Grans empreses
- Grups compra



### Diversificació

#### Projectes diversos

- Serveis al polígon d'Òdena
- Turisme rural
- Mini centrals de biogàs
- Empreses que no tenen sinergies en la concentració



### 5.3 Concentració o diversificació

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

- 1** En el Pla estratègic es proposaran diferents eixos d'actuació. En el conjunt de propostes trobarem tot un seguit de projectes per al desenvolupament del territori. La pregunta és, els repartim pel territori o els concentrem en un punt?
- 2** El model que proposo passa per concentrar alguns dels projectes en un punt, d'aquesta manera aconseguim moltes més sinergies i reducció de costos, més eficiència. Si unim alguns dels projectes en multipliquem el potencial.
- 3** Aquest nucli potent ajudarà a desenvolupar tot el territori, i conservar-ne les especificitats de cada part.
- 4** L'Alta Anoia té molt potencial en el sector primari i terciari i pot tenir una indústria auxiliar per ajudar un gran centre industrial i logístic que es podria situar a la Conca d'Òdena. Un gran centre a l'Alta Anoia no tindria les infraestructures ni el servei en capital humà i de suport que requereix.
- 5** Si analitzem l'Anoia Sud, veiem que en aquest territori, per la seva proximitat a l'àrea metropolitana, es poden potenciar més les seves zones industrials i de serveis.
- 6** En alguns projectes és bona la concentració; en altres, els podem dispersar al llarg del territori.



### 5.4 Obrir el territori o tancar-lo

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

En un món i en una economia globalitzada, **no té cap sentit tancar-se** a aquesta realitat. Ja fa temps que sabem que els aranzels són una trava al desenvolupament de les nacions, a la prosperitat i al desenvolupament de les persones.

A la nostra comarca no tenim aranzels, però **tenim una mentalitat tancada**, nosaltres ho sabem fer tot molt bé, però no ho acabem de fer bé. Ens cal obrir la ment, veure altres realitats i acceptar sense complexos que **podem aprendre dels altres**.



En aquest sentit, és molt positiu que els municipis i les comarques que tenim al costat, tinguin grans èxits i creïn molts llocs de treball. Això, en un món globalitzat, beneficia a tots, bàsicament perquè és impossible posar portes al camp.

Obrim el territori i **fem projectes comuns, busquem sinergies** entre tots, perquè sens dubte arribarem molt més lluny.



### 5.5 Finalitat de les institucions

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

# FINALITAT DE LES INSTITUCIONS



- **Fibra òptica**
- **Polígons industrials**
- **Vivers d'empreses**
- **Facilitar la implantació d'empreses**  
*(tràmits, llicències, impostos, etc.)*
- **Habitatge protegit**
- **Equipaments culturals, esportius, etc.**



## 5.5 Finalitat de les institucions

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

- 1** Perquè el Pla estratègic funcioni, les institucions, l'Administració local i comarcal han de **tenir molt clar quin és el seu fi.**
- 2** El fi de les institucions públiques no és el mateix que el de les empreses. En alguns casos, les institucions públiques són poc eficients i eficaces econòmicament, no han de crear empreses ni gestionar-les. Només si aquestes són d'interès públic, si garanteixen serveis bàsics o sempre que les empreses privades no ho facin o ho facin en condicions abusives.
- 3** Les institucions públiques han d'afavorir **que es donin les condicions necessàries** per crear un desenvolupament integral i lliure de les persones i establir les bases per a un sòlid desenvolupament econòmic, tot propiciant **un repartiment just dels recursos públics i una gestió eficient, eficaç** i amb responsabilitat i transparència.
- 4** A partir d'aquí és al sector privat a qui correspon portar el pes de l'economia, mentre que el sector públic ha d'intervenir-hi quan sigui d'interès general. **La solució als problemes econòmics actuals, no passa per crear més empreses públiques o més gruix de funcionaris.**





## 5.5 Finalitat de les institucions

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Quin és el objectiu final de les institucions?** Certament aquí hi ha diversos models, però suposo que estarem d'acord que les institucions juguen un paper importantíssim en la dinamització del territori. Per això si les institucions públiques assumeixen les seves responsabilitats, poden ser decisives en la recuperació de la crisi econòmica. De fet, les accions de les institucions públiques són el primer esglaió de la recuperació econòmica.

Perquè el Pla estratègic funcioni les institucions, l'Administració local i comarcal han de tenir molt clar quin és el seu fi. El fi de les institucions públiques no és el mateix que el de les empreses. En la majoria dels casos les institucions públiques són poc eficients i eficaces econòmicament. La seva funció no és de substituir l'empresa privada. Però sí que juguen un paper regulador del mercat, quan aquest és ineficient. Per tant, aquestes són necessàries sols si aquestes són d'interès públic, són necessàries per garantir serveis bàsics i sempre que empreses privades no ho facin o ho facin en condicions abusives.

Les institucions públiques han d'afavorir les condicions necessàries per crear un

desenvolupament integral i lliure de les persones i afavorir les condicions per a un correcte desenvolupament de l'economia. Han d'ajudar els més desfavorits, repartint justament els recursos públics, redistribuint correctament els recursos que s'han de gestionar de forma eficient i eficaç, amb responsabilitat i transparència.

Això vol dir que el sector privat ha de portar el pes de l'economia, i el sector públic ha d'intervenir-hi quan sigui d'interès general. La solució als problemes econòmics actuals, no és crear més empreses públiques o més gruix de funcionaris, la solució és conservar i crear nous llocs de treball i això sols s'aconsegueix afavorint la creació de noves empreses del sector privat. Aquestes empreses es crearan i creixeran si les condicions exteriors són favorables. Polígons, infraestructures, comunicacions, energia, impostos, normatives, talent, etc.

Una de les conclusions del Pla estratègic és que cal a la comarca una Empresa de Coordinació i Potenciació Comarcal (ECPC). Aquesta empresa té una visió global del territori i la gestiona de manera transversal, tenint en compte totes les realitats de la comarca, és una empresa que coordina tots els esforços i evita

duplicacions de projectes.

Aquesta empresa hauria de promocionar la comarca de forma activa, hauria de cercar inversors que volguessin invertir en la comarca, gestionar aquells projectes comuns a la comarca (desplegament de fibra òptica, recollida d'escombraries, etc.) demanar subvencions per a projectes comarcals, creació d'eines de promoció, entre d'altres funcions.

**Un possible funcionament de l'empresa podria ser el següent:** El CESCA (Consell Econòmic i Social de la Comarca de l'Anoia) aprova el Pla estratègic, encarrega a l'Empresa de Coordinació i Potenciació Comarcal (ECPC) que desenvolupi el Pla estratègic i aquesta gestiona els projectes juntament amb altres entitats i empreses de la comarca. És del tot imprescindible que aquesta empresa sigui preservada de qualsevol influència política, ha de ser una empresa molt professional, independent i absolutament transparent. No pot ser cap eina per aconseguir poder, ni prestigi, ni diners per a cap persona ni organització política. Si no és així penso que aquest instrument, que pot ser molt potent, no funcionarà.



### 5.6 Transversal o vertical

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

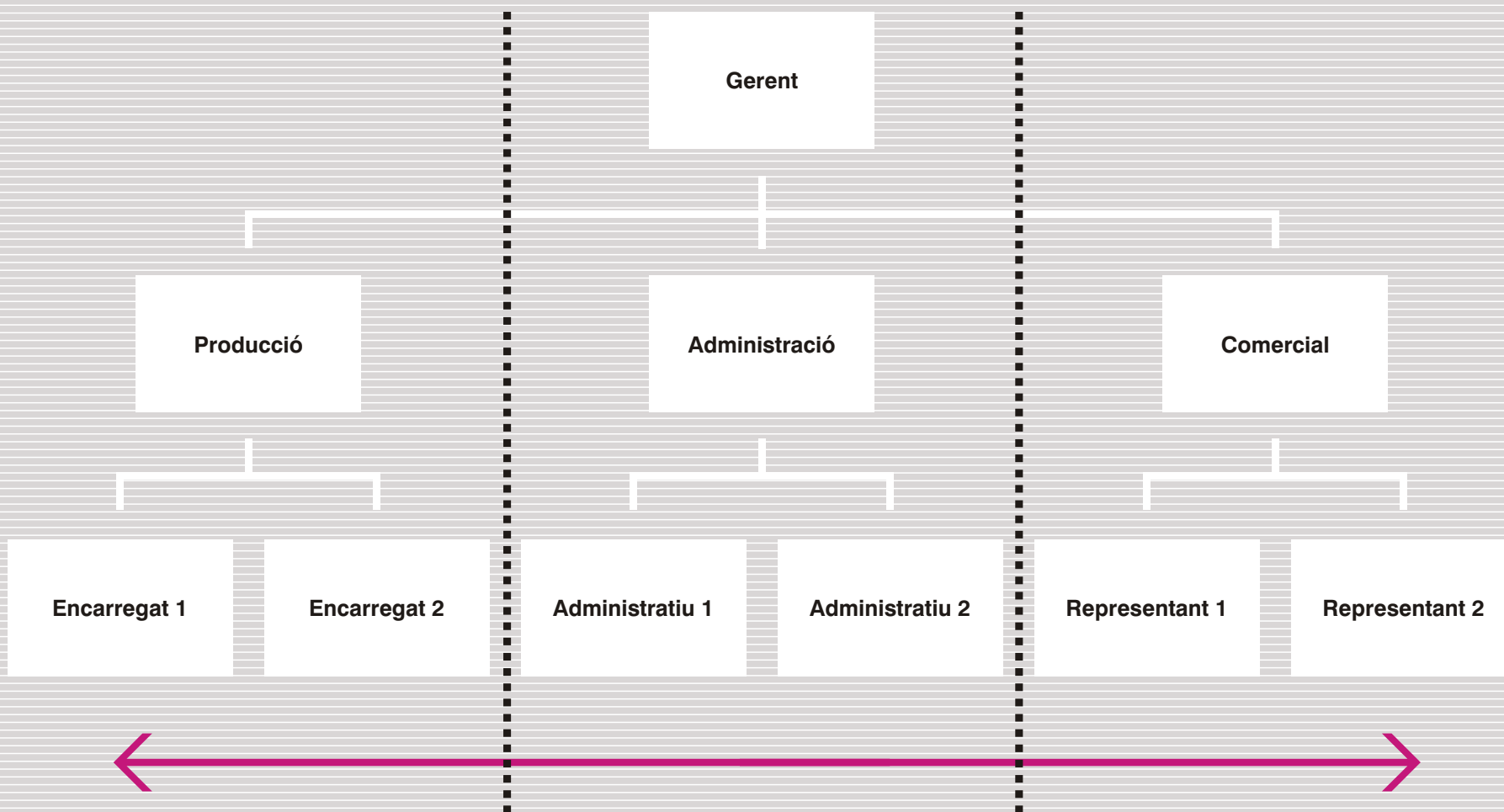
EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

### Transversal o vertical





### 5.6 Transversal o vertical

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

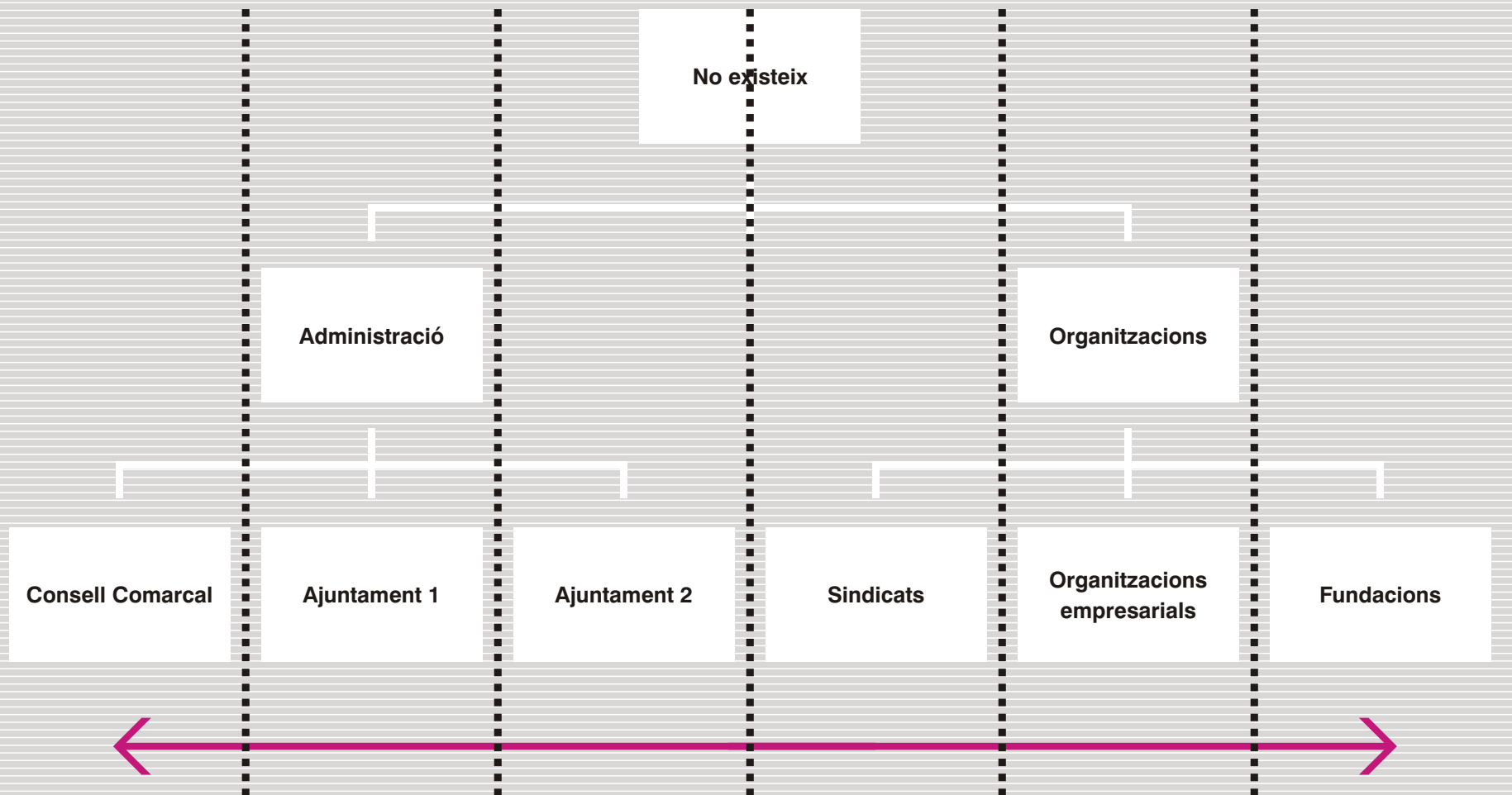
EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

### Transversal o vertical





## 5.6 Transversal o vertical

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

- 1** Un dels grans mals de la comarca és que els projectes s'han fet en solitari, i **no s'ha intentat trobar sinergies** amb altres projectes, per multiplicar-ne el potencial.
- 2** No s'ha treballat tenint en compte que si potenciem un sector o un clúster amb diferents projectes entrelaçats tots ells agafen molta més potència.
- 3** En una empresa no es miren els problemes d'un sol departament, sinó que els problemes d'un departament afecten a tots els altres, per tant **la visió sempre és transversal**, es visiona per processos.
- 4** El Pla estratègic ens donarà a tots plegats una nova visió transversal del territori i de les seves necessitats, per això hem de **treballar tots amb un mateix objectiu**.
- 5** Cal, per mantenir aquesta visió transversal, la creació d'una agència que gestioni i controli les accions de les diferents entitats, que coordini les inversions que s'han de dur a terme, que busqui subvencions i inversions, que faci la promoció activa del territori de forma efectiva i eficient. **Aquesta agència s'ha de gestionar de forma privada, però el seu full de ruta s'ha de decidir juntament amb tots els agents econòmics i socials de la comarca.**



### 5.6 Transversal o vertical

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

En la majoria d'empreses si fem un organigrama, podem veure que s'organitzen per departaments, departament administratiu, comercial, producció etc. Normalment aquests departaments prenen decisions en solitari, cada departament és un regne de taifes i no té en compte que les seves decisions afecten els altres departaments. Imagineu-vos una empresa que es dedica a fabricar finestres d'alumini i PVC. Si els que prenen les mides no ho fan bé, afectarà la producció perquè hauran de repetir la finestra, afectarà els instal·ladors perquè hauran d'anar un altre cop al client i afecta el departament financer perquè no podran cobrar la factura segons les condicions inicials. El cost de tot plegat és altíssim i sens dubte l'empresa perdrà diners en aquesta venda. El problema resideix que els treballadors de cada departament no són conscients de l'organització i de la feina dels altres companys dels altres departaments, no hi ha una visió general de l'empresa. Segurament el principal responsable és el cap que no ha sabut organitzar l'empresa i liderar un estil de gestió. Malgrat que és molt evident que les organitzacions empresarials s'han de gestionar amb una visió horitzontal, la majoria no ho veuen i es gestionen de forma vertical.

Passa exactament el mateix en les organitzacions de tot tipus, també les de

caire comarcal i polític, com podem veure en els següents esquemes, aquestes institucions encara es mouen més en un esquema d'organització vertical, fins i tot, dins del mateix departament (partit o organització) i hi ha diferents faccions que tenen diferents objectius. El motiu d'aquesta situació és que no s'han consensuat per part d'un organisme que els agrupi a tots en uns objectius comuns. Aquesta manca de desorganització ens porta a moltes ineficiències i a un increment de costos molt importants. Alguns exemples. No seria més eficient i menys costós pensar de fer arribar la fibra òptica a tota la comarca en un sol projecte conjunt de tots els municipis, que no que cada municipi faci la guerra pel seu compte? No seria més interessant que una sola empresa de recollida d'escombraries gestionés els residus de la comarca, i no que cada municipi gestioni la seva? No seria més interessant que algú hagués pensat que el Pla estratègic de la comarca, ja inclou el Pla estratègic del sector turístic i que potser no cal iniciar un altre projecte paral·lel que duplica esforços i recursos (no cal patir-hi perquè estem en contacte i compartirem la informació)? Totes aquestes iniciatives són fruit de la bona voluntat però no s'ha pensat en una visió general i transversal, no hi ha objectius globals en els quals tots puguem sumar i alinear esforços, cada organització treballa amb la seva pròpia visió, sense tenir

una visió de conjunt.

Els recursos són pocs, i s'han d'aprofitar al màxim, no podem anar descoordinats, hem de sumar sinergies i treballar per un objectiu comú amb una estratègia conjunta. De fet aquest és l'objectiu bàsic del Pla estratègic (PAE), tenir un fil conductor per treballar plegats, uns objectius comuns i una estratègia definida.

Tot això és molt bonic, però no serveix de res si no tenim un instrument eficient i eficaç per fer realitat el PAE. Aquí és on s'ha d'introduir un tema polèmic en l'àmbit polític, però molt senzill en l'àmbit tècnic. És la creació d'una agència (tant fa el seu nom) que gestioni i coordini els grans projectes de la comarca. Un organisme que tingui molt clara l'estratègia de la comarca i que sigui el vincle d'unió entre totes les institucions i organitzacions de la comarca. Aquesta agència només funcionarà, si els seus gestors són professionals i no tenen cap mena de vinculació amb el món polític i les seves influències. El CESCA hauria d'aprovar el Pla estratègic i l'agència hauria de fer realitat el Pla estratègic de manera totalment independent i moguda per criteris purament tècnics. Penso que aquest és un dels punts clau, i que aquí es demostrarà la generositat, el sentit del bé comú i l'estimació a la comarca dels que han de decidir.



### 5.7 Alinear objectius i esforços

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

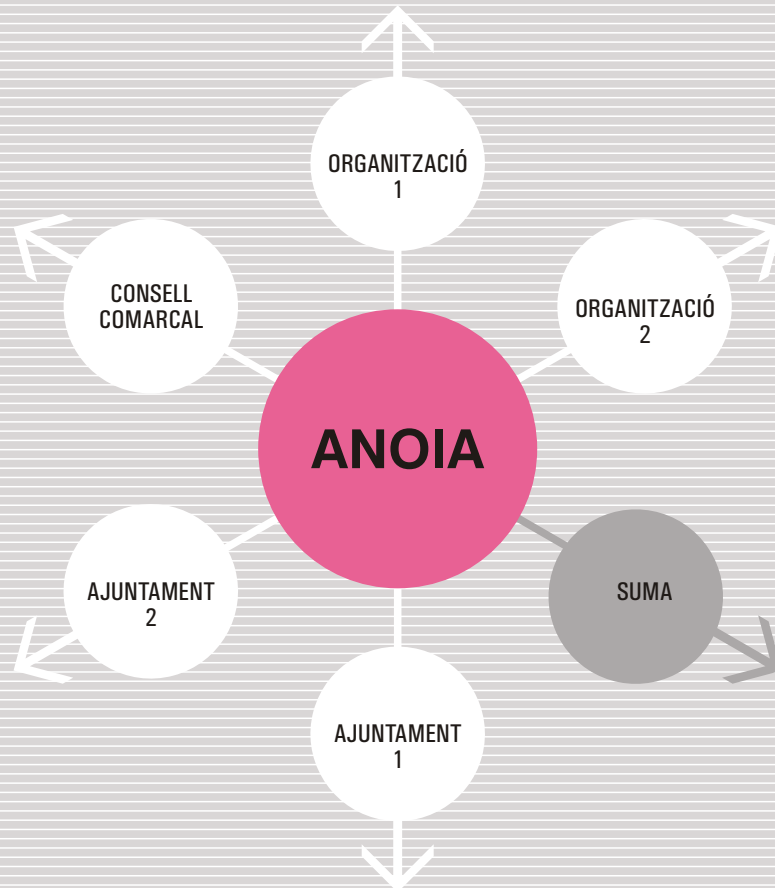
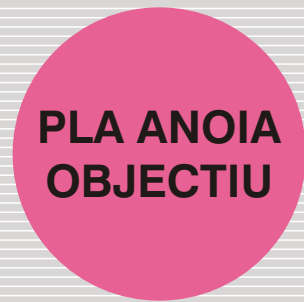
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS





### 5.7 Alinear objectius i esforços

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

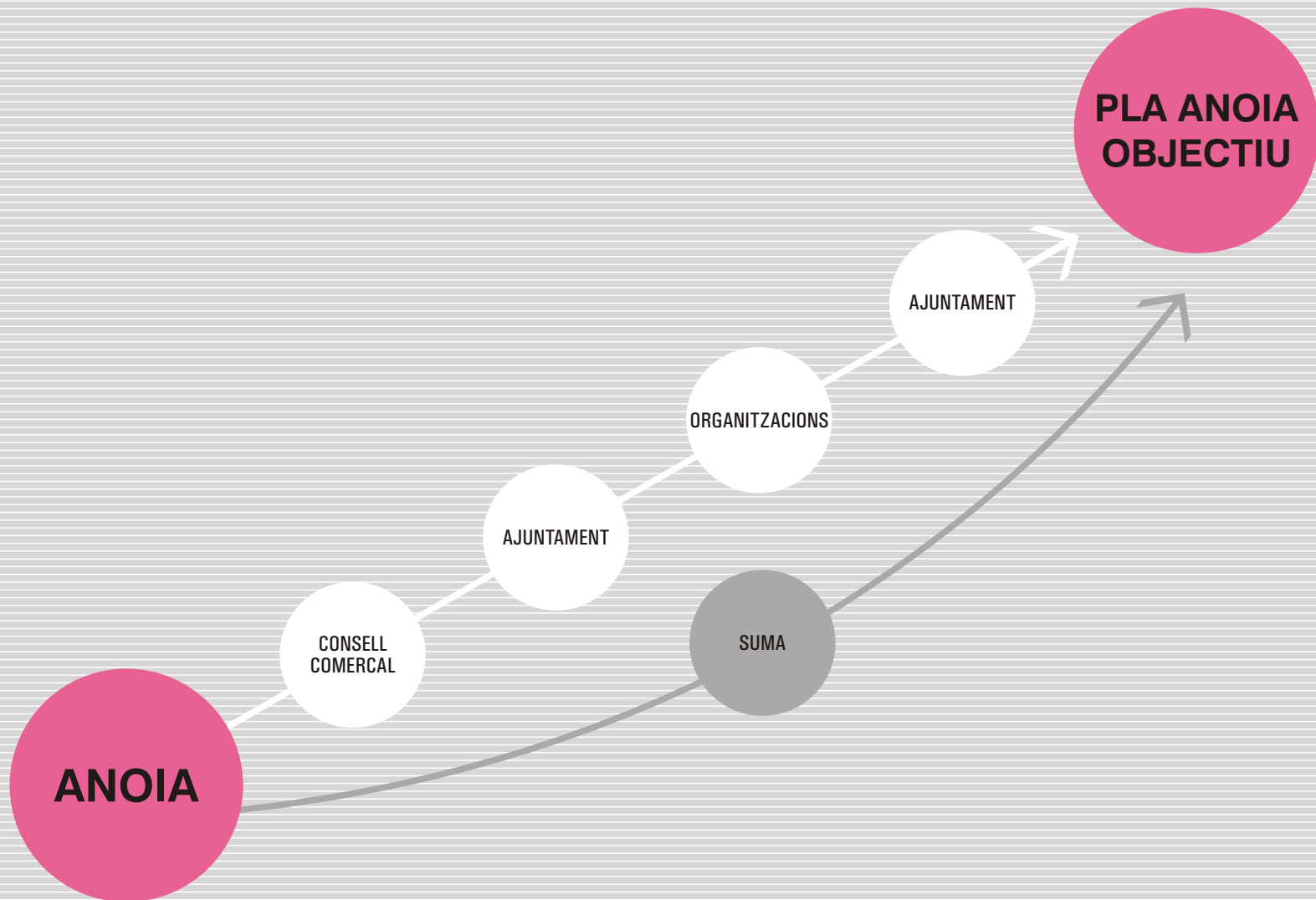
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS





### 5.8 “Smile Line”

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

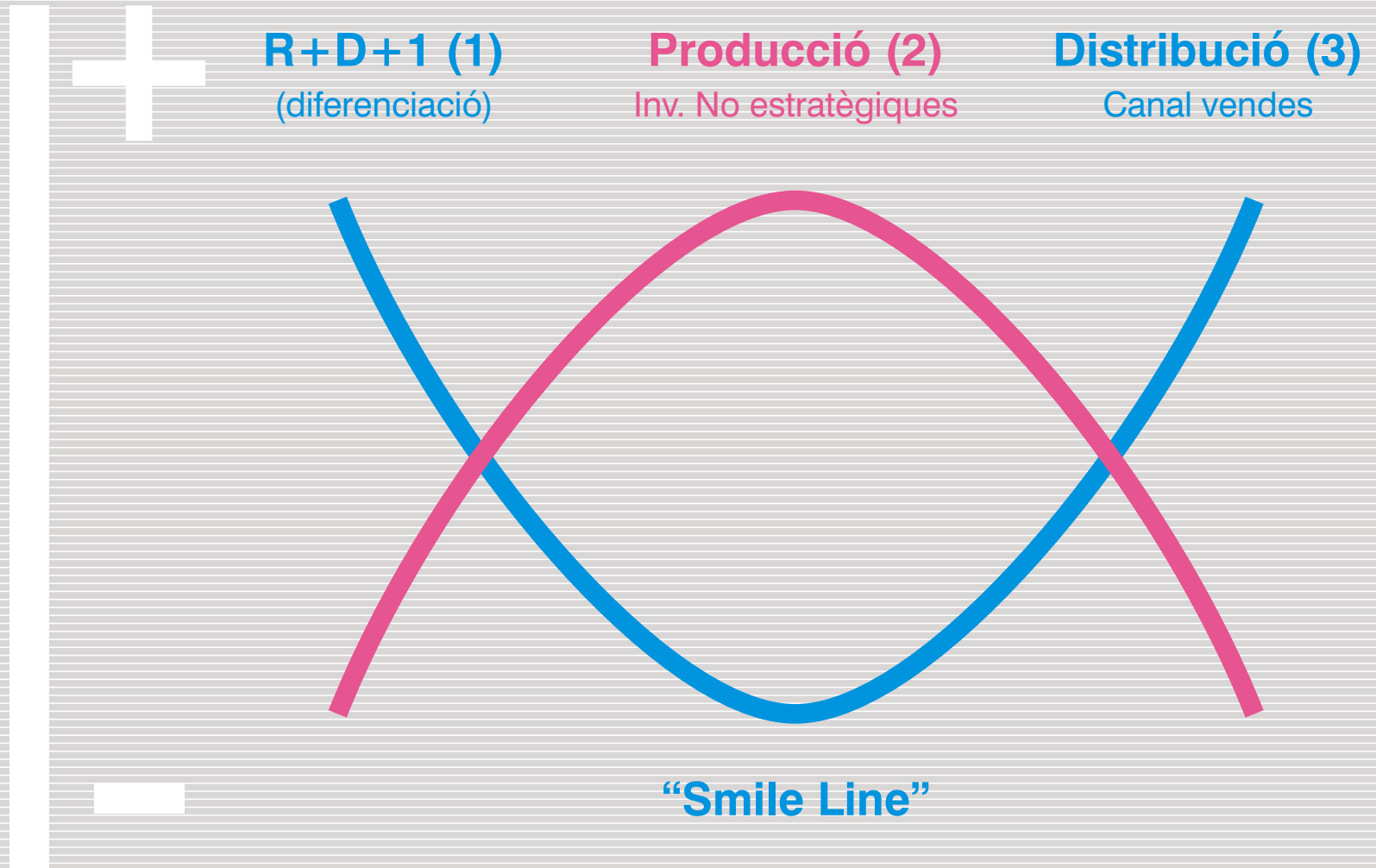
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS







## 5.8 “Smile Line”

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Com podeu observar a l'esquerra de la matriu estan situades les inicials R+D+I **(1)** (*Recerca + desenvolupament + innovació* això en definitiva fa referència a invertir en diferenciació de productes i serveis. En el centre de la matriu tenim la producció **(2)**, aquesta fa referència a les inversions en elements de la producció, en maquinària i en edificis. La tercera part de la matriu fa referència al canal de distribució **(3)**, a dominar el canal de venda, de trobar el client final o el ciutadà final que ens compri la nostra oferta. En el món empresarial, la majoria d'empresaris donen més importància a la posició central **(2)**. Fer inversions en maquinària, o en més naus, no garanteix a l'empresari un futur per a l'empresa, de què li servirà tot això quan faci un concurs de creditors (suspensió de pagaments). No li servirà de res. **El que té importància estratègica és tenir un producte o servei que ens diferencii i tenir qui ens el compri.** Si no ens diferenciem, l'única estratègia és el preu, un preu baix. Aquesta estratègia normalment acaba malament.



## 5.8 “Smile Line”

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Cal explicar per què no calen més polígons industrials ni més edificis singulars, cal explicar per què no calen més obres públiques ni més carrils bici, ni més piscines ni més poliesportius. Per entendre aquestes afirmacions cal primer entendre la matriu que hi adjuntem. Com podeu observar, a l'esquerra de la matriu estan situades les inicials R+D+I **(1)** (*recerca + desenvolupament + innovació*) això en definitiva fa referència a invertir en diferenciació de productes i serveis. En el centre de la matriu tenim la producció **(2)**, aquesta fa referència a les inversions en elements de la producció, en maquinària i en edificis. La tercera part de la matriu fa referència al canal de distribució **(3)**, de dominar el canal de venda, de trobar el client final o el ciutadà final que ens compri la nostra oferta. En el món empresarial, la majoria d'empresaris donen més importància a la posició central **(2)**. Fer inversions en maquinària, o en més naus no garanteix a l'empresari un futur per a l'empresa, de què li servirà tot això quan faci un concurs de creditors (suspensió de pagaments). No li servirà de res. El que té importància estratègica és tenir un producte o servei que ens diferencii i tenir qui ens el compri. Si no ens diferenciem, l'única estratègia és el preu, un preu baix. Aquesta estratègia normalment acaba malament. Ara podem fer el mateix exercici amb la comarca. No tenim més futur

per tenir més hectàrees de polígons industrials buits, no es crearan més llocs de treball estables per tenir més quilòmetres de carril bici o edificis emblemàtics (**posició central de la matriu 2**). Cal productes que ens diferenciïn, com la comarca del motor o la comarca de les rutes, cal mantenir i potenciar la nostra indústria tradicional (les empreses actuals tenen productes de qualitat i diferenciats). Cal potenciar les organitzacions que investiguen i ens aporten coneixement i formen talent, per això és necessari potenciar l'escola universitària, potenciar FITEX i potenciar AIIICA. És necessari crear una escola de negocis especialitzada en PIME (petita i mitjana empresa). El treball en xarxa de totes aquestes institucions ens permetrà crear spin-off (empreses que desenvolupen i posen al mercat les idees d'innovació de la universitat i dels centres d'R+D+I) i un teixit empresarial sòlid i professional. Solament les empreses són les que creen llocs de treball productius i només si creem empreses i consolidem les que ja hi ha podrem sortir de la crisi. La inversió pública és molt necessària per adobar la terra perquè després puguin brotar les empreses, per això aquestes inversions haurien de ser dinamitzadores de l'economia. Les inversions haurien de fer-se en coordinació dels diferents organismes, per millorar l'eficiència i l'eficàcia de les organitzacions en general, per formar les persones (totes), per millorar les

comunicacions, tant les infraestructures per transportar persones i mercaderies com les que transporten dades (fibra òptica). Però tot això de forma mancomunada, coordinada entre tots.

No és necessari fer més places, ni remodelar més carrers, ni més poliesportius, ni més polígons buits, ja en tenim (smile line 2). Dediquem els recursos que són molt escassos i més que ho seran a crear llocs de treball permanents. Treballem per diferenciar-nos, tant a nivell de productes i serveis, com a nivell de gestió de les empreses i organitzacions, com a nivell de les persones (smile line 1). Treballem perquè la gent ens conegui, perquè sabem vendre bé la nostra comarca, amb qualitat i organització (smile line 3), tots a una, per això cal una Empresa de Coordinació i Potenciació Comarcal (ECPC) (amb una gestió professional i sense influència política) i eines de promoció com ANOIA-2.0 (aquestes eines s'explicaran en profunditat en el PAE, Pla Anòia estratègic).

Invertim els nostres escassos recursos en inversions productives que creïn riquesa i llocs de treball permanents. Aprofitem al màxim els nostres recursos (edificis, polígons, etc.). Les places i els edificis singulars ja les farem quan la gent tingui feina i sobrin els recursos. És una qüestió de prioritats.



### 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**6.1.1 Persones**

**6.1.2 Institucions**

**6.1.3 Econòmics**

**6.1.4 Tècnics**



### 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

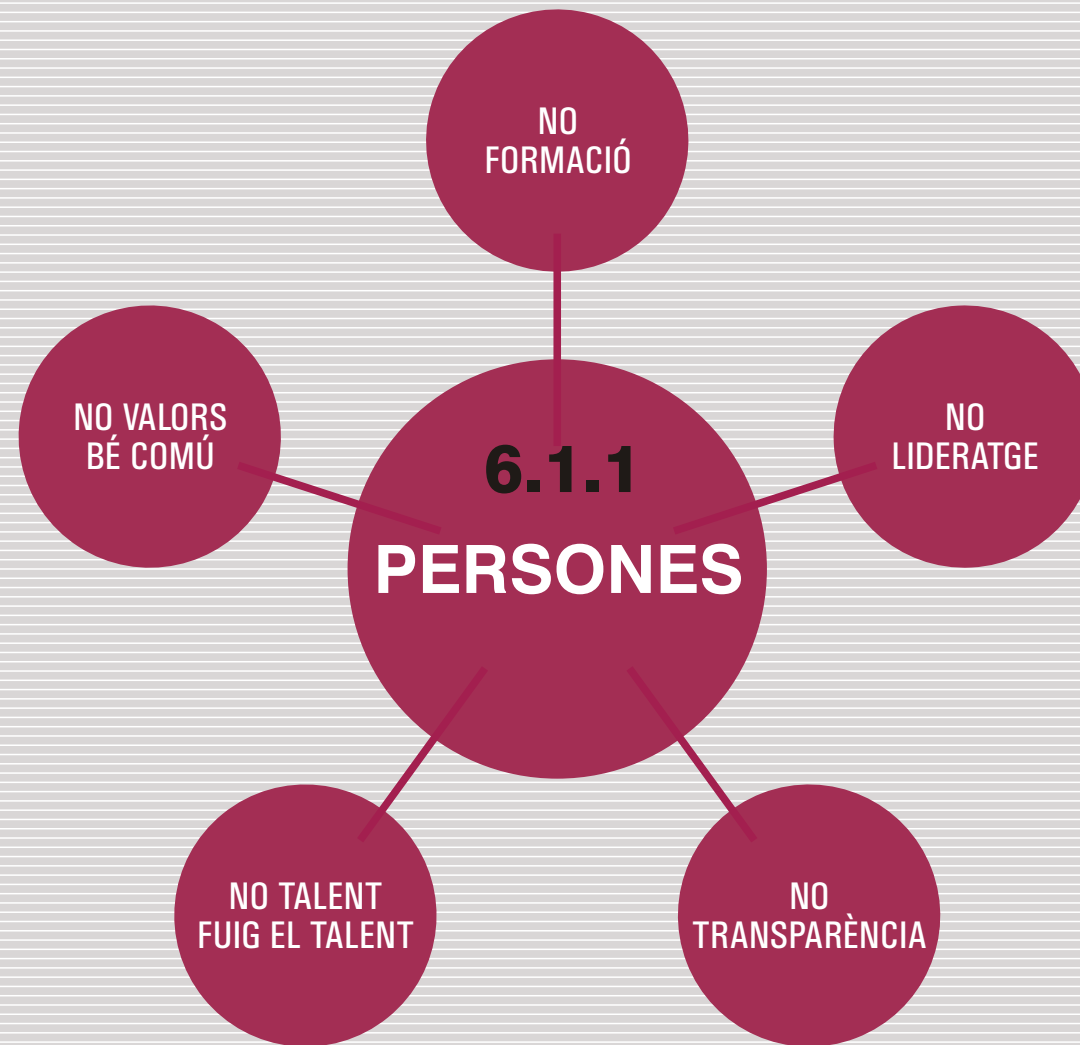
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS





### 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS





### 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS





### 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

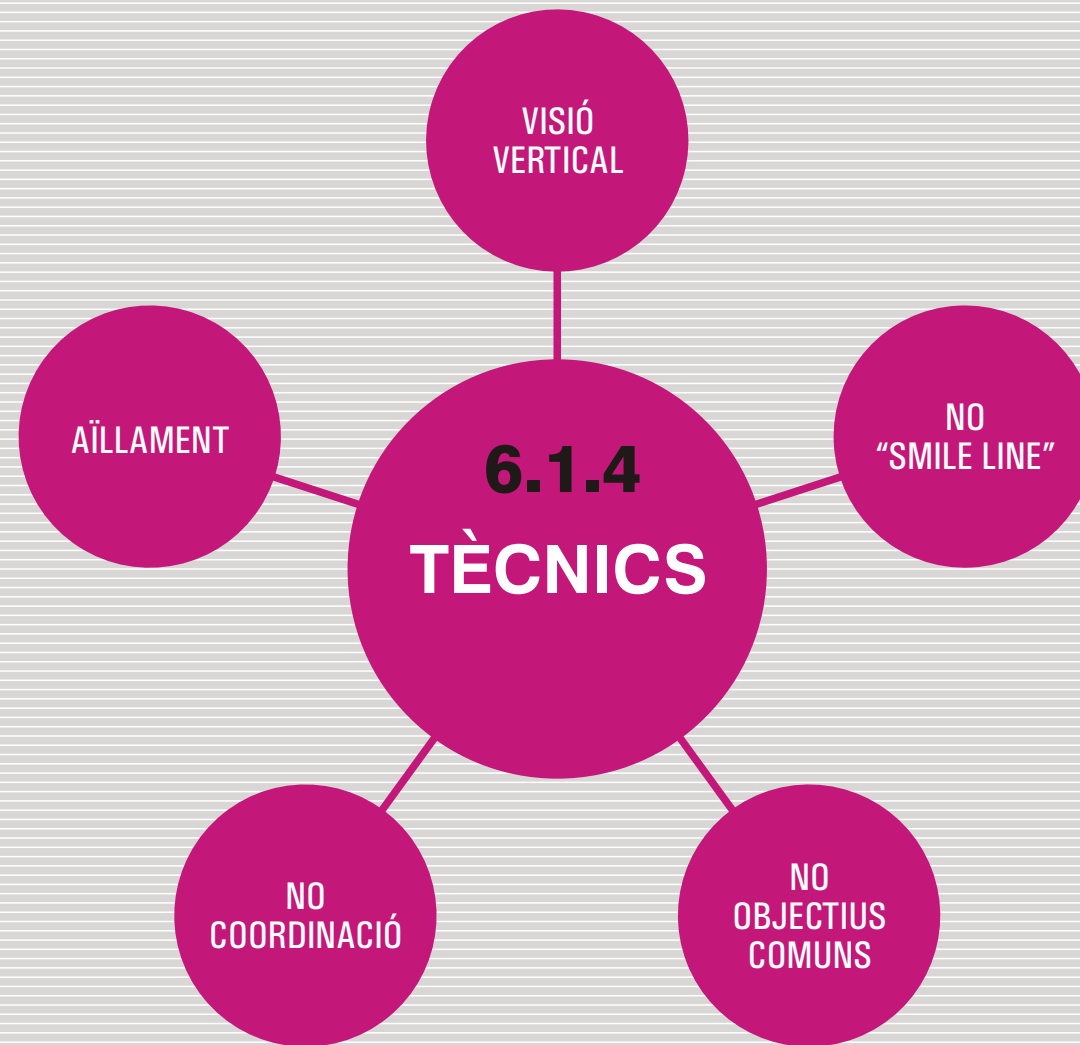
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS





## 6.1 Punts febles

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Punts febles de l'activitat econòmica**

El **producte interior brut** de la comarca respecte a l'índex 100 Catalunya, és de **83,3**.

La **renda familiar disponible** del període 2000-2006 ha seguit una tendència a la baixa en relació amb l'índex de la província (100). S'ha situat en un **84,77**.

Durant el període 2003-2007 el **sector tèxtil** ha perdut pes, ha passat del 7,4% al 4,2% (en el conjunt de les activitats de la comarca i ha patit un fort decreixement (-39%) en nombre d'empreses.

El **sector construcció** havia experimentat un fort creixement, però amb la crisi actual 2008-2010 ha patit també una forta caiguda i ja no és un dels motors de l'economia.

El **comerç al detall** ha sofert una davallada en el període 2003-2005 i se situa en el 15 % del PIB de la comarca.

**Comentaris**

Informe comercial 2007 comarca de l'Anoia. Dada del 2001.

Informe comercial 2007 de la comarca de l'Anoia.

Aquesta tendència continua avui dia, any 2010.

No hi ha dades oficials recents, però és una evidència.

Actualment, la situació continua en línia descendent. A causa de la crisi han tancat moltes botigues que no s'han substituït per altres.





## 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Punts febles de l'activitat econòmica**

El **valor afegit brut** del sector **serveis és del 48%**, la **indústria és d'un 40%** i la **construcció és del 8,9%**. Dades del 2001.

El nombre d'**aturats**, continua augmentant, dia a dia, amb un dels índex d'atur més importants de tot Catalunya. En la Conca d'Òdena a l'octubre del 2008 hi havia 4.961 aturats i a l'agost del 2009 n'hi havia 6.914. S'ha produït un **increment del 40%** en menys d'un any. **La taxa d'atur** de la comarca al març del 2009, era del **16,6%**.

Gran dependència per als desplaçaments laborals del **transport privat**. De fet la comarca té un índex excessiu de cotxes per habitant. El transport públic és deficient.

Hi ha uns quants **motors econòmics** a la comarca però no se'ls està traient rendiment ja que són projectes puntuals, sense connexió amb altres projectes. No s'estan buscant **sinergies que multipliquin** els esforços.

**Comentaris**

L'agricultura, la indústria i la construcció perden pes en la comarca.

El nombre d'aturats continua augmentant de forma notable, malgrat que ja estàvem en una situació crítica, encara estem empitjorant.

La comunicació amb altres comarques catalanes és molt deficient, això obliga a utilitzar el cotxe com a vehicle per desplaçar-se.

Parcmotor, Aeroport Corporatiu, entre d'altres.



## 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Punts febles de l'activitat econòmica**

**Baixa notorietat turística** de la comarca, malgrat que en el territori hi ha molta oferta turística, està poc coordinada. Només hi ha el Consorci Turístic de l'Alta Anoia.

Només **4 dels 33 municipis** de la comarca tenen una **certa rellevància des del punt de vista comercial**.

La majoria dels **nous llocs de treball** que s'han creat a la comarca als **darrers anys**, són en activitats de **coneixement baix**.

Índex **d'atur estructural** més elevat que a la resta de Catalunya.

**Menys inversió pública real** a l'Anoia, en comparació amb la resta de comarques catalanes.

Població amb un **menor nivell de formació** que la mitjana catalana, especialment pel que fa referència a la formació **universitària** (8,3% de la població de l'Anoia enfront del 12,8% de la mitjana catalana).

**Comentaris**

No es fa una promoció coordinada, conjunta i constant en el temps.

Informe comercial 2007 de la comarca de l'Anoia.

Informe consultoria Trans.

Informe consultoria Trans.

Informe consultoria Trans.

Informe consultoria Trans.



## 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Punts febles generals**

**Nul·la promoció de la comarca**, tant a nivell d'imatge en general com de promoció industrial, turística o comercial. No hi ha una actitud proactiva i tots els projectes es miren d'una manera vertical (**de forma individual sense cercar sinergies**). No es fa de forma horitzontal o transversal.

**Estaments polítics** (en general i salvant algunes excepcions). Poca comunicació entre partits polítics i poc receptius. Visió a curt termini. No hi ha sentit del bé comú, tothom mira els seus propis interessos.

El nivell de **coneixement empresarial és molt baix**, els nostres empresaris estan poc qualificats en gestió empresarial i tenen poca visió estratègica.

Dèficit d'infraestructures viàries i altres. El nivell de **comunicacions per carretera és molt baix**, només hi ha un eix interessant que és l'A-2. No hi ha una comunicació ferroviària de mercaderies i a nivell de persones el servei és molt deficient.

**Comentaris**

Manca un organisme de promoció activa de la comarca tant a nivell del sector primari, com del secundari i del terciari.

La visió és de l'entitat o institució, sols entren en projectes comuns si veuen de forma clara el benefici individual.

Hi ha pocs empresaris amb majúscules a la nostra comarca.

Les infraestructures són bàsiques per al desenvolupament d'un territori.



## 6.1 Punts febles

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Punts febles generals**

Hi ha empreses que marxen perquè no disposen d'una connexió a Internet òptima. No es dóna prou importància a les **TIC**.

La majoria d'**institucions**, no tenen una visió general i només treballen per a elles mateixes, això vol dir duplicar i triplicar els esforços i recursos. Són **regnes de taifes**.

No hi ha una **visió a llarg termini**, molt poques de les institucions i organitzacions entrevistades tenien un pla estratègic.

Hi ha un **desencís** de la població en general respecte dels **polítics** i de les **institucions**.

També hi ha hagut una **pèrdua de valors de la població** en general. Hem entrat en una societat consumista, on es prioritza més el tenir que el ser, on només es pensa en un mateix i no en els altres. S'ha perdut l'honestedat i l'ètica. No hi ha sentit del bé comú.

**Comentaris**

Les infraestructures per les quals passa la informació i el coneixement són vitals per al desenvolupament dels motors econòmics.

Les aliances estratègiques són un bon instrument per fer créixer els petits. Nosaltres som petits.

Només som eficients i eficaços si som capaços de visionar a mitjà i llarg termini.

Només cal valorar la participació en les eleccions.

A fi que una persona es desenvolupi plenament, necessita cobrir les seves necessitats materials bàsiques (menjar, habitatge, etc.), però també les seves necessitats de coneixement, culturals, socials i també les espirituals o transcendents.



## 6.2 Punts forts

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

### Punts forts

**Situació geogràfica molt bona.** Estem ubicats a la Catalunya central, a prop de tot arreu. Estem molt a prop de l'àrea metropolitana de Barcelona, això vol dir que hem de visionar que les nostres indústries poden abastir una àrea de població important.

**Logísticament** la comarca està situada en un punt molt interessant i competitiu.

Tenim **sòl industrial** i possibilitat d'augmentar-lo.

Tenim una **oferta turística** molt interessant i amb molt potencial.

Hi ha **projectes** amb gran capacitat de generació de sinergies.

Hi ha **voluntat política i ganes en les institucions** de la comarca de sumar esforços. Entre altres motius perquè no hi ha una altra solució.

### Comentaris

Fins ara no hem aprofitat la nostra situació geogràfica, no ens hem cregut les nostres possibilitats i només tenim por de ser el dormitori de l'àrea metropolitana.

Molt interessant per fer arribar el port sec de Barcelona, la ciutat del fred i el parc tec. del reciclatge.

Polígons industrials en construcció i en redacció.

Turisme rural, turisme arqueològic, museus industrials temàtics, etc.

Parcmotor, Aeròdrom Corporatiu, *outlets*, polígons industrials.

El CESCA és la prova d'aquesta voluntat, malgrat que encara hi ha reticències i desconfiances.



### 6.2 Punts forts

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

#### Punts forts

**Experiència industrial** en els sectors adober, tèxtil i paperer. A la comarca, i sobretot a la Conca d'Òdena, hi ha una infraestructura de serveis enfocada a la indústria tradicional.

Si potenciem algunes infraestructures ens farien diferenciar-nos de la resta de comarques, com per exemple, la depuradora.

#### Comentaris

Cada cop hi ha menys indústries, però els treballadors encara tenen una mentalitat industrial.

Aquesta realitat alguns la consideren un problema, no una oportunitat.



### 6.3 Oportunitats i amenaces

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



#### Oportunitats

El **nou finançament** podria portar recursos financers per fer els projectes del Pla estratègic.

Hi ha moltes oportunitats de creixement en qualitat, i en **sectors de futur**. Qui es posicioni primer tindrà un avantatge competitiu.

- Energies renovables.
- Mediambiental i reciclatge.
- Canal horeca  
(*quarta i cinquena gamma d'alimentació*)
- Sector TIC
- Etc.

La **situació actual força a prendre decisions** valentes per sortir de la crisi endèmica de la nostra comarca. Quan es toca fons sols ens queda pujar.

La Generalitat de Catalunya considera la comarca de l'Anoia com una de les comarques més desfavorides de Catalunya. Per això si es mouen bé les cartes, la comarca pot rebre fons per dur a terme el full de ruta o Pla estratègic.

#### Amenaces

La crisi econòmica i l'endeutament excessiu de les institucions tant a nivell local, comarcal, nacional o estatal poden ajornar la consecució del Pla estratègic o bé que no es dugui a terme.

La manca de voluntat política per poder posar en marxa aquest projecte.

La preparació, qualificació i mentalitat de les persones que executin el projecte.



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## Diagnòstic - On som?

**La situació actual de la nostra comarca és complicada, no m'agradaria ser pessimista, però tinc l'obligació de ser realista.**

- 1** Abans de la crisi ja érem una comarca desfavorida i la crisi econòmica encara ha agreujat més la situació.
- 2** La crisi serà llarga, encara durarà alguns anys.
- 3** Els sectors industrials tradicionals, han caigut. No s'ha trobat un recanvi.
- 4** La construcció que va ser el motor en els últims anys s'ha enfonsat i ja no ho tornarà a ser.
- 5** Tenim pocs llocs de treball de qualitat on es gestioni coneixement i s'aporti valor real. La majoria de treballadors són de coll blau.
- 6** El nivell empresarial és baix.
- 7** Cadascú va per la seva banda, la comarca està plena de regnes de taifes.





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## Pronòstic - Cap on anem?

**És necessari actuar, fer quelcom, reaccionar per sortir de la situació actual i això només es pot aconseguir amb la unitat de tots plegats i amb sentit del bé comú, pensar també en els altres i no solament en nosaltres mateixos.**

- 1** Si continuem igual que ara i no actuem de forma decidida i comuna, la comarca s'anirà deteriorant, serem el dormitori de l'àrea metropolitana. Ens arribaran les inversions que els altres no vulguin, seran els altres qui decidiran el nostre destí, els talents de la comarca marxaran. Segurament el creixement de la comarca vindrà pel dinamisme econòmic dels altres, tant a nivell comarcal com nacional i internacional.
- 2** Malgrat això, si es fa bé la feina el futur de la comarca pot ser molt prometedor, ja que tenim les variables necessàries per a una bona recuperació.
- 3** La responsabilitat de la recuperació és en primer lloc dels polítics i de les institucions, i després dels empresaris i ciutadans.



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

### **Problema A**

No hi ha un vector de direcció establert. No hi ha un full de ruta que marqui el camí d'actuació de tots els agents de la comarca



### **Solució**

**Pla Estratègic de l'Anoia**



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## Problema B

No hi ha cap organisme que coordini la comarca, que tingui una visió transversal i uneixi en xarxa els diferents projectes. No hi ha objectius comuns



## Solució

**Empresa de Coordinació i Potenciació Comarcal (ECPC)**



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## Problema C

No hi ha cap instrument vàlid de promoció i dinamitzador de la comarca. Visió global i transversal



## Solució

**Empresa de Coordinació i Potenciació Comarcal (ECPC) i el projecte Anoia 2.0**



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

## Problema D

- No hi ha unitat d'acció entre els diferents actors de la comarca
- Manca de lideratge i sentit del bé comú. Manca de formació en general



## Solució

- **Empresa de Coordinació i Potenciació Comarcal (ECPC)**
- **Reflexió personal i canvi dels actors de la comarca**



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

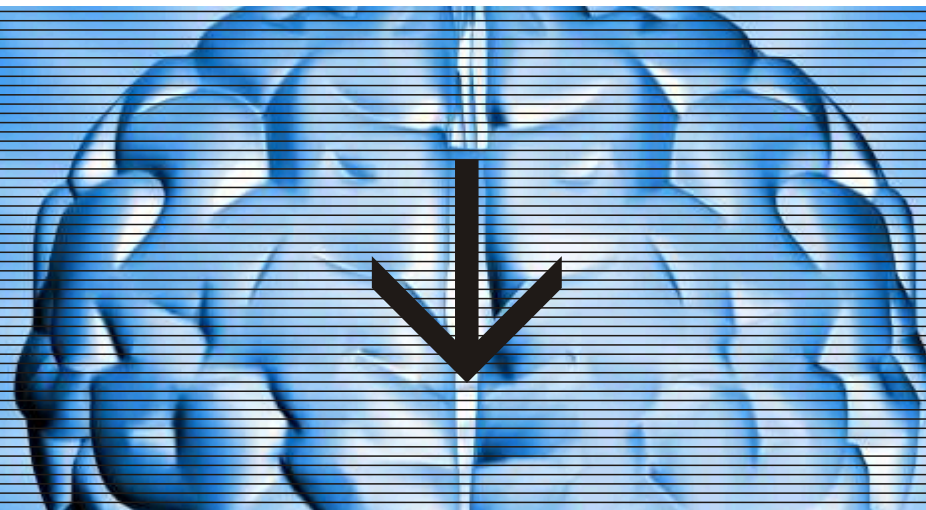
CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

## Problema 1

### La nostra mentalitat



## Solució

- Formació a tots els nivells
- Obrir la ment
- Transformació personal
- Transformació individual



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

→ ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

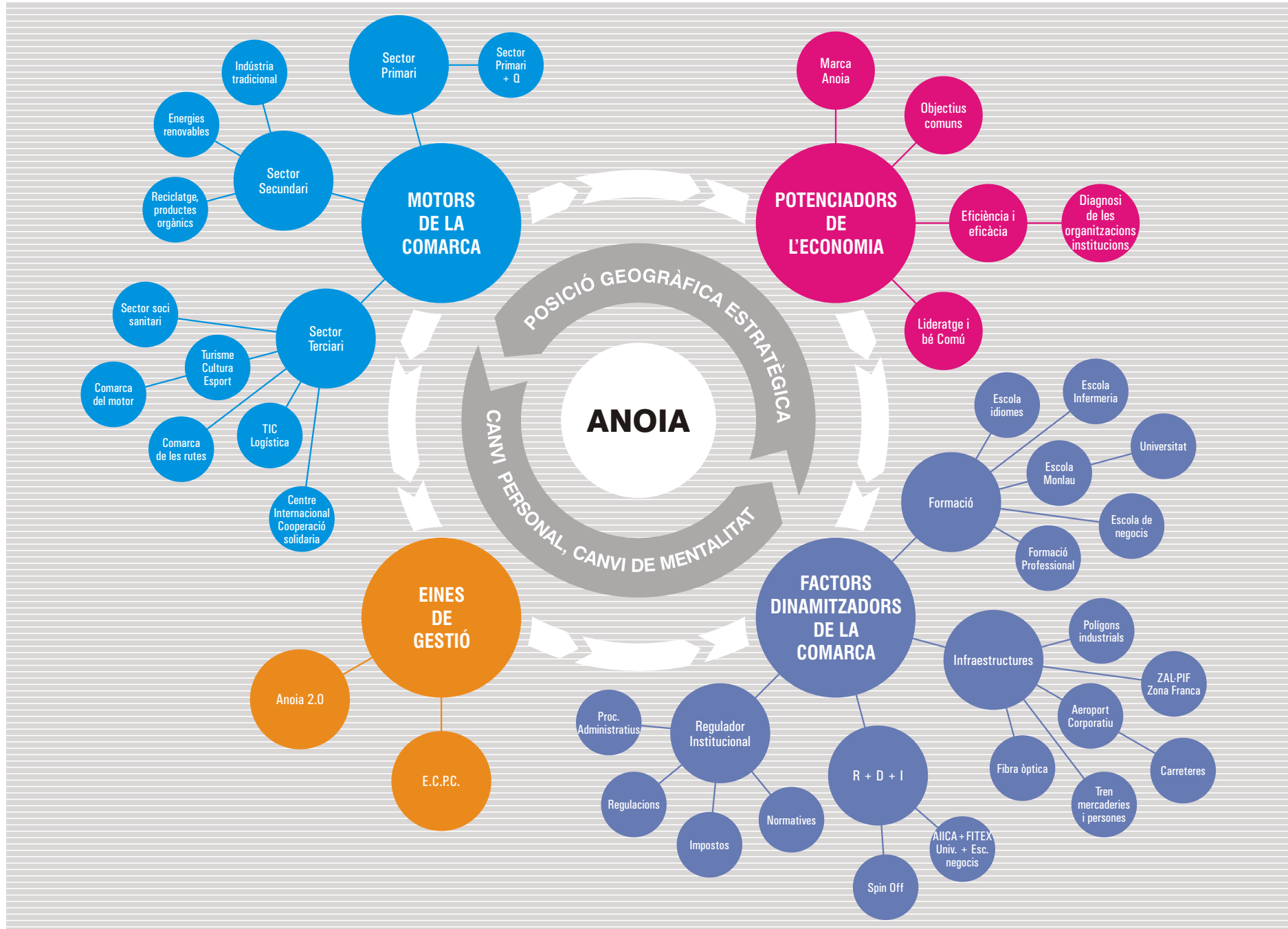
POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social de la Comarca de l'Anoia





**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

**SECTORS**





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

### Estratègia sector primari



Diferenciació de productes - Servei



Reducció del canal de vendes



Integració vertical



Aliances estratègiques (cooperativa)



Professionalització de la gestió



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



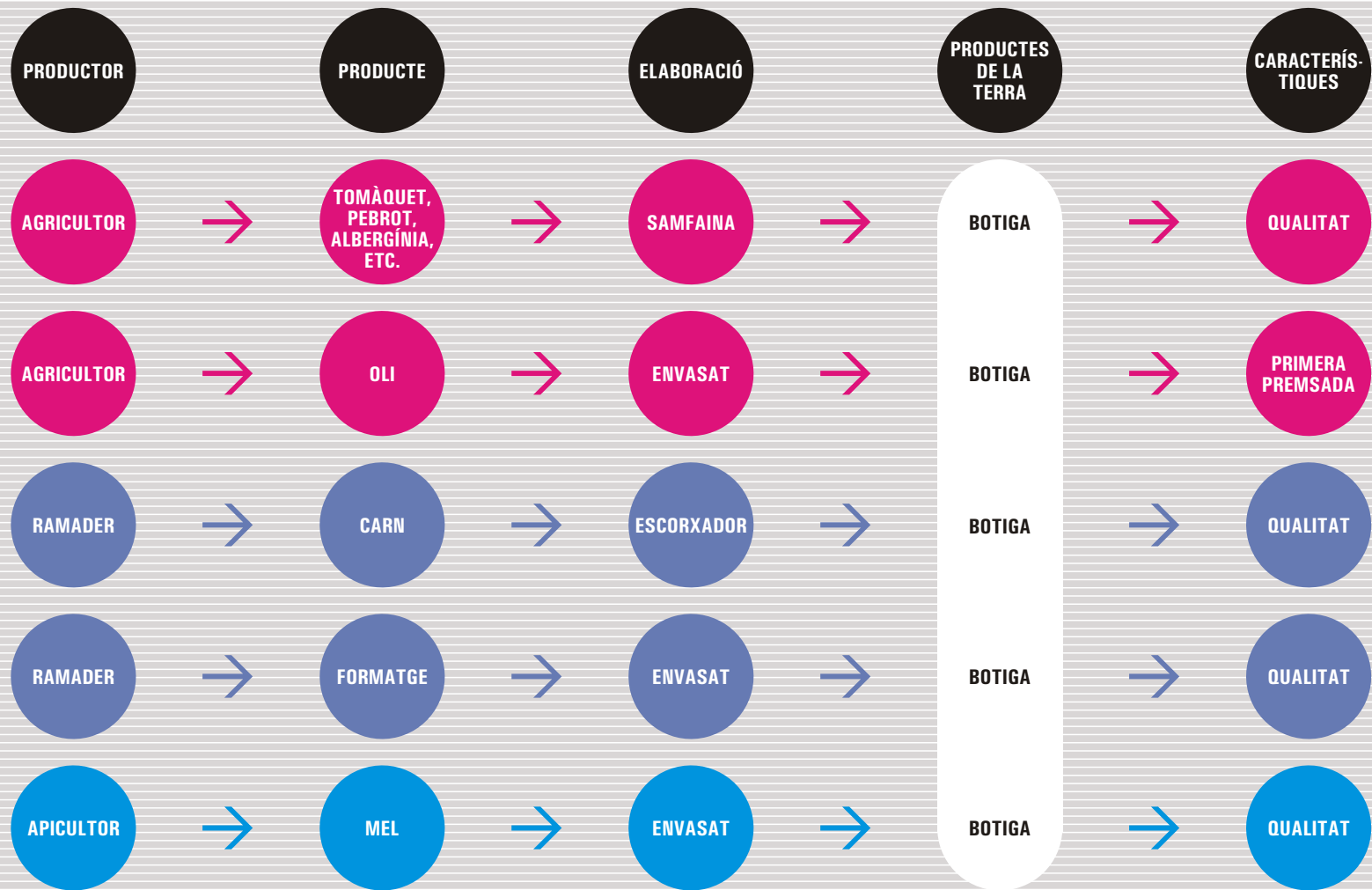
Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia





L'estratègia ets tu.

### Estratègia sector primari



**Diferenciació:**  
canal , qualitat, aliances

**Integració vertical**  
pagès al client final

**Reducció de canal**



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



## Estratègia sector primari



### Sector dinamitzador i cohesionador del territori

- El sector primari, ajuda a vertebrar el territori i cal potenciar-lo. Fins ara ha estat menyspreat per part del territori.
- Tenir cura de les reserves de terreny per a les previsions urbanístiques
- Regulacions i normatives de les explotacions
- El sector primari a la comarca de l'Anoia juga un paper molt important en el turisme, en les energies renovables i en la prevenció i conservació del territori.



### Cal un canvi estratègic en el sector

- Productes de més qualitat
- Més valor afegit en productes i serveis. Quarts i cinques gammes, canal horeca.
- Diferenciació (farina d'espelta)
- Reducció del canal de distribució.
- Integració amb el sector turístic, esport i del lleure
- El canvi s'ha de fer des de dins i no des de la PAC (Política Agrària Comunitària)





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



## Estratègia sector secundari



### Sector tradicional

- Donar suport i potenciar els sectors tradicionals. Adoberia, tèxtil, paperer, ceràmica, etc.
- Potenciar els centres de R+D+I com AIICA i FITEX
- Mantenir i fomentar els llocs de treball d'aquests sectors
- Potenciar indústries que necessitin la depuradora d'aigua (indústria farmacèutica)



### Nous sectors

- Energies renovables, fomentar les energies renovables i l'estalvi energètic
- Reciclatge, especialment pel que fa a la matèria orgànica (segons l'informe d'estratègia per al sistema d'innovació territorial de Catalunya)
- Potenciar el sector de l'alimentació, amb el canal horeca també quartes i cinquenes gammes



### Potenciació de la formació empresarial i l'emprenedoria

- Escola de negocis per a PIME
- Potenciar la R+D+I



### Afavorir la creació i potenciació d'empreses

- Afavorir la implantació d'empreses en el territori
- Reducció d'impostos, tràmits àgils, normativa raonable
- Energia més barata
- Invertir en infraestructures (comunicacions, fibra òptica, etc.)



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



## Estratègia sector terciari

### Punts forts

Aposta de les institucions de la comarca per dinamitzar-ne el sector turístic.

Varietat de recursos turístics. Voluntat empresarial.

Correcta relació qualitat-preu de l'oferta d'allotjaments.

Projectes turístics de primer ordre a la comarca.

Proximitat geogràfica de l'àrea metropolitana i de la resta de Catalunya.

Diversitat d'empreses relacionades amb el turisme rural.

### Punts febles

Inexistència de recursos turístics valorats.

Hi ha una oferta turística que no es comercialitza adequadament.

El sector empresarial comarcal està individualitzat, no hi ha teixit associatiu, ni visió global ni transversal.

Poca vinculació directa amb els municipis.

Es destinen pocs recursos econòmics, tècnics i humans al sector turístic.

Senyalització deficient. Activitat turística estacional, amb l'oferta tradicional.

La comarca és desconeguda pel mercat turístic català.

No hi ha una xarxa de telecomunicacions correcta.

Hi ha poc transport públic connectat a la resta del territori català.





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



## Estratègia sector terciari

### Oportunitats

Major conscienciació mediambiental.

Tendència d'actuacions de promoció vinculades a l'entorn 2.0.

Revolució tecnològica vinculada a la proliferació de noves tecnologies de la informació en relació amb la contractació de serveis turístics.

Relació de coresponsabilitat entre el sector públic i el privat en matèria de turisme.

Creixement del segment de demanda sènior.

Importància creixent del turisme familiar.

### Amenaces

Increment de la competència pel que fa a l'oferta, molt per sobre de la demanda.

Disminució de l'estada mitjana i de la despesa turística, com a conseqüència d'una situació econòmica delicada a nivell mundial.

Increment dels costos dels negocis turístics, en personal i matèria primera, fet que dificulta la inversió en nous negocis turístics.

Saturació de la demanda, atesa la diversitat d'oferta promocional rebuda per diversos mitjans de comunicació.

La demanda potencial catalana, concentrada majoritàriament en l'àrea metropolitana de Barcelona, no pot absorbir l'oferta actual.







L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



## Estratègia sector terciari. Conclusions generals

- 1 **La comarca de l'Anoia està vivint una situació econòmica complexa**, amb uns nivells d'atur d'un 10,57%, (dades del 2007, Diputació de Barcelona) molt superior a la mitjana catalana (6,6%), i amb **uns nivells d'ocupació preocupants**.
- 2 El Consell Comarcal **aposta d'una forma decidida pel sector turístic**, com un mecanisme capaç de dinamitzar l'economia de l'Anoia i per crear llocs de treball, sempre que el procés es dugui a terme **d'una forma planificada i sostenible**.
- 3 La comarca compta amb un **Gremi d'Hostaleria** amb 115 associats i amb un **teixit empresarial que ambiciona desenvolupar el turisme** per assolir els beneficis socials, econòmics i ambientals d'aquesta activitat.
- 4 **L'oferta d'allotjament de la comarca és diversa i de qualitat**, atès que compta amb 1.114 places d'allotjaments, dels quals un 65,08% són hotels; 29,26% corresponen a cases rurals i un 5,65% a càmpings.
- 5 L'Anoia té una **gran diversitat de recursos culturals, gastronòmics, naturals**, així com d'altres recursos vinculats a la identitat i a les tradicions de la comarca, i tots tenen **un potencial turístic molt gran**.
- 6 Un dels **reptes de futur** de la comarca és **donar a conèixer aquests recursos als anoiencs i al mercat català**. Un procés que s'ha de canalitzar a partir de la **creació i posterior comercialització de productes turístics**.
- 7 Actualment l'Anoia disposa de recursos motors que permetran impulsar actuacions operatives durant els primers mesos d'implementació del Pla d'ordenació de l'oferta turística (POOT). Unes actuacions que permetran **dinamitzar i consolidar l'activitat turística** actual.
- 8 A la comarca s'han detectat diversos **projectes diferencials i d'alt valor afegit** que ajudaran a posicionar la comarca com una destinació de qualitat. Un futur que permetrà generar nous fluxos de demanda que beneficiaran les empreses i serveis turístics de l'Anoia.





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



## Estratègia sector terciari



### Problemes importants número 1



Manca de coordinació, visió general visió transversal



Manquen productes, oferta de serveis concrets



No hi ha una promoció efectiva de tota l'oferta



No hi ha sinergies entre els diferents motors turístics



Senyalització deficient



Manca d'infraestructures de telecomunicacions TIC



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

## Estratègia sector terciari



### Objectius estratègics



Revitalitzar el territori



Consolidar i potenciar l'oferta TCLLE\*

\*TCLLE = turisme, cultura, lleure i esport



Creació de noves empreses i llocs de treball



Posicionar la comarca com a referent turístic TCLLE

Motor, aeri i bicicletes a nivell europeu i mundial  
Turisme de lleure a nivell català, espanyol i europeu



Professionalitzar la gestió empresarial / eficiència i eficàcia



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



## Estratègia sector terciari



### Potenciar el turisme, cultura, lleure i esport com a eix principal de riquesa

Impulsar el desenvolupament en xarxa de tota l'oferta turística, cultural, de lleure i esport de la comarca  
 Segments als quals adreçar-se: Turisme familiar, turisme esportiu



### Potenciar la creació d'empreses TIC

Invertir en fibra òptica per a tota la comarca  
 Fomentar la formació empresarial i la retenció de talent



### Impulsar la creació de barris "ECO" per reforçar el sector de la construcció

Habitatges construïts amb material ecològics i energèticament autosostenibles  
 Autogestió de l'aigua i de la majoria dels residus



### Promoure la formació dels gestors de les empreses i dels projectes

Escola de negocis



### Impulsar una eina de promoció activa i eficaç

Anoia 2.0  
 Empresa de Coordinació i Potenciació Comarcal (ECPC)



### Desenvolupament d'una infraestructura logística a mitjà termini

ZAL del port de Barcelona, PIF, polígon logístic de Jorba  
 Desenvolupar l'eix ferroviari i infraestructures de connexió per carretera amb la resta del territori català



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

→ SECTORS

MOTORS

FACTORS

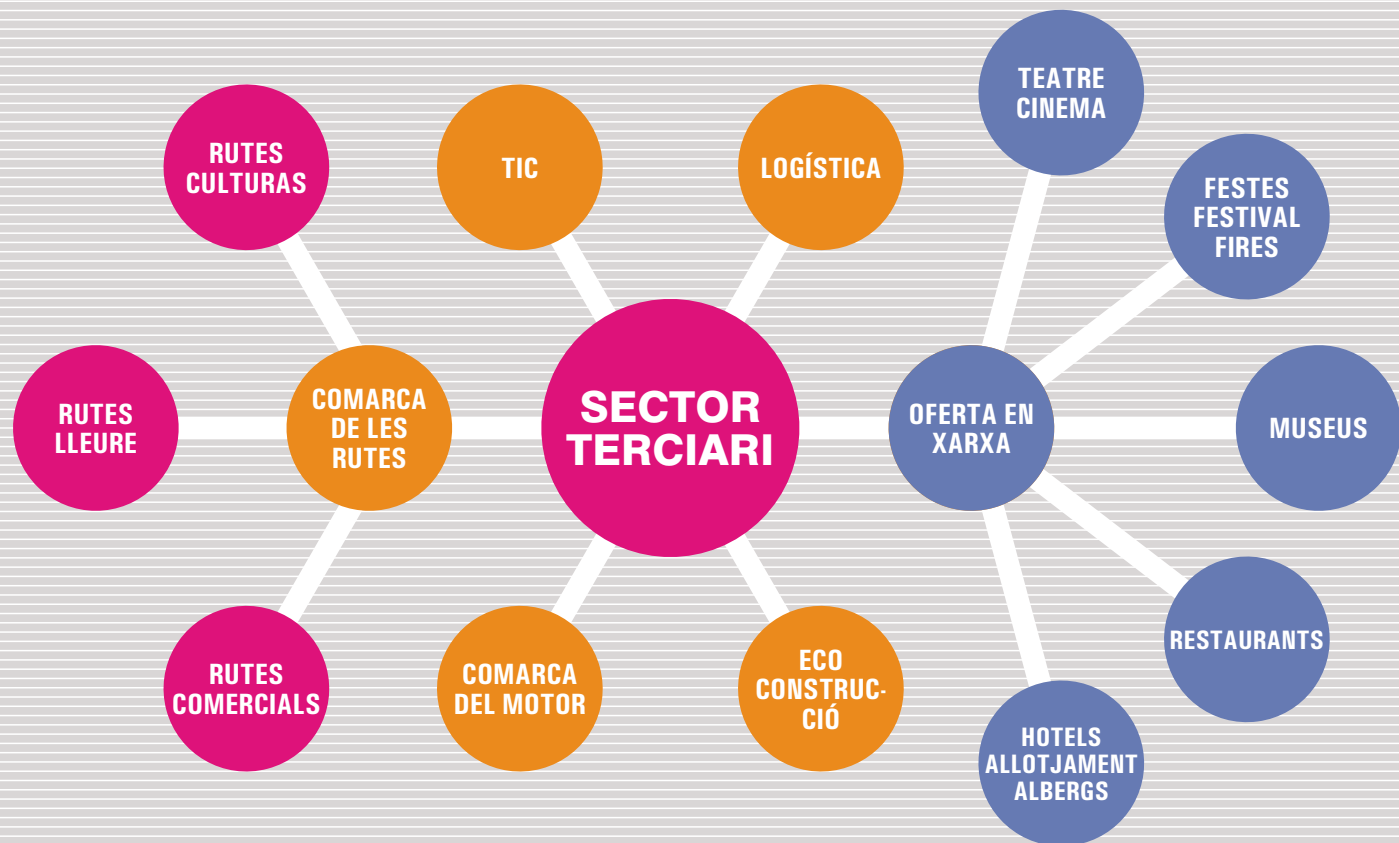
EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

TERCIARI





**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

**MOTORS**



### 12.1 Turisme, cultura, lleure i esport

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Eix central del creixement de la comarca



Donem servei a tot Catalunya gràcies a la situació geogràfica, el nostre objectiu és l'àrea metropolitana



Tenim una gran diversitat d'oferta turística, cultural, de lleure i esportiva. En diferenciació i especialització



En aquest sector es poden crear molts llocs de treball, qualificats i no qualificats



### 12.2 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Especialització comarcal que ens diferencia de la resta de comarques



Situació geogràfica excel·lent, tradició i infraestructures



Tenim un territori idoni per a la pràctica de l'esport del motor



Tenim coneixements i talent per a ser un referent a nivell europeu i mundial en alguns esports

**Projecte la comarca del motor i projecte  
*Allriders***





### 12.3 Comarca de les rutes

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

L'oferta turística, cultural, de lleure i esportiva de la comarca és molt diversa i es troba en tot el territori de la comarca



Hi ha moltes associacions i grups de ciutadants que ja estan organitzats



Donem resposta a una necessitat de l'àrea metropolitana



Cal organització, productes interessants i promoció

**Projecte la comarca de les rutes**



## 12.4 Sector primari com a eix vertebrador

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

El sector primari és el que ens permet tancar el cercle i lligar en xarxa la resta d'activitats



Regula el territori i ens permet potenciar el sector terciari, la comarca de les rutes i del motor



S'ha de potenciar la ramaderia de qualitat i extensiva, l'agricultura de qualitat i diferenciada, i també l'explotació sostenible de la massa forestal



Integració del sector primari amb el terciari i les energies renovables



## 12.5 Indústria tradicional, consolidació i potenciació

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

La indústria tradicional que tenim, ja ha passat per moltes crisis, la majoria d'indústries són fortes i saben cap a on anar



Tenim molts llocs de treball, generats per aquesta indústria



Tenim molta mà d'obra poc qualificada que entén molt bé el sector industrial, aquest és un valor per atreure inversions



Aquest sector forma part de les nostres arrels i cultura. Hem de millorar el que sabem fem



Tenim organitzacions que estan treballant per donar futur a aquests sectors tradicionals amb R+D+I, FITEX i AIICA



12.6 Energies renovables i reciclatge

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

La comarca ja té moltes fonts d'energia renovable i molts projectes aprovats o en fase d'aprovació



Aquestes fonts d'energia estan escampades per tota la comarca. Cal fomentar l'estalvi energètic i les energies netes



Cal continuar potenciant-ne la construcció per arribar a ser un referent com a comarca, i un centre d'investigació



Aquestes energies potencien de forma clara les sinergies en xarxa dels motors econòmics de la comarca



Cal afavorir la cultura de l'estalvi energètic, de la no contaminació i del reciclatge. En els propers anys la indústria del reciclatge i la reutilització proporcionarà molts llocs de treball



**Projecte de biomassa a la Conca**



L'estratègia ets tu.

### 12.6 Energies renovables i reciclatge

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Nom	Municipis que afecta	Nombre d'aerogeneradors (en cas de parc eòlic)	Potència	Estat actual
Parc eòlic Rubió I	Rubió	33	49,5 MW	executat
Parc eòlic Rubió II	Rubió	17	25,5 MW	executat
Parc eòlic de Pujalt	Pujalt i Calonge de Segarra	21	42 MW	executat
Parc eòlic Turó del Magre	Pujalt , Veciana, Copons, Argençola i Sant Guim de Freixenet	15	28 MW	executat
Parc eòlic Erabella	Pujalt	11	18,7 MW	aprovat
Parc eòlic Alta Anoia	Pujalt, Veciana, Prats de Rei, Calonge de Segarra i Calaf	15	28 MW	executat
Ampliació Parc eòlic Rubió II	Rubió	7	-	executat
Parc eòlic de Serra Morena	Copons	12	-	projecte
Parc eòlic de Veciana	Veciana	20	33,4MW	executat
Planta de biomassa	Argençola	-	-	projecte
Planta de biodièsel	Pujalt	-	-	aprovat

- Digestors de biogàs al sector primari
- Calderes de pellets (potenciació a tota la comarca)
- Central de biomassa a la conca
- Altres projectes





## 12.7 TIC i logística

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Tenim a la comarca, un nucli important d'empreses TIC, que cal potenciar



A la comarca tenim talent TIC. Aquestes empreses no necessiten grans inversions ja que treballen bàsicament amb coneixement



Cal infraestructures (fibra òptica) per crear un ambient TIC idoni



Amb les inversions en infraestructures logístiques, la comarca esdevindrà un subministrador de l'àrea metropolitana, *per això és molt important l'eix ferroviari, l'aeroport corporatiu i el polígon de Jorba amb el port sec de Barcelona*

**Projecte de fibra òptica a l'Anoia**



## 12.8 Sector sociosanitari

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

→ MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Tenim a la comarca, una expertesa en el sector sociosanitari, tant en el sector públic com en el sector privat



Hi ha projectes molt interessants que ens portarien a l'avantguarda del sector, com el projecte SIM@



Podem fer un pas important en R+D+I ja que tenim un clúster TIC important que podria treballar projectes associats amb la sanitat i les comunicacions



Comencem a desenvolupar la fibra òptica que potencia el binomi empreses TIC i la investigació en el terreny sociosanitari

**Projecte SIM@**



**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

**FACTORS**







### 13.1 R+D+I, AICCA + FITEX + EUI + Escola de negocis

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

→ FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



És evident que el futur de la comarca està d'aportar valor i coneixement a les empreses, aportar valor afegit per això és bàsica la formació de les persones i la inversió en diferenciació



A la comarca tenim organitzacions que ja estan treballant-hi, i inverteixen en R+D+I. S'ha de potenciar AICCA i FITEX



Però també s'ha de fomentar la formació integral de les persones, potenciar els estudis universitaris, la formació professional i crear una escola de negocis especialitzada en PIME



El millor futur de la comarca és que tinguem bons empresaris

**Projecte d'una escola de negocis per a PIME**



### 13.2 Infraestructures

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

→ FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



Potenciar tot tipus d'infraestructures, aquestes són un potent multiplicador de l'economia. Són inversions productives



No cal fer més polígons dels que ja estan planificats. S'han de fer inversions en els polígons d'Òdena, de Jorba i Calaf. És important invertir per omplir els polígons, no per fer-ne més



S'ha de treballar perquè les infraestructures viàries connectin la comarca amb la resta de Catalunya. Tant l'eix Manresa-Vilafranca com el quart cinturó amb l'Anoia Sud



L'eix ferroviari és de vital importància per al futur de la comarca, tant per les mercaderies com per la mobilitat de les persones. L'Aeroport Corporatiu en diferencia i potencia totes les nostres activitats



Les comunicacions TIC, atrauran inversions de tot tipus, cal crear el cultiu idoni perquè les empreses es desenvolupin correctament. La xarxa de fibra òptica és vital



## 13.3 Formació

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

→ FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Cal potenciar, com a element estratègic, la formació integral de totes les persones de la comarca, de fet aquesta és la garantia de futur de la comarca. Formació dels joves, dels empresaris, dels treballadors i dels dirigents



Cal millorar la formació professional, amb continguts adequats al temps. Cal millorar l'oferta i la coordinació de la formació continuada per a treballadors. Cal que els empresaris i dirigents de la comarca es formin a nivell empresarial per així crear més llocs de treball.



La formació universitària, és absolutament necessària, de fet, a la comarca tenim un índex molt baix d'universitaris si ho comparem amb la resta de Catalunya



Cal potenciar la formació especialitzada que ens diferencia de la resta de comarques. La creació d'una escola d'infermeria i la creació del campus del motor especialitzat a formar tècnics del motor, són un bon revulsiu per a l'economia de la comarca i el seu futur.



### 13.4 Regulacions i normatives per part de les institucions

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

→ FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

En aquests moments de crisi econòmica, cal revitalitzar i ajudar les empreses. Aquestes són les que crearan llocs de treball productius



És important que una empresa de nova creació no tingui dificultats en els tràmits i permisos necessaris



També cal ajudar en el tema dels impostos, perquè les empreses inverteixin en la comarca, ajudes d'implantació



Cal regular per afavorir la implantació i creació d'empreses



---

## PLA ANOIA

---

L'estratègia ets tu.

# EINES



L'estratègia ets tu.

### 14.1 Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal (ECPC)

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

→ EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Cal una empresa que ens ajudi a unificar tots els esforços de la comarca, que coordini i promocióni la comarca**



14.1 Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal (ECPC)

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

→ EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

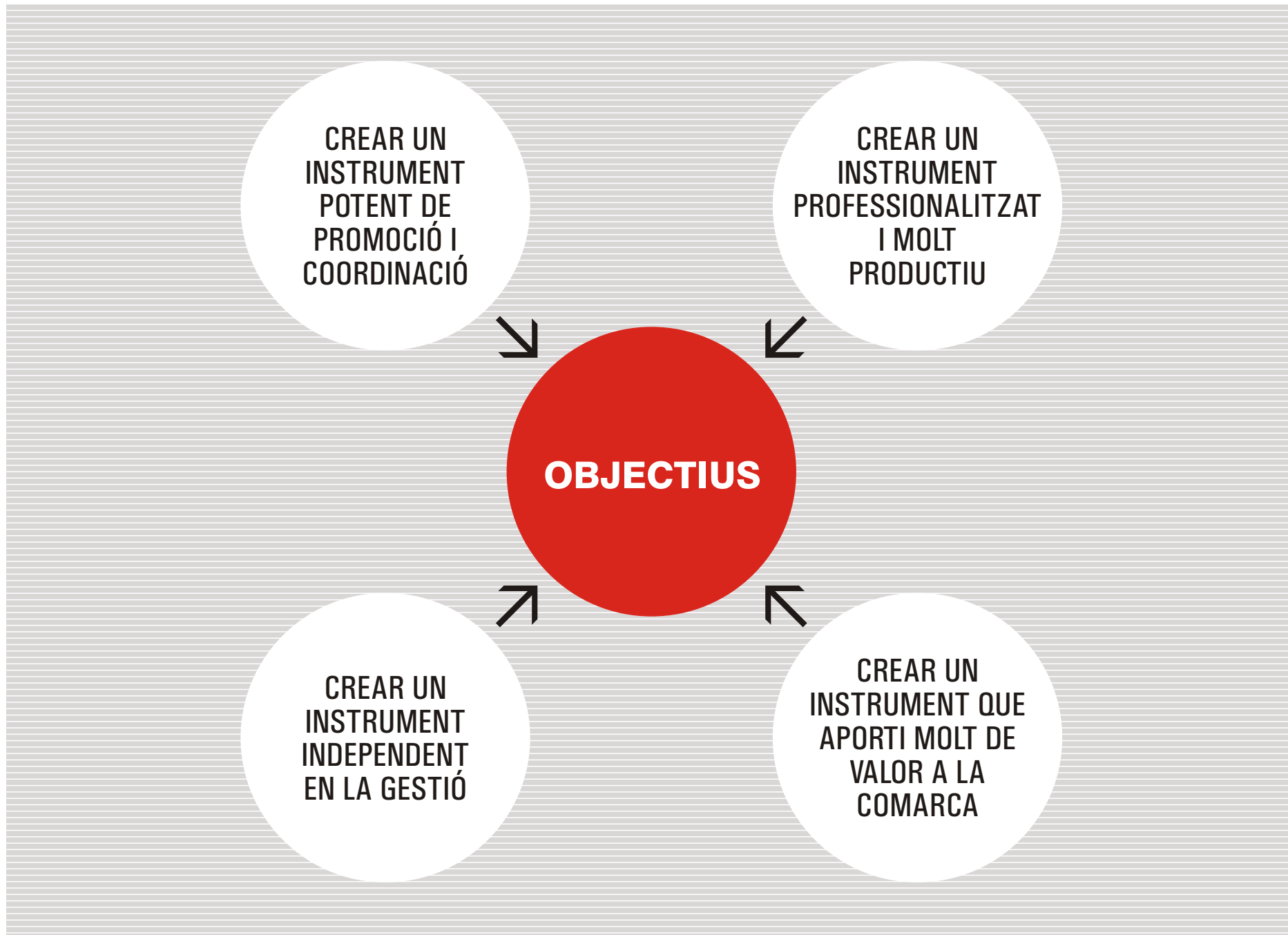
CONCLUSIONS





L'estratègia ets tu.

### 14.1 Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal (ECPC)



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

→ EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS





### 14.2 Anoia 2.0

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

→ EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



**Plataforma 2.0 de promoció  
i dinamització de la comarca**





**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

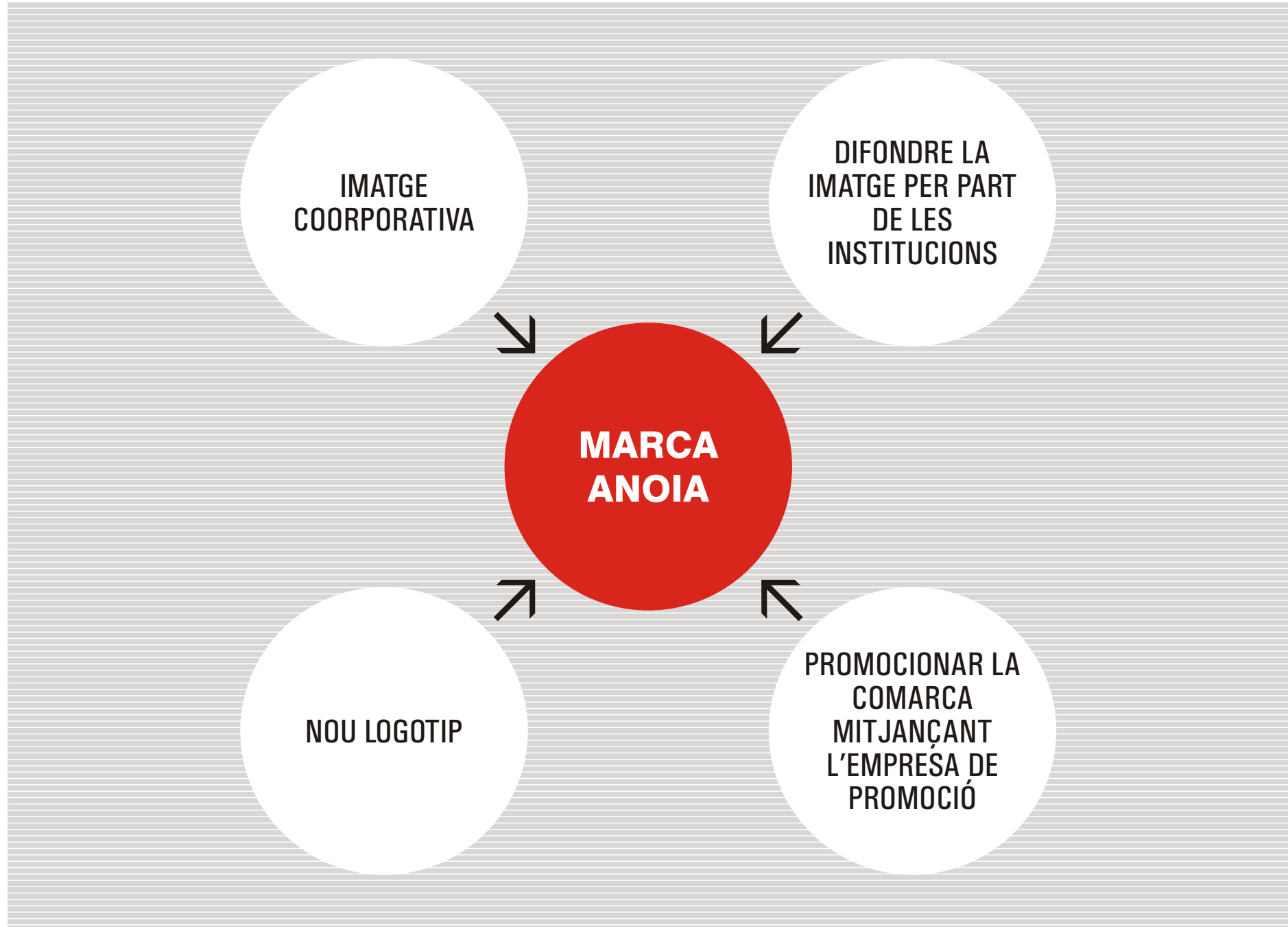
# POTENCIADORS





L'estratègia ets tu.

### 15.1 Marca Anoia



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

→ POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



## 15.2 Eficiència i eficàcia

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

→ POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



**La crisi serà llarga i els recursos públics escassos, per això hem de treballar amb eficiència i eficàcia. Gestionar millor els recursos, incrementar la productivitat**

- Estalvi energètic
- Inversions productives
- Millora de la gestió i productivitat de les organitzacions



**Millora de la gestió i productivitat de les organitzacions (empreses, ajuntaments, Consell Comarcal i organitzacions de tot tipus)**

- Tota organització hauria de tenir el seu pla estratègic alineat amb el Pla estratègic de la comarca
- Diagnosi de les organitzacions i de les empreses
- Tothom hauria de tenir un quadre de comandament
- Tasques, responsabilitats i objectius en la gestió dels recursos humans
- Gestió per processos



L'estratègia ets tu.

### 15.2 Eficiència i eficàcia

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

→ POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

**Barris coeficients**

**Reducció de consum  
d'energia. Enllumenat  
públic amb LED**

**Recollida  
d'escombraries de forma  
mancomunada**

**Fibra òptica, projecte de  
tota la comarca**

**Millora de la gestió de  
les empreses i  
organitzacions**

**Promoure calderes de  
biomassa**

**etc...**



L'estratègia ets tu.

### 15.2 Eficiència i eficàcia

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

→ POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

Enllumenat →  
públic tradicional



Enllumenat →  
públic amb LED





ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

→ POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

## 15.3 Objectius comuns

### Objectius comuns

La suma d'esforços alineats en un mateix objectiu, és un gran potenciador de l'economia i de creixement de la comarca. Es gestionen millor els recursos (ara tenim estudis duplicats i triplicats, per part de diferents actors de la comarca) i s'assoleixen més ràpidament els objectius.



### Lideratge i bé comú

Un altre potenciador de l'economia és la gestió per lideratge. D'aquesta forma aconseguim equips altament units i amb una capacitat de treball i innovació molt elevats. Aconseguim que la gent treballi per a la comarca pensant en els altres i molt motivats.




**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

**PROJECTES**





A person wearing a blue polo shirt with a 'ceat' logo is working on a motorcycle engine. The person is wearing white gloves and is focused on the task. The background is slightly blurred, showing the motorcycle's bodywork.

# PROYECTO 01

## COMARCA

### DEL MOTOR



L'estratègia ets tu.

### 16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**L'Anoia com a comarca de referència del motor a nivell europeu**



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



### 16.1 Comarca del motor

Parcmotor, com a eix vertebrador



Comarca amb tradició de motor



Ja hem organitzat molts campionats



Situació geogràfica excel·lent



Ja tenim infraestructures importants



**Comarca del motor**



L'estratègia ets tu.

16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia





L'estratègia ets tu.

16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

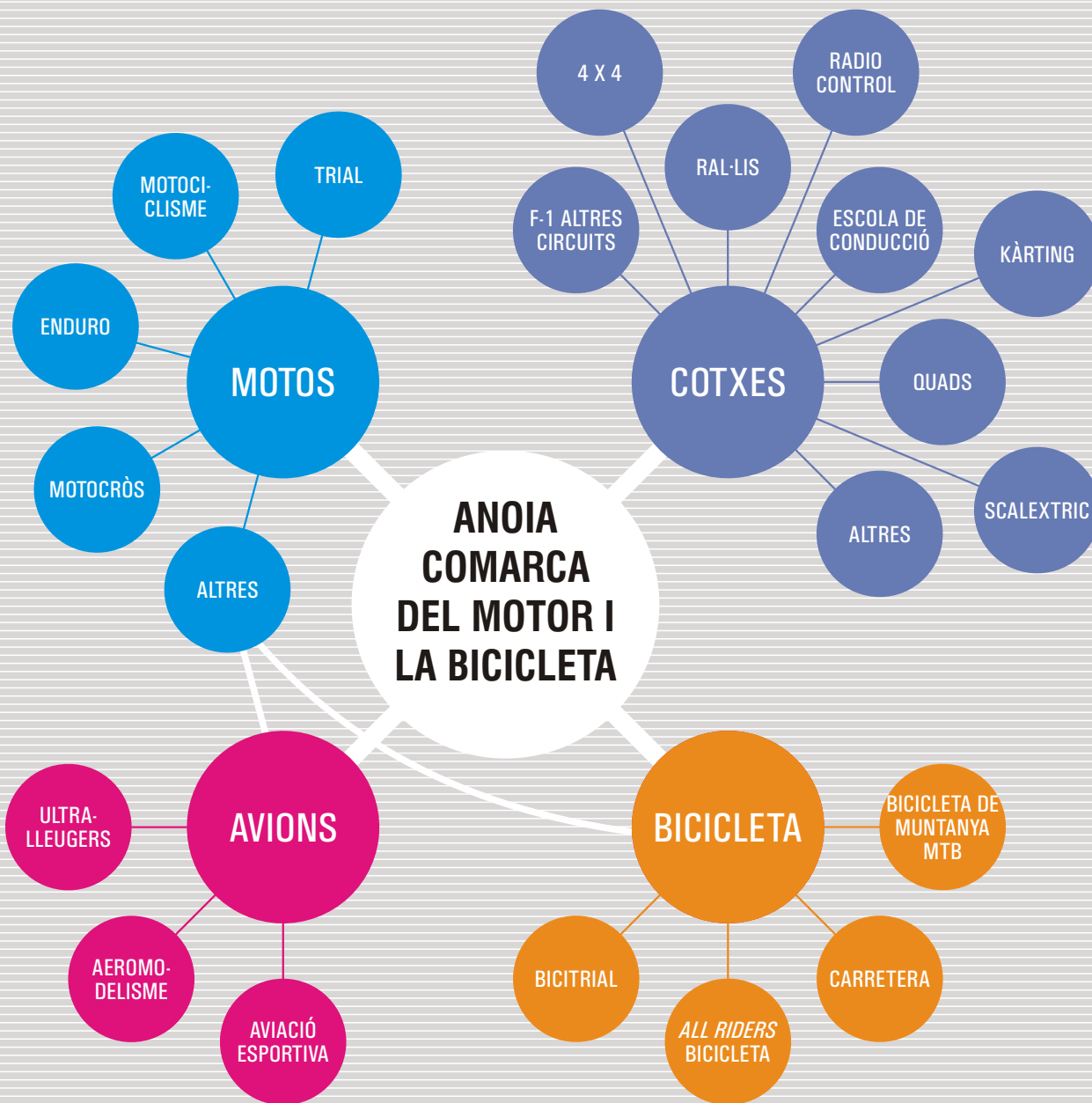
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Enllaçar diferents punts de la comarca amb activitats de motor**  
**Punt central de sortida Parcmotor**





16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

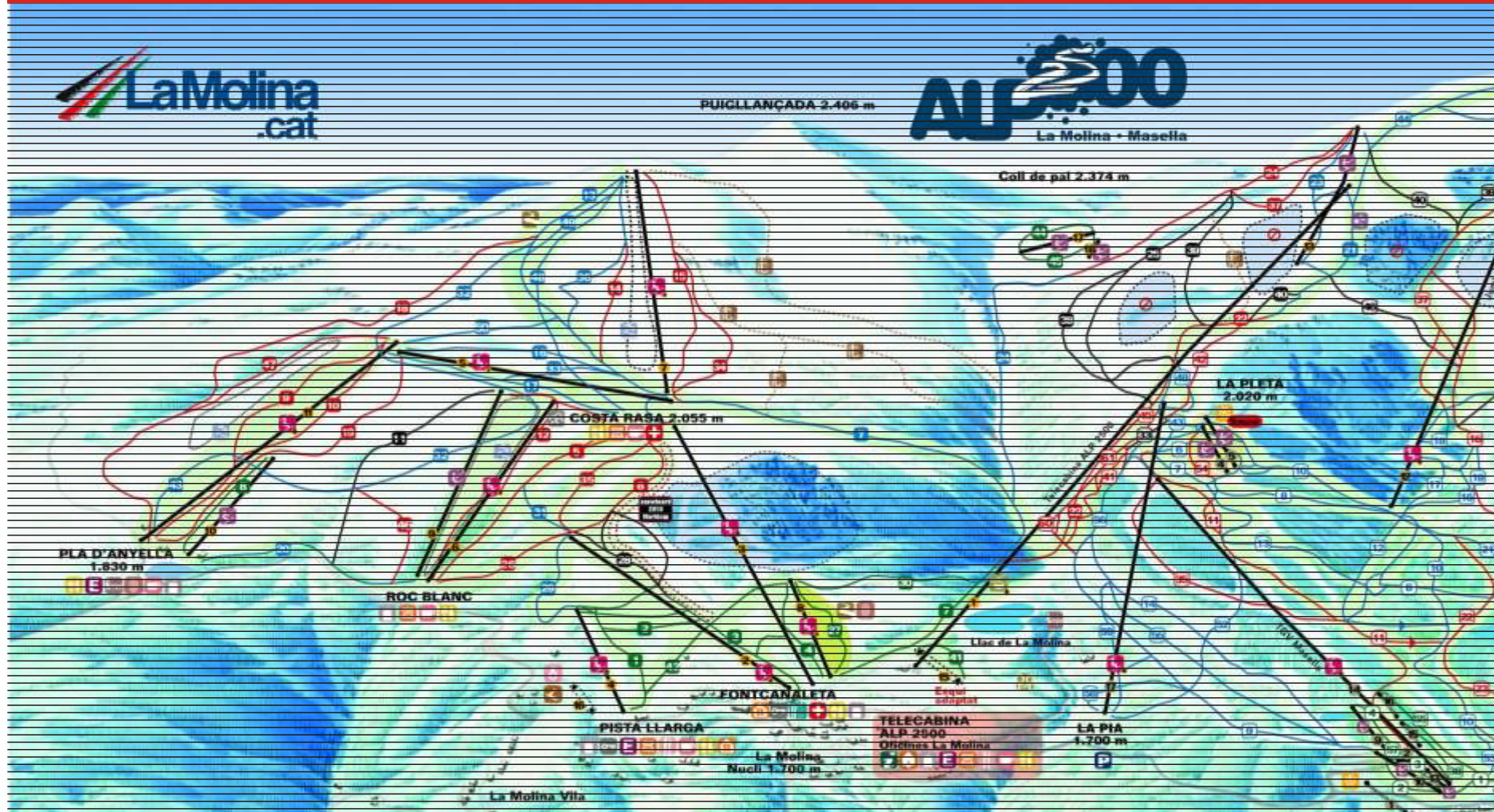
POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



PRODUCTE → DOMINIS ESQUIABLES





16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**PRODUCTE → DOMINIS TRANSITABLES**



- Per tipus d'esport
- Amb assegurança
- Recorreguts especialitzats
- Senyalització específica
- Escoles de formació
- Explotació econòmica  
*(forfet, carnet d'utilització)*





ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



## 16.1 Comarca del motor

El projecte de la comarca del motor, té un paral·lelisme amb les grans àrees de dominis esquiables, és un territori pensat en l'explotació d'un determinat esport. **En el nostre cas dels esports de motor de tot tipus i la bicicleta.**

Es tracta d'ordenar els espais i els accessos i la normativa d'utilització d'aquests esports per tota la comarca, tant de forma professional com amateur. Per això cal la participació de les associacions vinculades a cada esport per a la seva realització i desenvolupament. Ha de ser un projecte de tots. Tenim com a referència i centre neuràlgic de la comarca del motor el Parc motor. Aquest pot ser el punt de sortida, logístic i de promoció de tot el projecte.

L'empresa de coordinació i promoció de la comarca seria l'encarregada de liderar el projecte i unir els diferents actors per executar-lo.

Aquest projecte té un caràcter transversal perquè afecta a tots els municipis que vulguin participar en la Comarca del Motor. Cal una unificació de la normativa de cada municipi.

**L'impacte econòmic de la comarca és molt gran** i afecta de forma transversal a molts sectors: motor, creació de noves empreses esportives i lleure, restauració, hotels, cultura, etc.



L'estratègia ets tu.

16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

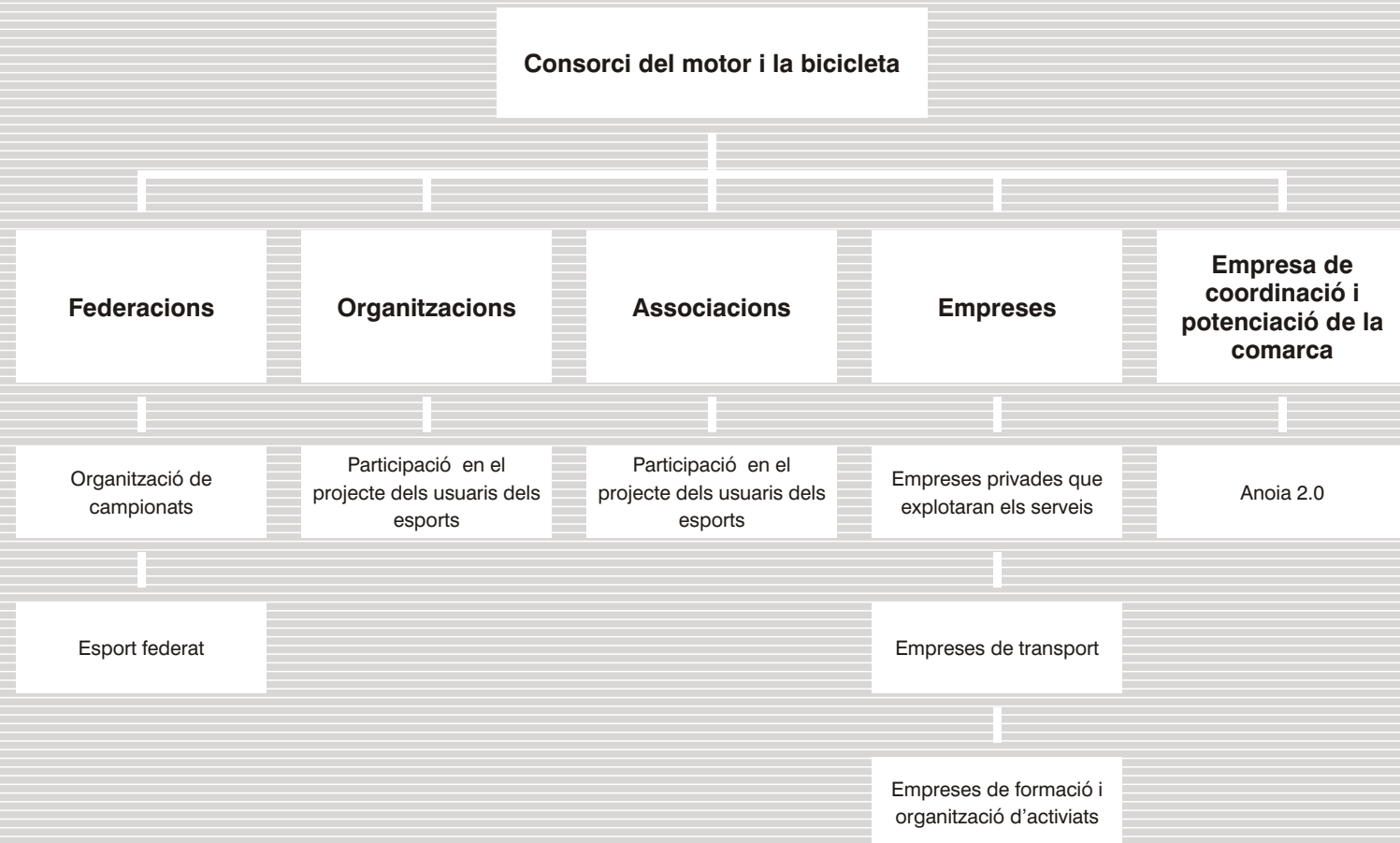
POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



# COORDINACIÓ





L'estratègia ets tu.

16.1 Comarca del motor

**PROMOCIÓ**

**Empresa de Coordinació i  
Potenciació Comarcal**



**Web 2.0**

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



# NORMATIVA

Regulació dels espais del domini transitable



Regulació de l'ús dels espais



Normativa mediambiental



Senyalització



Regulació de l'explotació comercial



16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



# INVERSIONS PÚBLIQUES I PRIVADES

SENYALITZACIÓ

PÀRQUING  
PARCMOTOR

HOTELS

RESTAURANTS

GRADES  
PARCMOTOR

BENZINERA

MAGATZEM  
LLOGUER  
VEHICLES

CIRCUITS

CAMINS

CAMPUS  
PARCMOTOR

ETC.

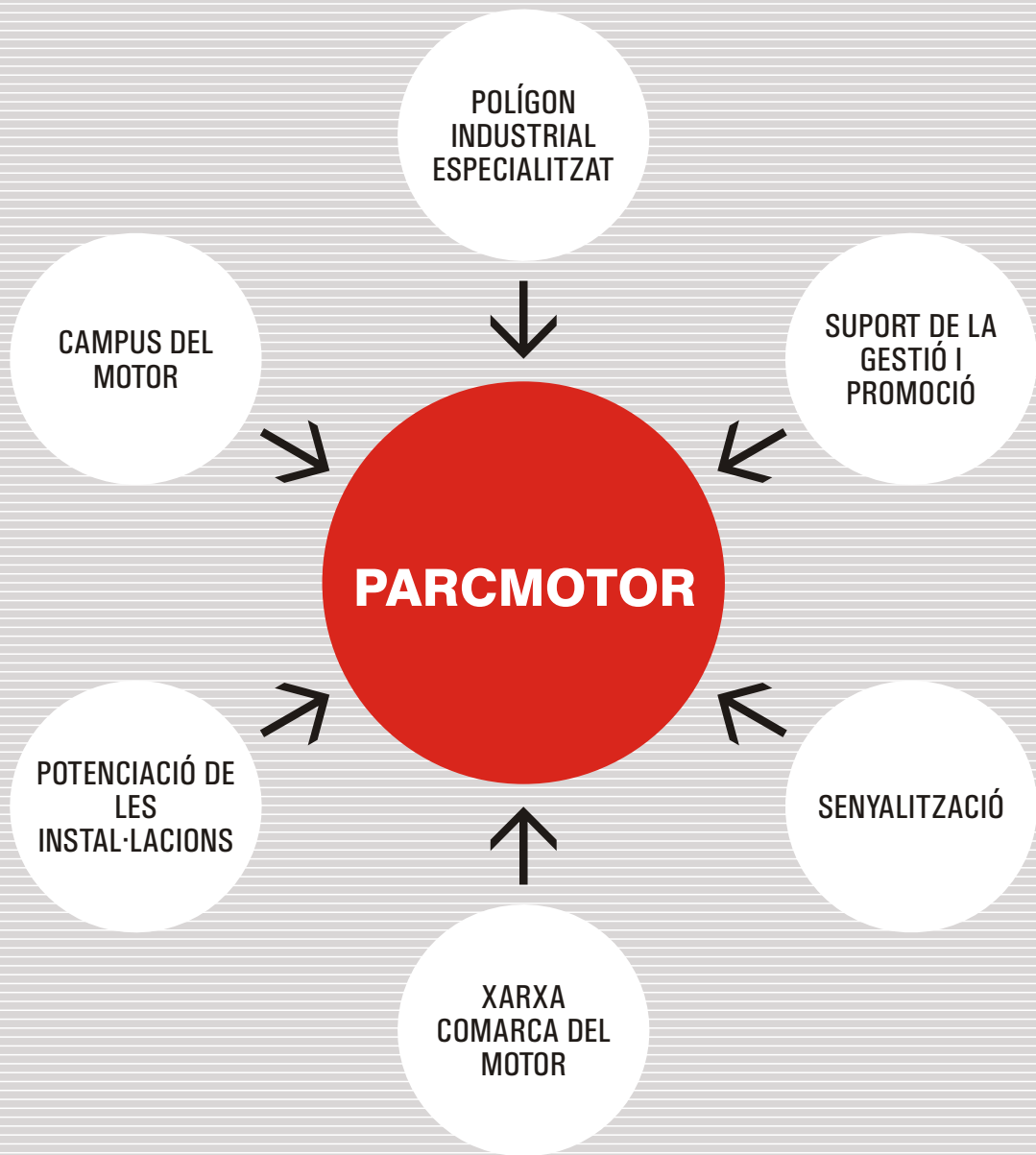
ETC.



L'estratègia ets tu.

### 16.1 Comarca del motor

- ÍNDEX
- INTRODUCCIÓ
- ANÀLISI
- SECTORS
- MOTORS
- FACTORS
- EINES
- POTENCIADORS
- PROJECTES**
- CONCLUSIONS





16.1 Comarca del motor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

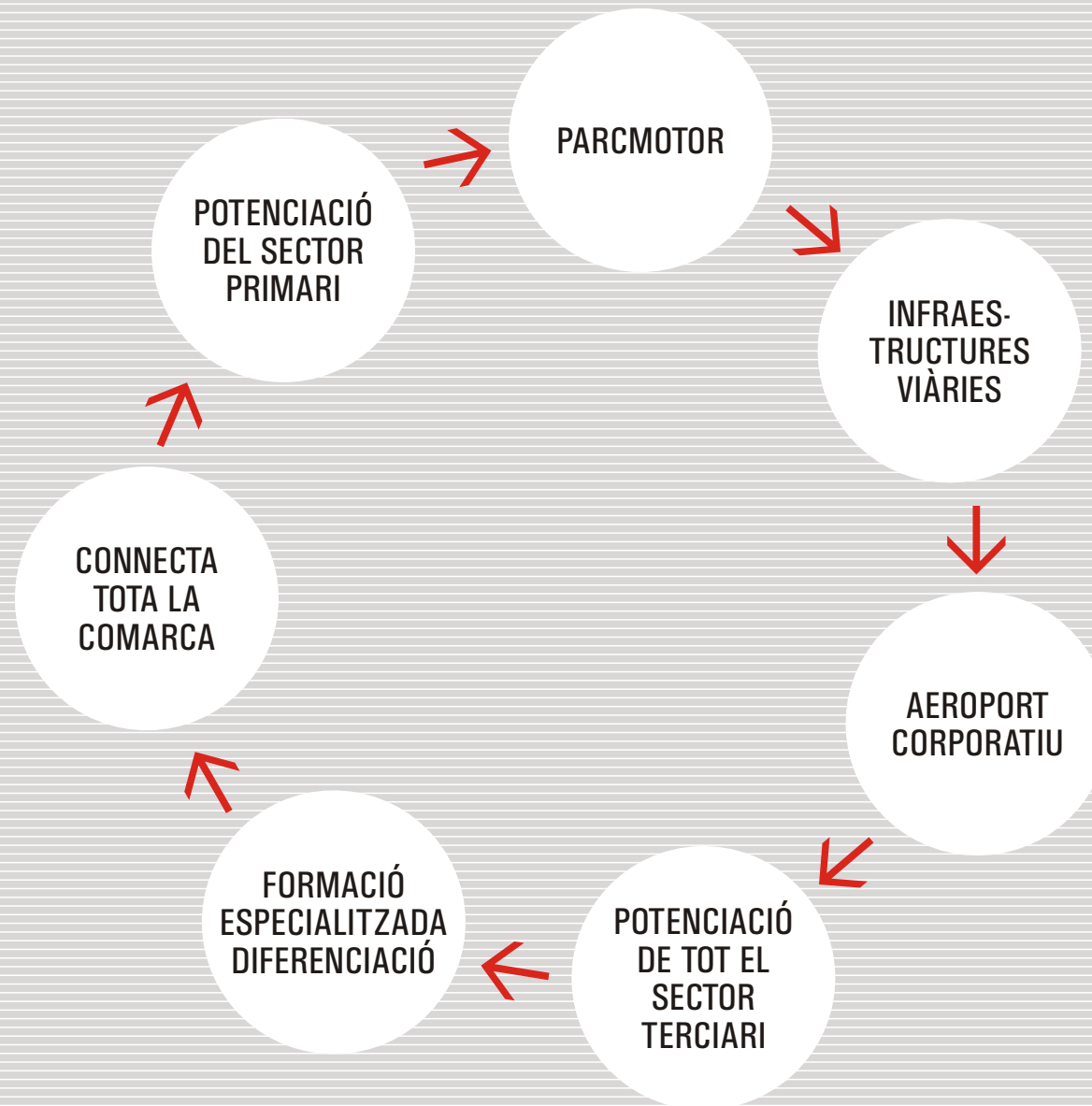
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



A person wearing a black jacket with red accents is riding a motorcycle on a dirt road. The background shows a mountain range under a clear blue sky. The text 'PROJECTE 02' is overlaid in white and red, and 'ALLRIDERS' is overlaid in white below it.

PROJECTE 02  
ALLRIDERS





## 16.2 Allriders

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

El projecte Allriders, és la plasmació i la concreció del projecte Anoia, comarca del motor. **És un projecte que ja està desenvolupat i sols manca posar-ho en marxa.**

Aquest projecte és transversal en varis municipis de la comarca i és extensible a altres municipis. L'objectiu és crear llocs de treball durant tot l'any i té una sinergia amb molts altres sectors de la comarca.

Aquest projecte té un caire comarcal, nacional, estatal i internacional. **Les condicions tècniques del recorregut i del terreny són excepcionals**, amb possibilitats de realitzar campionats a nivell mundial.



16.2 Allriders

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Benvinguts a la primera  
destinació de Mountain Bike -  
All mountain- d'Europa**



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

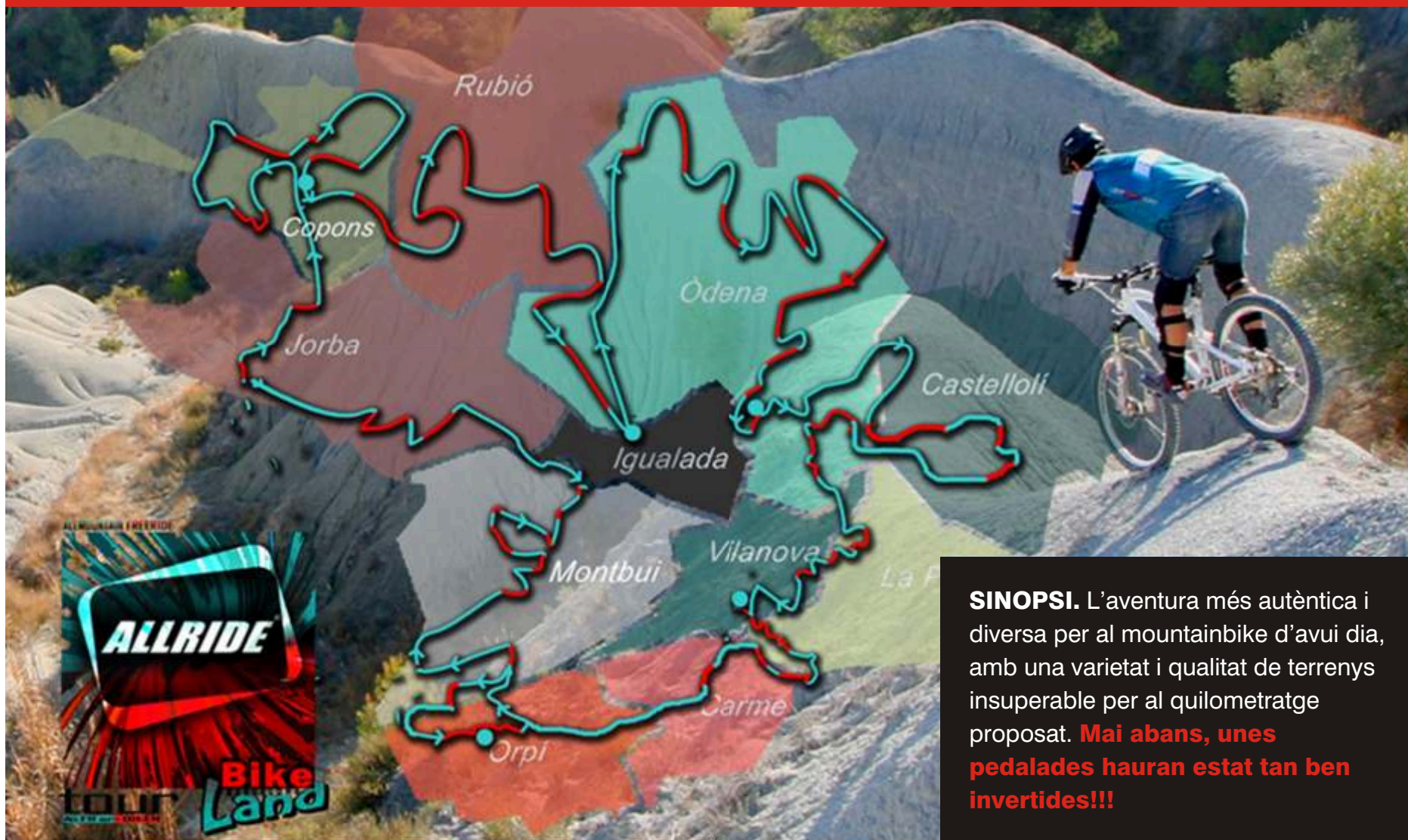
POTENCIADORS

→ PROJECTES


CONCLUSIONS



# TOUR FREERIDE → 221 km en 6 etapes



**SINOPSI.** L'aventura més autèntica i diversa per al mountainbike d'avui dia, amb una varietat i qualitat de terrenys insuperable per al quilometratge proposat. **Mai abans, unes pedalades hauran estat tan ben invertides!!!**



PROJECTE 03  
COMARCA  
DE LES RUTES



### 16.3 Comarca de les rutes

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



## L'Anoia com a comarca de referència de les rutes de lleure i cultura



### 16.3 Comarca de les rutes

Tenim molta oferta turística



Tenim oferta turística diferenciadora



Situació geogràfica excel·lent



**Comarca de les rutes**

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



16.3 Comarca de les rutes

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





L'estratègia ets tu.

16.3 Comarca de les rutes

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

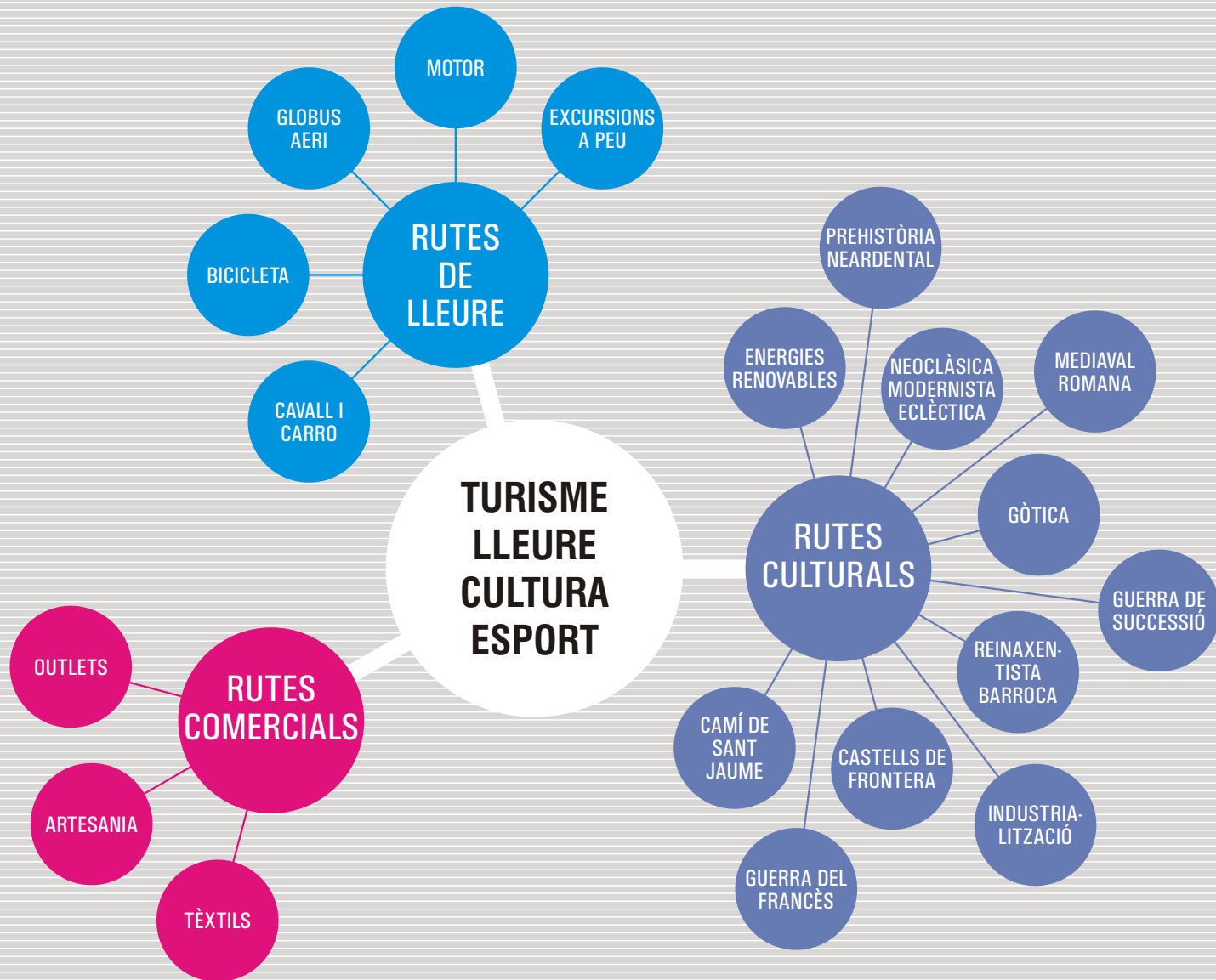
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS







16.3 Comarca de les rutes

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

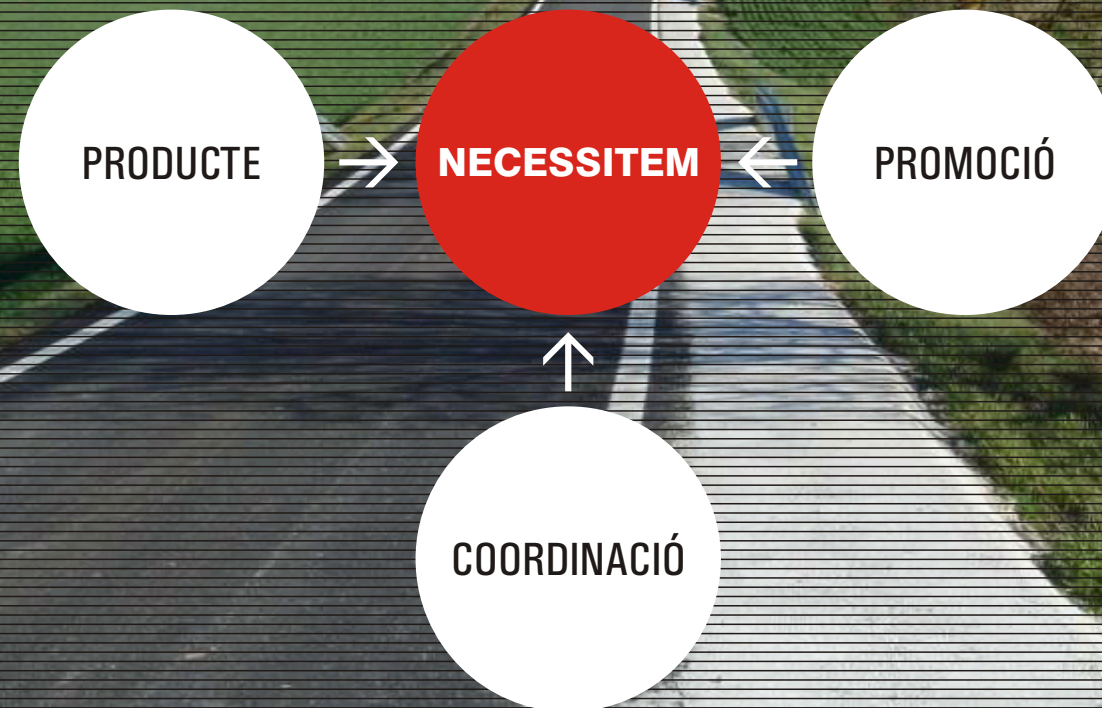
POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Enllaçar diferents punts de la comarca amb activitats de turisme, cultura, de lleure i esport**





ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

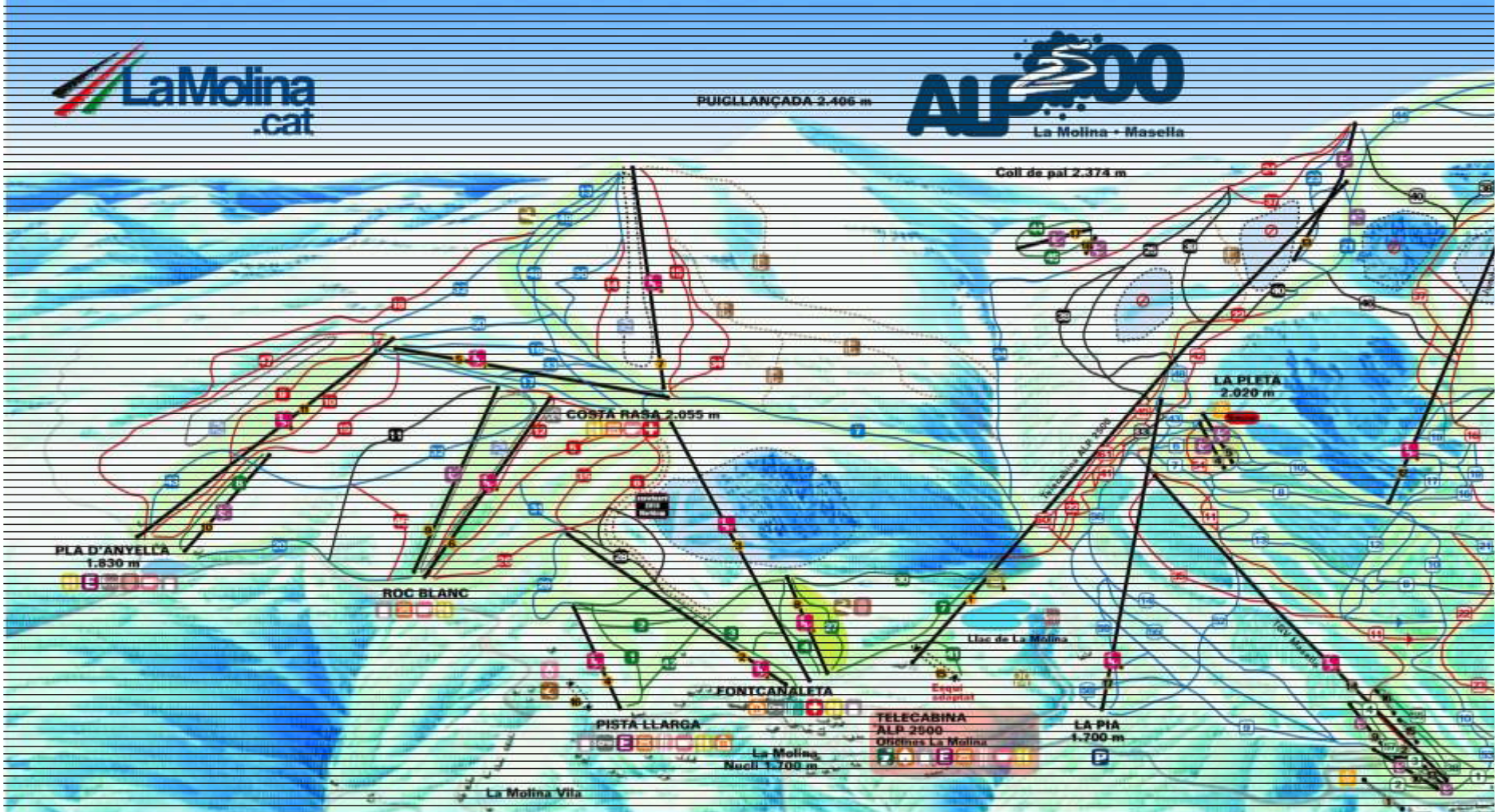
EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

**PRODUCTE → DOMINIS ESQUIABLES**





16.3 Comarca de les rutes

**PRODUCTE → DOMINIS TRANSITABLES**



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



## 16.3 Comarca de les rutes

[ÍNDEX](#)[INTRODUCCIÓ](#)[ANÀLISI](#)[SECTORS](#)[MOTORS](#)[FACTORS](#)[EINES](#)[POTENCIADORS](#)[→ PROJECTES](#)[CONCLUSIONS](#)

El projecte de les comarques de les rutes, és molt similar al projecte de la comarca del motor, es tracta d'**unir tot l'inventari cultural i de lleure** amb rutes destinades bàsicament als ciutadans que vulguin gaudir de la nostra comarca. Es tracta de lligar en el temps diferents rutes de lleure, comercials, culturals amb tota l'oferta de serveis de la comarca.

**Cal fer un producte fet a mida per a l'usuari, que pugui triar els seu recorregut i tota l'oferta associada a aquesta ruta.**

La promoció de la comarca de les rutes es durà a terme mitjançant el projecte Anoia 2.0.



16.3 Comarca de les rutes

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

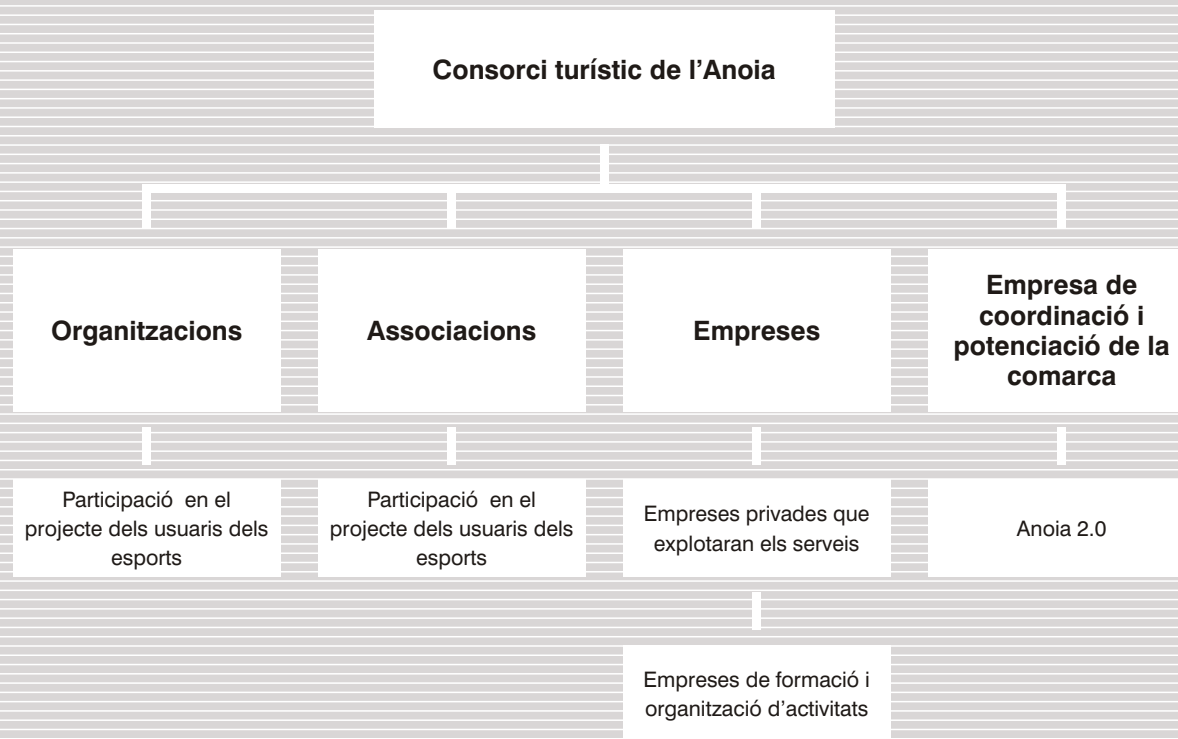
POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



# COORDINACIÓ





# PROMOCIÓ

## Empresa de Coordinació i Potenciació Comarcal



# Web 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



PROJECTE 04

BIOMASSA

A LA CONCA



L'estratègia ets tu.

## 16.4 Biomassa a la Conca

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



# L'Anoia com a comarca de referència d'energies renovables

## Central de biomassa a la conca





16.4 Biomassa a la Conca

Tenim massa forestal



Massa forestal de poca qualitat



Prevenció d'incendis



Gestió de residus



Explotació forestal



**Central de Biomassa**

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



L'estratègia ets tu.

16.4 Biomassa a la Conca

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

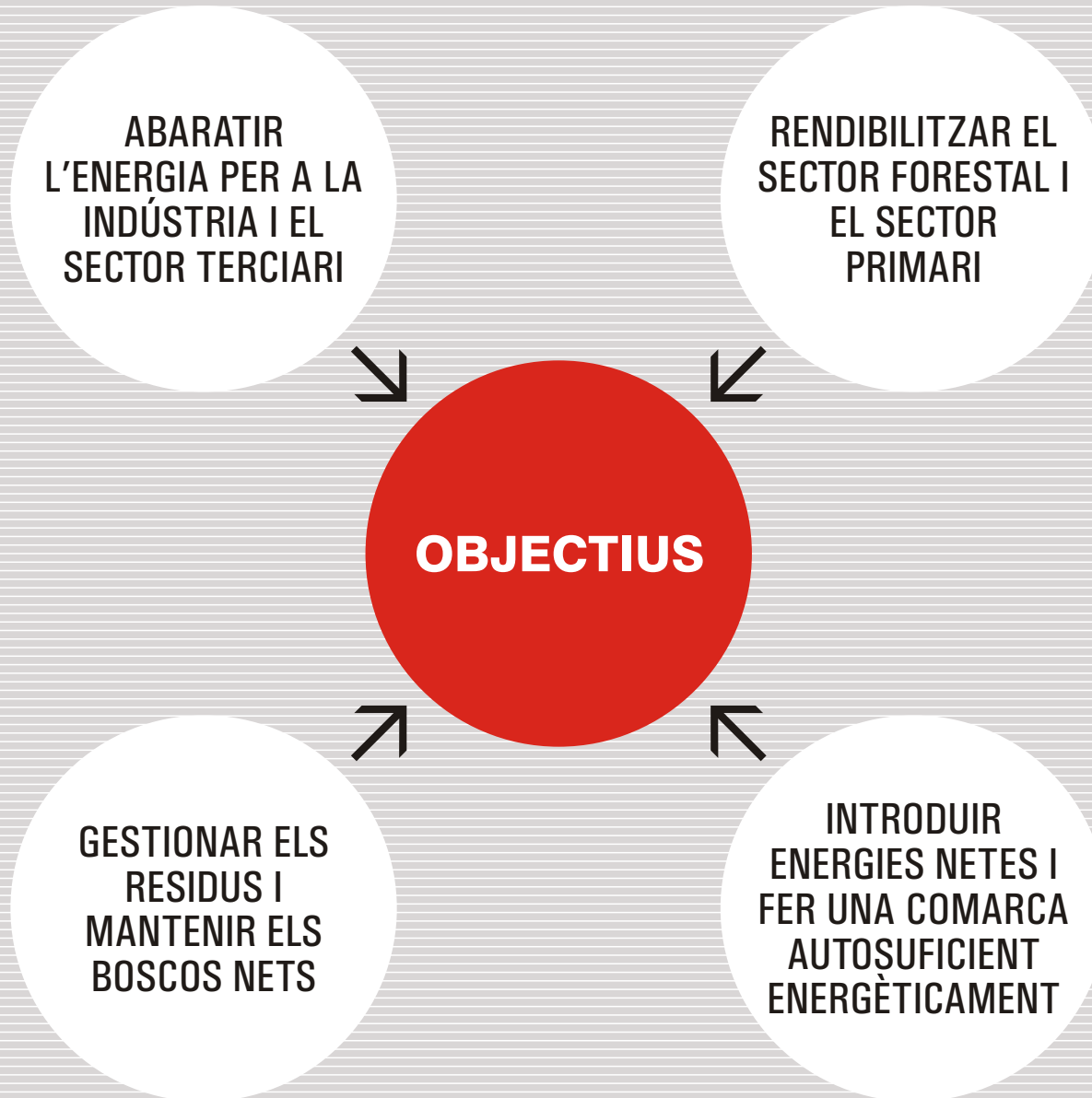
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





16.4 Biomassa a la Conca

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

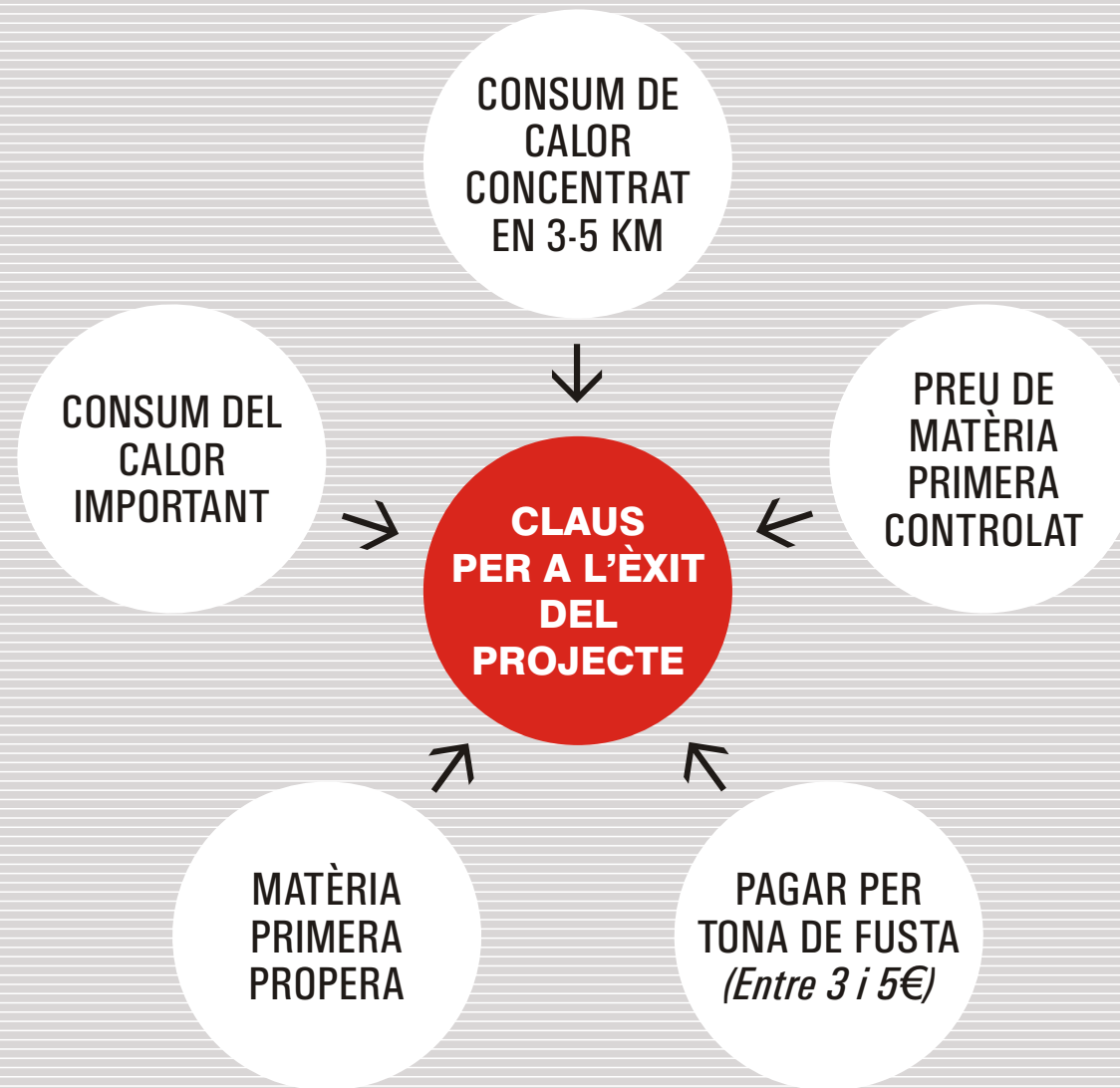
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





L'estratègia ets tu.

### 16.4 Biomassa a la Conca

Sup. forestal de Catalunya



1.354.000 ha

Explotacions fusteres disponibles



1.900.000 tones/any

Explotacions actuals



900.000 tones/any

Recurs no explotat



1.000.000 tones/any



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

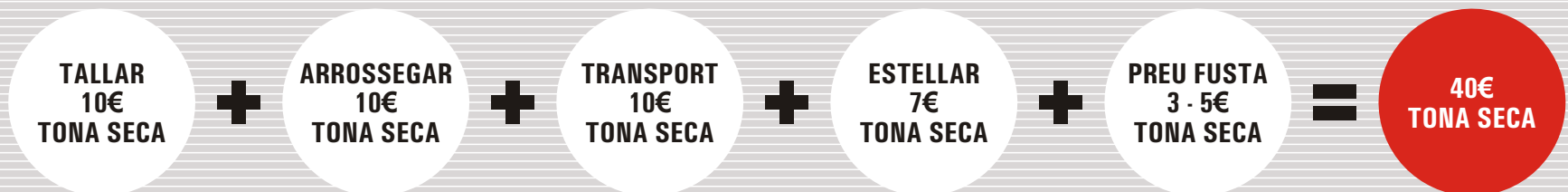
→ PROJECTES

CONCLUSIONS



### 16.4 Biomassa a la Conca

#### Escandall del cost de la fusta



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



16.4 Biomassa a la Conca

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Escenari d'acord amb el pla d'energia de Catalunya 2006-2015**

	2003	2010	2015	Variació 2003-2015	Variació 2003-2010 (%)
<b>Consum de biomassa (ktep/any)</b>					
Escenari base	93,9	127,3	136,6	42,7	45,47%
Escenari IER	93,9	180,9	278,6	184,7	196,70%
<b>Consum de biomassa (MWh/any)</b>					
Escenari base	1.092.057	1.480.499	1.588.658	496.601	45,47%
Escenari IER	1.092.057	2.103.867	3.240.118	2.148.061	196,70%

**Previsió 2015**

<b>MW instal·lats elèctrics</b>	→	63,7 MW
<b>Potència total</b>	→	353,88 MW
<b>Potència mitjana per planta</b>	→	10 MW
<b>Nre. de plantes a Catalunya</b>	→	35 plantes



## 16.4 Biomassa a la Conca

## Preus de l'energia segons diferents fonts energètiques

Tipus combustible	Poder calorífic (kJ/kg)	Poder calorífics (kWh/kg)	Preu (1),(2),(3) (€ kWh)
Gas Natural	44.000	12,222	0,032964
Propà	50.450	14,014	0,065652
Butà	49.675	13,799	0,064704
Gasoil	43.115	11,976	0,053046
Fusta seca	19.000	5,278	0,007579
Fusta verda (4)	14.400	4,000	0,010000
Serradures humides	8.400	2,333	0,017143

(1) Previsió de consum de 7.000 kg de gas natural al mes.

(2) Els preus NO inclouen els impostos.

(3) **Cost de la fusta previst de 40€/t. En el cas de la fusta seca a aquest preu s'haurà de sumar el sobrecost d'assecar-la.**

(4) El poder calorífic de la fusta verda disminueix amb la humitat, que es pot estimar segons l'espècie.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



16.4 Biomassa a la Conca

**Característiques òptimes de les plantes de cogeneració**

<b>Potència total</b>	→	12.000 kW
<b>Potència elèctrica</b>	→	2.000 kW
<b>Potència calorífica</b>	→	9.800 kW
<b>Consum d'estella (25 % HR)</b>	→	3.500 kg/hora
<b>Hores de funcionament a l'any</b>	→	8.000 hores
<b>Consum anual d'estella</b>	→	28.000 tones/any
<b>Llocs de treball directes</b>	→	8
<b>Llocs de treball indirectes</b>	→	40 (en el funcionament)
<b>Pot subministrar calor a</b>	→	1.200 habitatges
<b>Superfície parcel·la</b>	→	2.000-3.000 m2

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



16.4 Biomassa a la Conca

Les plantes de cogeneració

Zona →  
recepció  
d'estella



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

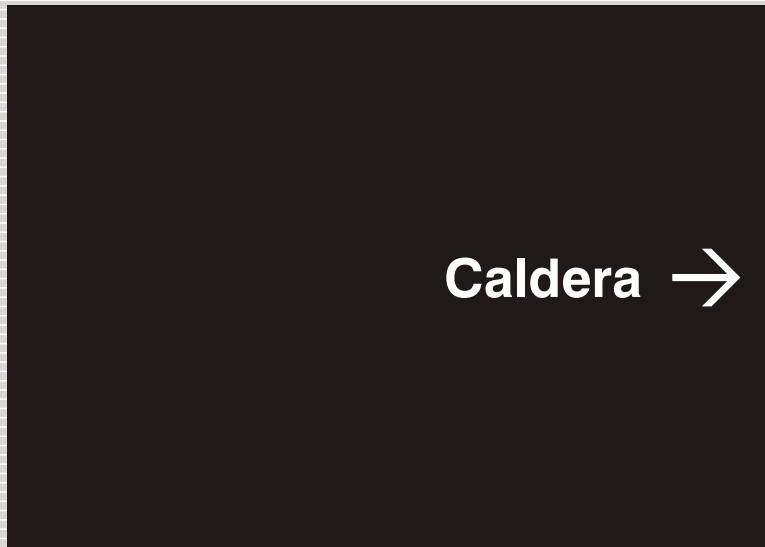
→ PROJECTES

CONCLUSIONS

16.4 Biomassa a la Conca

Les plantes de cogeneració

Caldera →



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

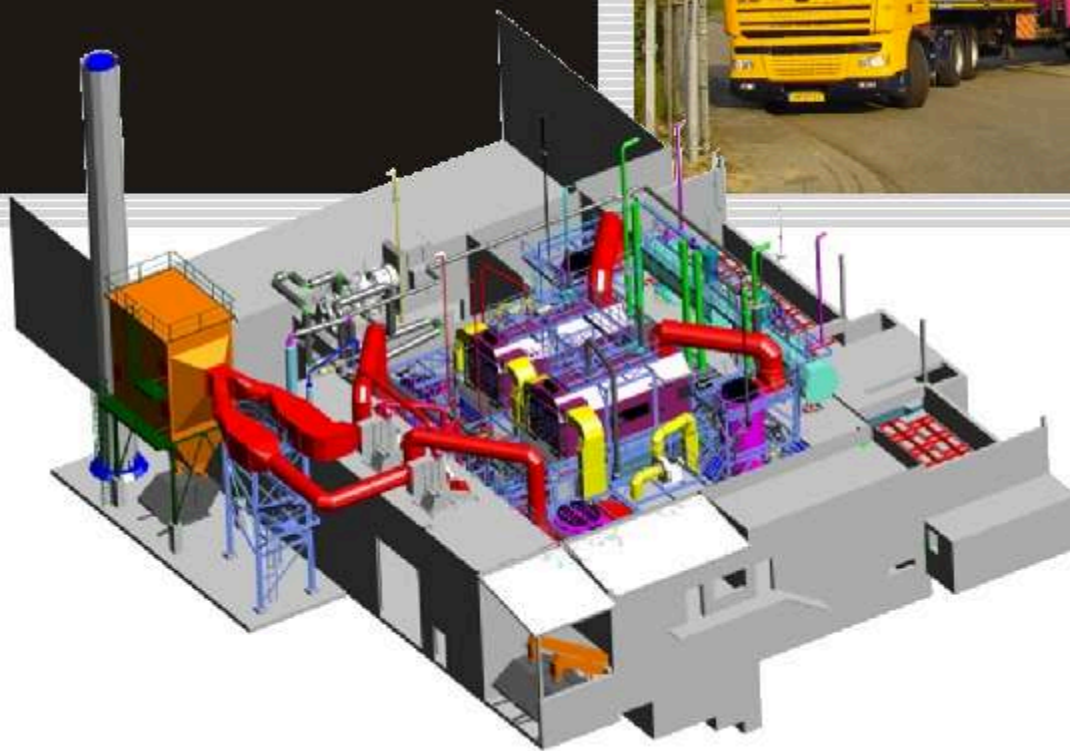
→ PROJECTES

CONCLUSIONS

16.4 Biomassa a la Conca

Les plantes de cogeneració

Mòdul →  
intercanviador



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

## Les plantes de cogeneració



16.4 Biomassa a la Conca

**Subministrament de calor**

**Sistema**



Recirculació d'aigua calenta

**Distància**



5 km

**Equipament**



Intercanviador a cada client



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



L'estratègia ets tu.

### 16.4 Biomassa a la Conca

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

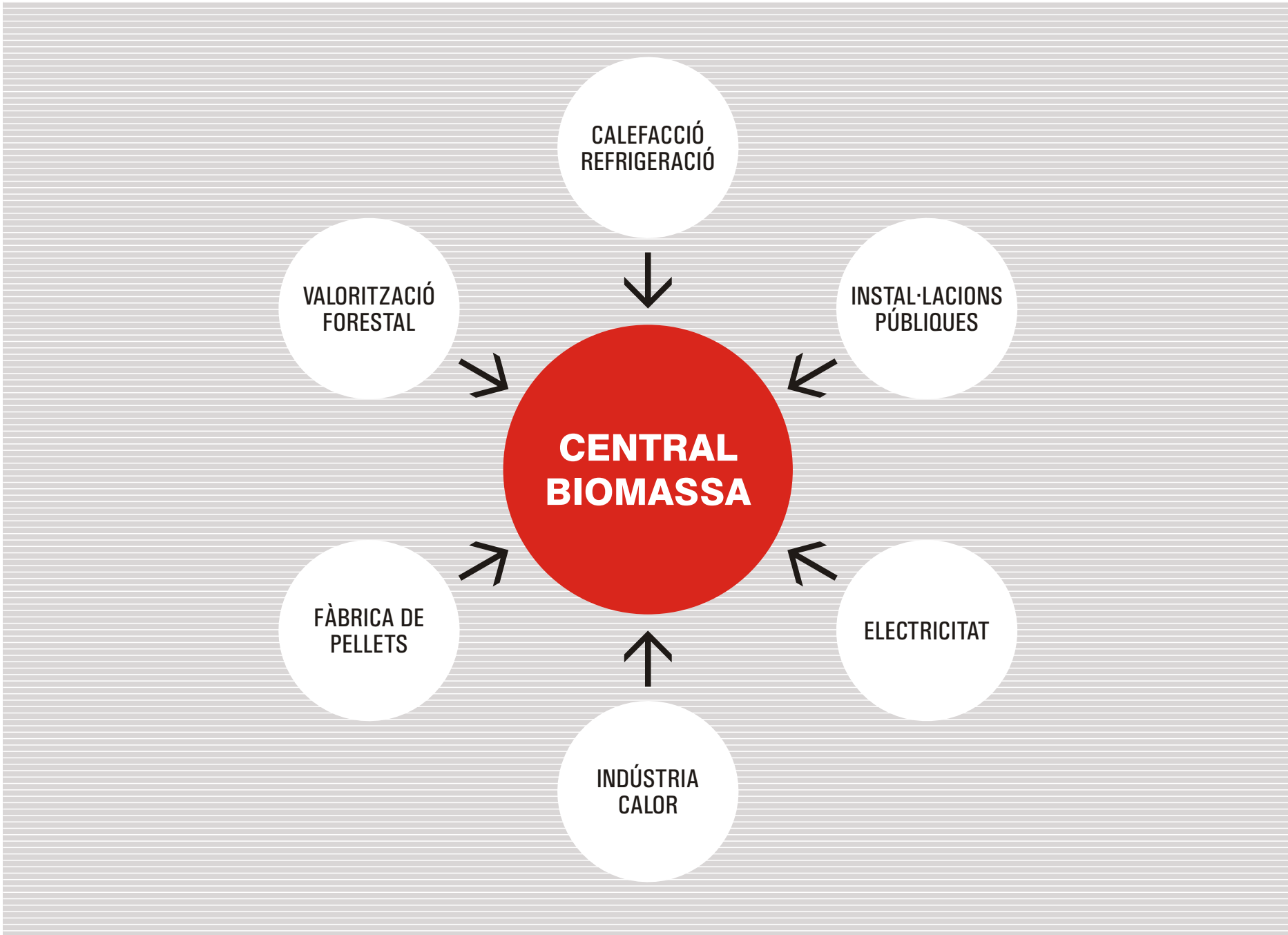
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





## 16.4 Biomassa a la Conca

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

L'empresa **Polytechnik** pot facilitar finançament per a la instal·lació de plantes a Espanya sempre que el rendiment de la inversió sigui correcte, i sempre, és clar, que aquesta empresa sigui l'encarregada de construir-la.



16.4 Biomassa a la Conca

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS


EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





www.G.S.P.U. - Avenida del Gran Via de l'Anoia, 10 - 08005 - MÀRRICA - BARCELONA

# Pressupost

4300000

IDENTIFICACIÓ DEL PRESSUPOST	
Numero:	P10/0000023
Data:	12/03/2010
Pàgina:	1/1

DADES DEL CLIENT	
Nom:	Anoia
Adreça:	
N.I.F.:	

DESCRIPCIÓ DEL PRESSUPOST
<p>Pressupost per l'estudi de les necessitats calorífiques de la comarca i detecció de possibles consumidors.</p> <p>El treball consistirà en l'avaluació dels consums energètics actuals de la comarca. Seguidament es farà un seguiment de les possibles empreses consumidores per valorar el seu consum. Aquest treball ens ha de servir per:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Detectar consumidors</li> <li>- Detectar tipus de calor i possibilitat de subministrament extern</li> <li>- Avaluar la dispersió</li> <li>- Avaluar la possible implantació d'una font energètica conjunta.</li> <li>- Valorar econòmicament l'estadi que pot suposar per les empreses</li> <li>- Valorar l'estadi en alliberació de CO2</li> </ul> <p>Aquest treball serà desenvolupat per enginyers industrials, ambientals i enginyer agrònoms.</p> <p>No es valora l'estudi de la producció de biomassa a l'Anoia i comarques de l'entorn ja que en cap cas serà un factor limitant.</p>

DETALL DEL PRESSUPOST			
Concepte i Material	Quantitat	Preu	Import
Segons descripció anterior	1,00	5.000,000	5.000,00

Número de compte de Grup Solucions Màrrica		Entitat	Oficina	D.C.	Número de compte
		2100	0363	01	0200008162

Validesa del Pressupost	Entrega	Acceptació del pressupost	T. D. T. A. L.
Signat: Grup Solucions Màrrica S.L.P.U.		Signat: Anoia	5.000,00

El termini d'entrega o d'execució quedarà establert en el moment d'acceptació del pressupost. El preu que hi figuren no cobreixen I.P.T.A. La no acceptació del pressupost no comporta cap compromís per al client. La validesa d'aquest pressupost és variable en un mes.





PROJECTE 05  
ESCOLA  
DE NEGOCIS



L'estratègia ets tu.

16.5 Escola de negocis

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

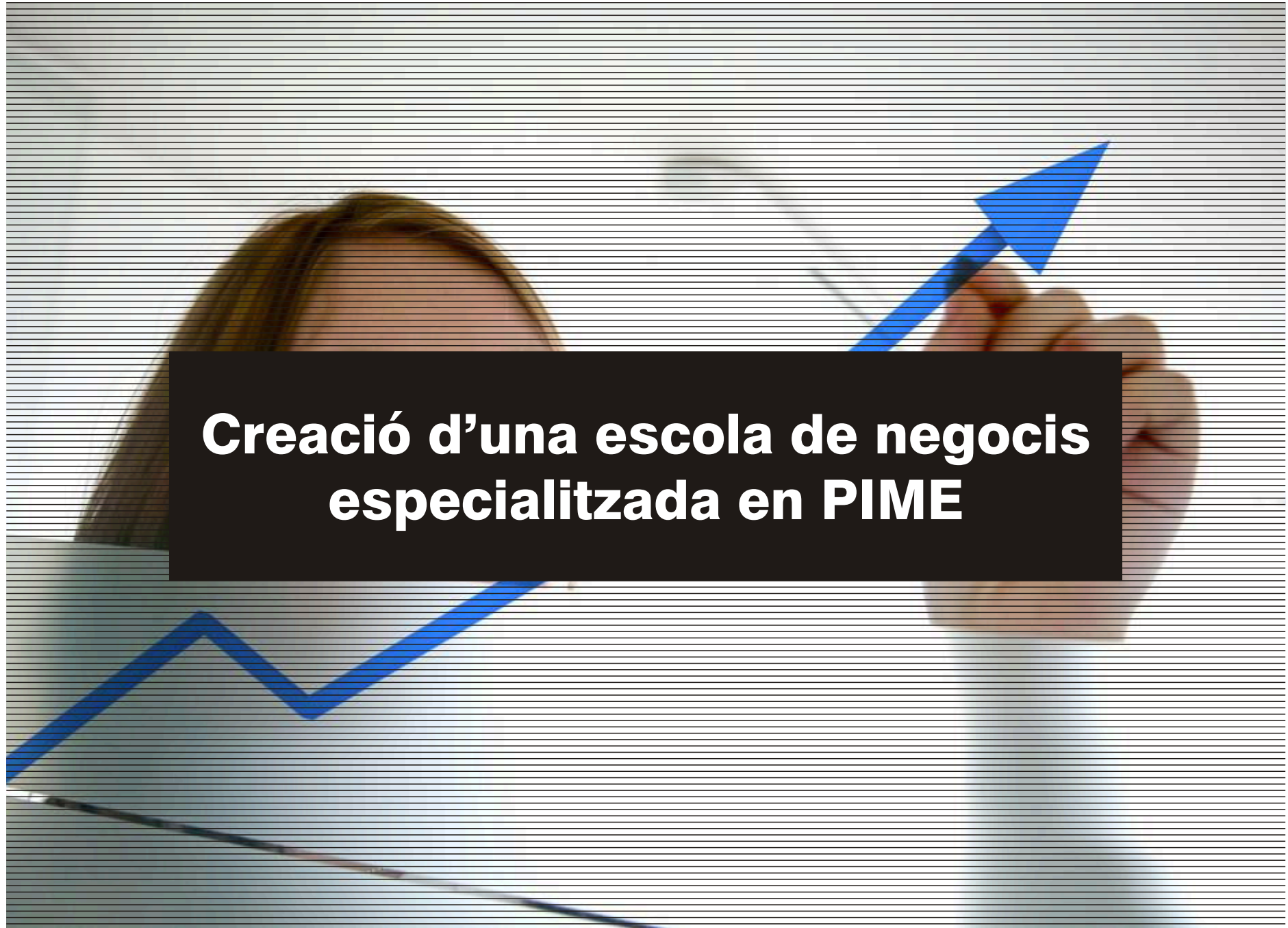
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Creació d'una escola de negocis  
especialitzada en PIME**



## 16.5 Escola de negocis

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

La crisi és molt forta i durarà uns  
quants anys



El gruix dels nous llocs de treball  
seran creats per empreses privades



**Potenciem la creació i  
consolidació de les PIME**



16.5 Escola de negocis

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

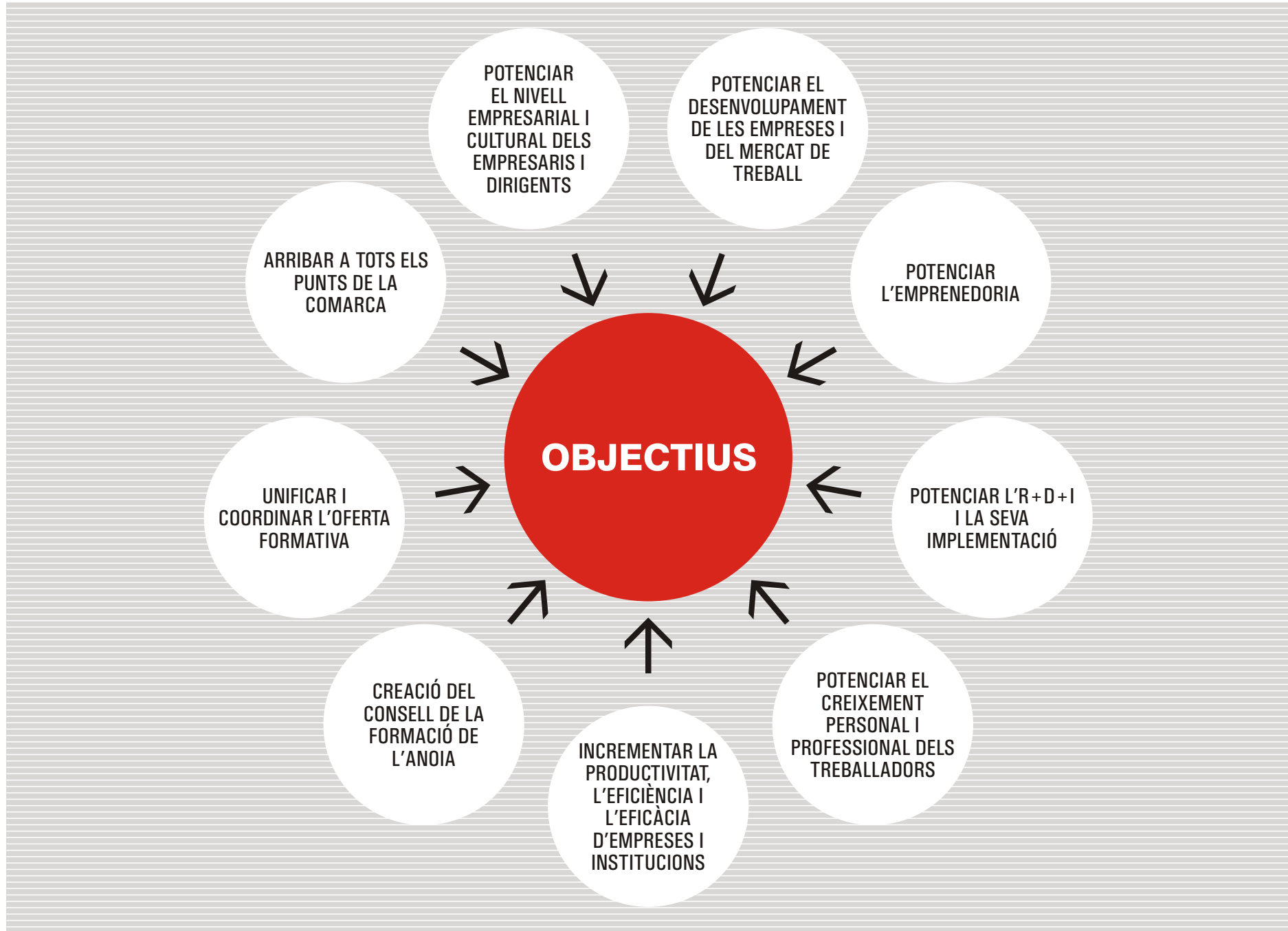
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





16.5 Escola de negocis

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

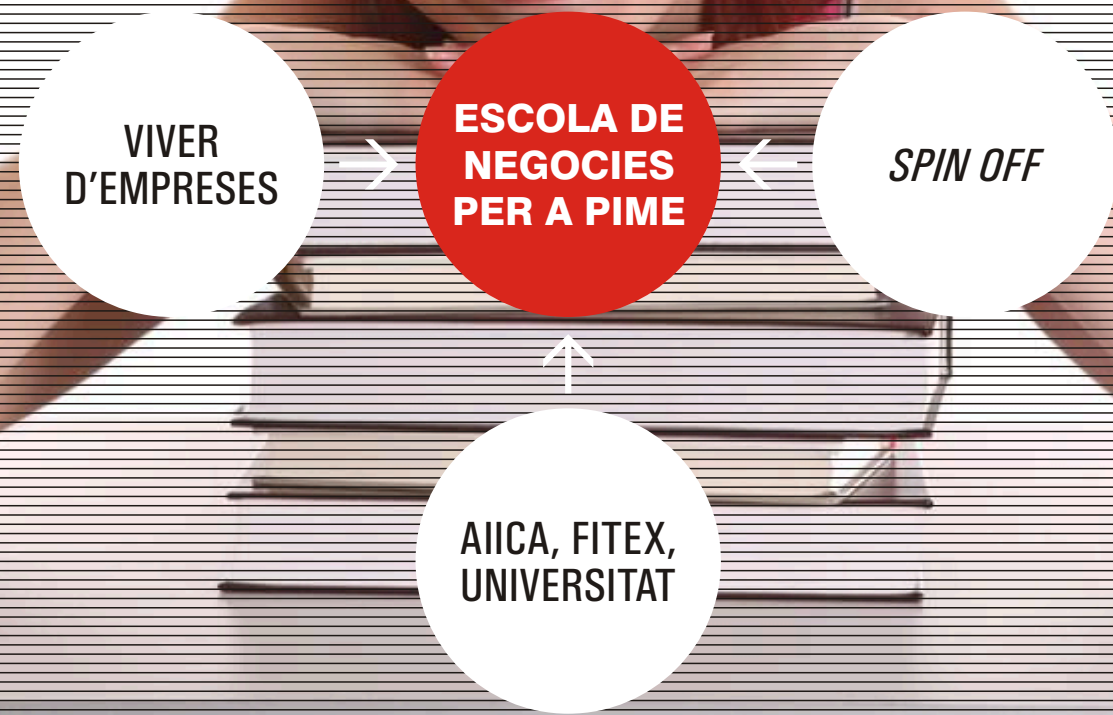
POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Amb el suport d'una escola de negocis reconeguda**





## 16.5 Escola de negocis

**Característiques**

Ensenyament molt pràctic

Creació d'una empresa com a projecte de final de carrera

En col·laboració constant amb AIIICA, FITEX i Universitat

Lligada al viver d'empreses

Amb ajuts per als emprenedors

Pensada per a la millora professional dels empresaris

Vinculada amb una escola de negocis de prestigi

Vinculada amb professionals reconeguts

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

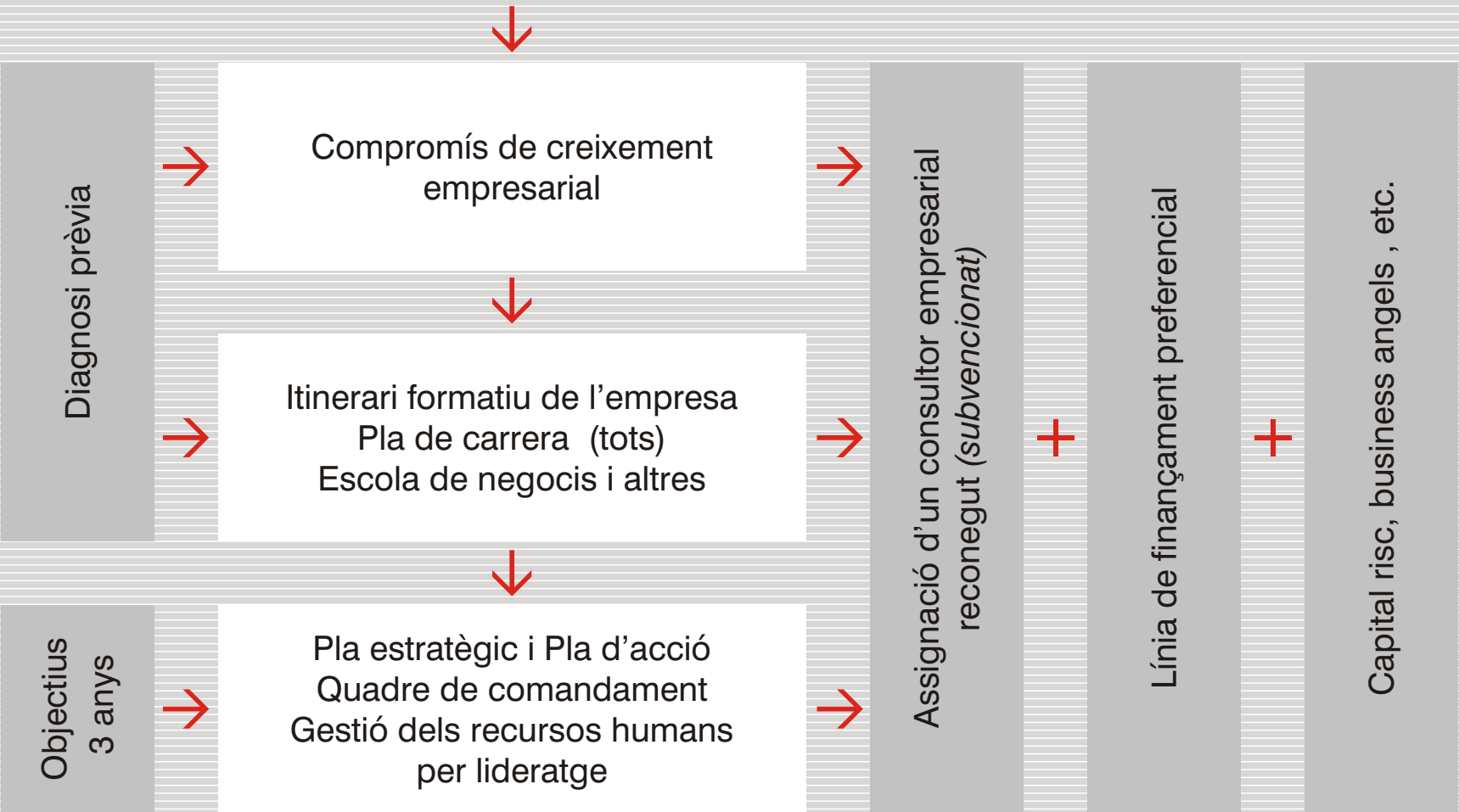
→ PROJECTES

CONCLUSIONS



16.5 Escola de negocis

Camí cap a l'excel·lència empresarial



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



PROJECTE 06

FIBRA  
ÒPTICA





L'estratègia ets tu.

### 16.6 Fibra òptica

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

**L'Anoia com a comarca pionera  
d'accés a la informació i a les TIC**



**Creació d'una empresa d'implantació de la fibra òptica  
i posterior explotació dels serveis (*últim quilòmetre*)**



## 16.6 Fibra òptica

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia**Inversions en infraestructures  
altament productives**

Busquem el retorn de la inversió

**Atrau que les empreses s'implantin a  
la zona i es consolidin**

Factor dinamitzador d'ocupació de qualitat

**Incrementa la productivitat de les  
empreses i de les institucions**

Millora l'eficiència i l'eficàcia

**Fomentem els estímuls d'informació i coneixement**Antena oberta al món, ampliem coneixements, obrim la ment,  
accedim abans a la informació



16.6 Fibra òptica

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia

SER UN REFERENT  
EN LA IMPLANTACIÓ  
I L'EXPLOTACIÓ

MILLORAR LA  
PRODUCTIVITAT

OBJECTIUS

MILLORAR  
L'ACCÉS A LA  
INFORMACIÓ

TREBALLAR EN  
XARXA AMB TOTS  
ELS SECTORS



## 16.6 Fibra òptica

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

Les inversions en infraestructures tenen un efecte multiplicador per a l'economia



Aquestes inversions importants han d'afectar a tots els sectors, no tan sols al públic i s'han de fer de forma mancomunada



La suma de tots els municipis, empreses i ciutadans, faran viable el projecte



Cal crear una empresa en la qual participin els ciutadans i les empreses  
*(projecte d'inversió i retorn als inversors)*



El projecte ha de visualitzar les necessitats a mitjà i llarg termini



16.6 Fibra òptica

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



El projecte d'Igualada està ben plantejat tècnicament, ara **cal sumar-hi voluntats i esforços**





PROJECŢE 07

ANNOIA 2.0



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



# Plataforma 2.0 de promoció i dinamització de la comarca en l'àmbit turístic, cultural, del lleure i esportiu



DRINK WEB 2.0 ICONS IN ICONTEXTO.COM



## 16.7 Anoia 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

El projecte Anoia 2.0 va destinat a fer una promoció activa de la comarca i tenir-hi en compte la diversitat d'oferta. Es tracta de promocionar i ajudar el consumidor a preparar paquets de productes que satisfacin les seves necessitats, a nivell d'esport de motor i rodes, a nivell de rutes, a nivell de cultura, a nivell de restauració, etc.

**Es tracta de ser molt eficients i eficaços**, de promocionar utilitzant de forma professional les noves eines que ens ofereix internet, les xarxes socials, el posicionament Google, etc.

Als webs de la comarca hi entra la gent si ja sap l'adreça, però si alguna persona busca alguna de les qualitats de la comarca en genèric (per exemple, rutes del romànic), no troba cap web o bloc de la comarca. Es tracta de fer una promoció activa, trobar als interessats en ports de l'oferta de la comarca i no com fins ara que la promoció és passiva.

**Totes aquestes eines són molt més eficients i molt més efectives.**

**La mentalitat de la gent i la manera d'obtenir la informació ha canviat, ens hem d'adaptar als temps.**

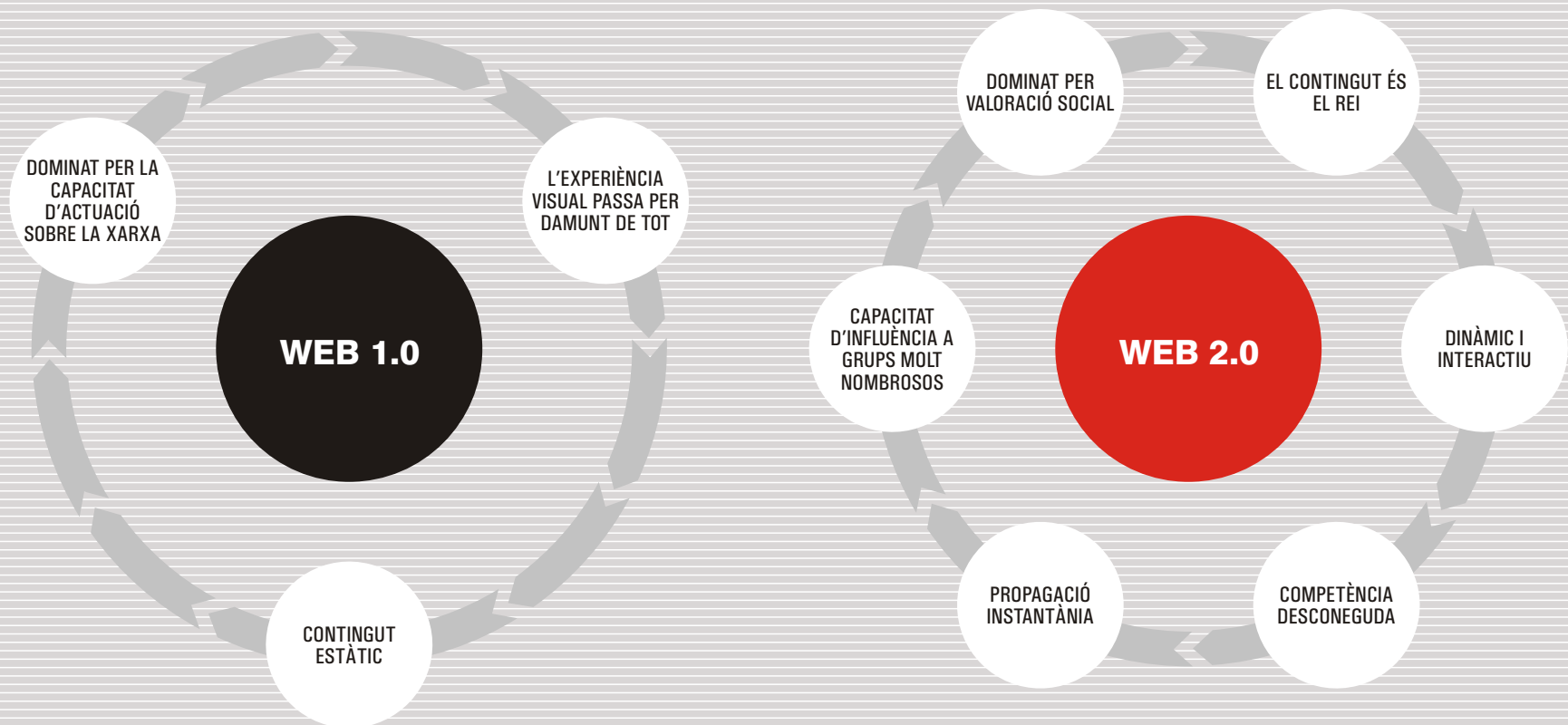




### 16.7 Anoia 2.0

L'estratègia ets tu.

## Què ha passat a la xarxa?



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



### 16.7 Anoia 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

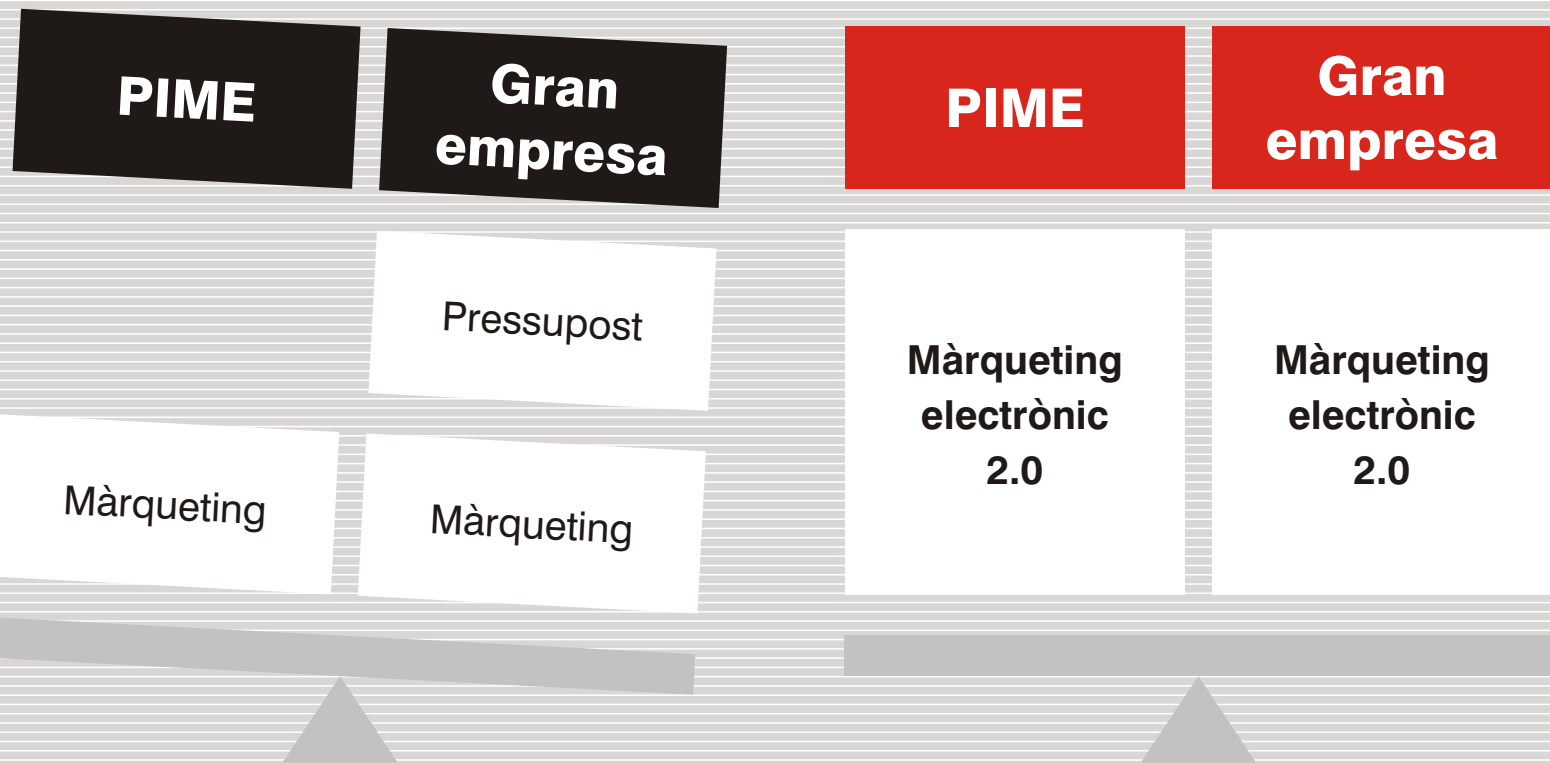
POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



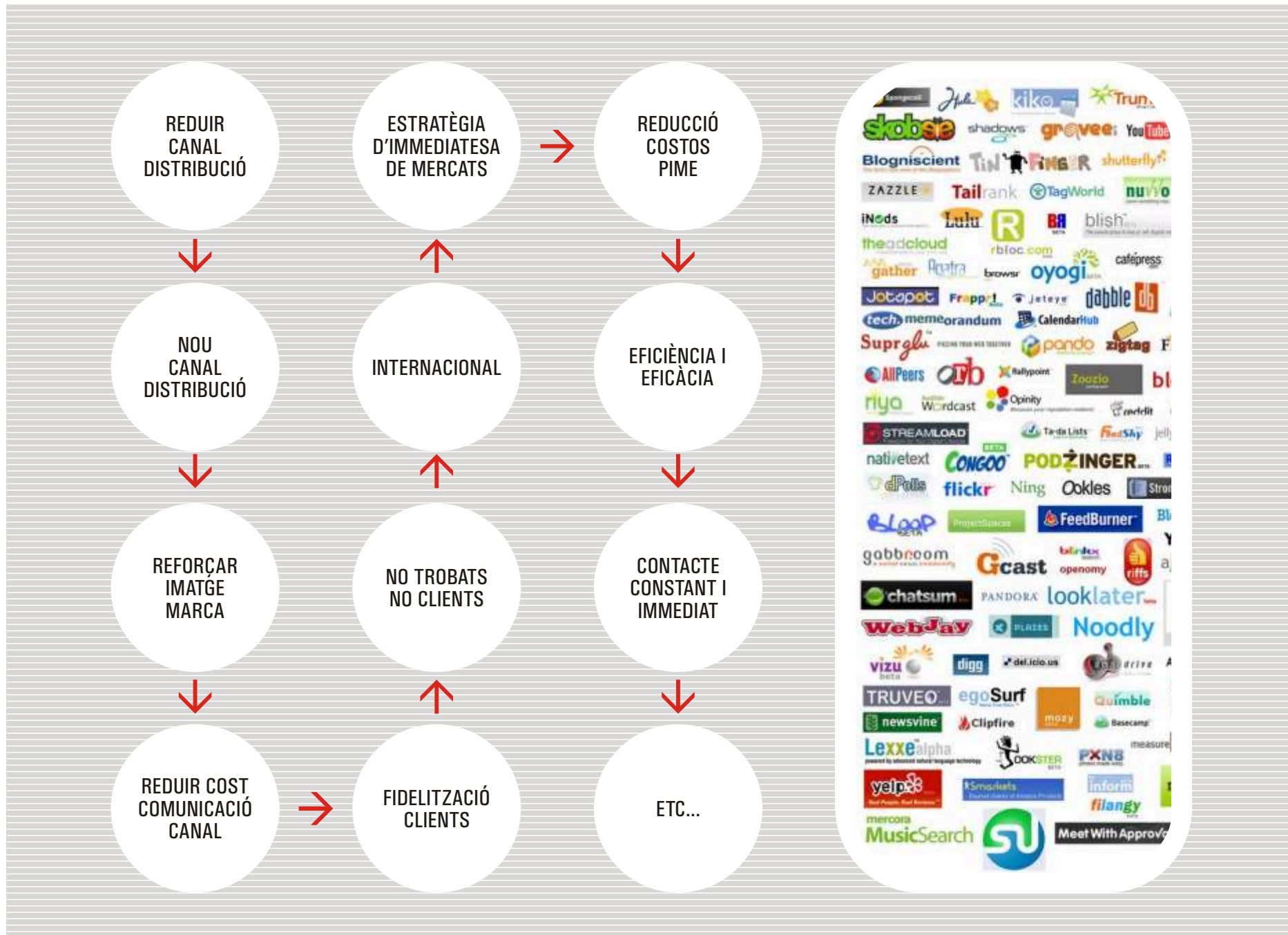
Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia





L'estratègia ets tu.

### 16.7 Anòia 2.0



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social de la Comarca de l'Anoia



### 16.7 Anoia 2.0

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

**Fidelització complexa**  
**Captació de nous clients difícil**  
**Expansió nous mercats costosa**



### 16.7 Anoia 2.0

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Les xarxes socials tenen milers d'anys. Què ha canviat?**



### 16.7 Anoia 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



The screenshot shows the website 'Rutes de l'Anoia' with a navigation menu at the top: Poblacions, Agenda i Festes, Notícies, Serveis Turístics, Rutes, Experiències, Ajuda's a Millorar, and Descarregues. The main content area is titled 'Rutes de l'Anoia' and features a grid of route cards. Each card includes a thumbnail image, a title, and a brief description. The routes listed are:

- Viu l'Anoia romànica (Anoia Medieval / Romànica):** El patrimoni històric i arquitectònic medieval de la comarca de l'Anoia, tant civil i militar com religiós, sorgeix en una zona inicialment poblada...
- Viu l'Anoia prehistòrica (Anoia Prehistòrica):** Fins fa ben poc la prehistòria europea, i la catalana per extensió, es remunta a les primeres societats caçadores-recol·lectores del Paleolític...
- Viu l'Anoia romana (Anoia Romana):** Les terres de l'actual comarca de l'Anoia, igual que el conjunt de la Península, van començar a formar part de l'Imperi Romà a partir del 21nclulades...
- Viu l'Anoia fronterera (Anoia Medieval / Fronterera):** El patrimoni històric i arquitectònic medieval de la comarca de l'Anoia, tant civil i militar com religiós, sorgeix en una zona inicialment poblada...
- Viu l'Anoia gòtica (Anoia Medieval / Gòtica):** El patrimoni històric i arquitectònic medieval de la comarca de l'Anoia, tant civil i militar com religiós, sorgeix en una zona inicialment poblada...
- Viu l'Anoia renaixentista i barroca (Anoia Renaixentista i Barroca):** En aquest recorregut s'inclouen les principals obres d'art produïdes a l'Anoia durant els segles XVI, XVII i XVIII i que conserven trets artcorrents...
- Viu l'Anoia modernista, neoclàssica i eclèctica (Anoia Modernista, Neoclàssica i Eclèctica):**
- Ruta 1 - Castell de Bobadors. L'Alta Anoia amb BTT. (Viu l'Anoia amb BTT):**

On the right side of the page, there are additional sections: 'La meua llista', 'Poblacions' (with a dropdown menu), 'Oficines de Turisme' (with a map of the region), and logos for 'Consell Comarcal de l'Anoia', 'obra social caixaterrassa', 'Ajuntament d'Anoia', and 'TurismeTotal'.



L'estratègia ets tu.

### 16.7 Anoia 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



The screenshot shows a Google search page for "RUTES ROMÀNIC". The search results are as follows:

- Patrimoni Mundial Art Romànic - LLEIDA TURISME - ARA LLEIDA** - [ Traduir esta pàgina ]  
Presentació - Rutes Gastronòmiques - Rutes Naturals - Rutes Culturals ... Interessant itinerari pels monuments romànics de la geografia lleidatana que té al ...  
www.lleidatur.com/cat/rutaromànic.html - En caché - Similars
- RUTES - LLEIDA TURISME - ARA LLEIDA** - [ Traduir esta pàgina ]  
Ruta del Romànic - Rutes en bicicleta, El Pallars Sobirà, Ruta del Romànic - Rutes pel Parc Nacional - Ruta del Temps - Rutes en bicicleta - Ruta del Pastor ...  
www.lleidatur.com/cat/rutes.html - En caché
- www.elripollès.com Romànic al Ripollès. Més de 98 monuments ...** - [ Traduir esta pàgina ]  
El Ripollès atresora un patrimoni romànic de primer ordre. ... Us proposem 4 rutes per despertar la vostra curiositat, on us detallam les poblacions que heu ...  
www.elripollès.com/que-voleu-fer/turisme/romànic/7.html - En caché
- ARTE ROMÁNICO rutas libros ARTEGUÍAS**  
Portal de ARTE ROMÁNICO y rutas medievales en España ARTEGUÍAS.  
www.arteguias.com/ - En caché - Similars
- Escapada por el Románico**  
Te invitamos a realizar una ruta por las iglesias y monasterios del Camino de Santiago navarro. Descubrirás las peculiaridades del arte románico y te ...  
www.profes.net/anos/románico/default.htm - En caché - Similars
- La ruta del Romànic - Rutes i natura - VALLNORD** - [ Traduir esta pàgina ]  
La Ruta del Romànic de les Valls del Nord és molt rica i et sorprendrà. Les petites esglésies i pobles que conserven la seva antiga imatge et faran ...  
www.vallnord.com/>...> Rutes i natura - En caché - Similars
- Ruta del Romànic Menes 2010**  
Daros las gracias a todos por vuestra participación y colaboración en la realización de la X Ruta Románica Menes. Por una parte a los ciclistas que sin ...  
www.rutaromanicomenes.com/ - En caché - Similars
- Ruta del románico de la Vall de Boi**  
Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat - Vista rápida  
Ruta del románico de la Vall de Boi. Horarios de apertura de las iglesias: Sant Climent y Santa Maria de Taüll, Sant Joan de Boi, Santa Eulàlia de Erill la ...  
www.campingdelremei.com/rutarománico.pdf - Similars
- Destino Alemania - Rutas turísticas - La ruta románica - Un viaje ...**  
La ruta románica es una de las rutas vacacionales más famosas de Alemania. Más de 1000 kilómetros de esta interesante ruta, con concentrado estilo rom...  
www.alemania-turismo.com/.../master\_11fstrasse-053.htm - En caché - Similars
- Soria. Visita virtual a través del tiempo. Ruta Románica. Puerta ...**  
MENÚ | RUTA ROMÁNICA | RUTA RENACENTISTA | CIUDAD MEDIEVAL | CONCATEDRAL  
Ruta Románica. Plano 3D de la Ciudad de Soria. Detalle Puerta de Rabanera ...  
soriavirtual.es:8080/.../rutaRománica\_prabanera.html - En caché



### 16.7 Anoia 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia







ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

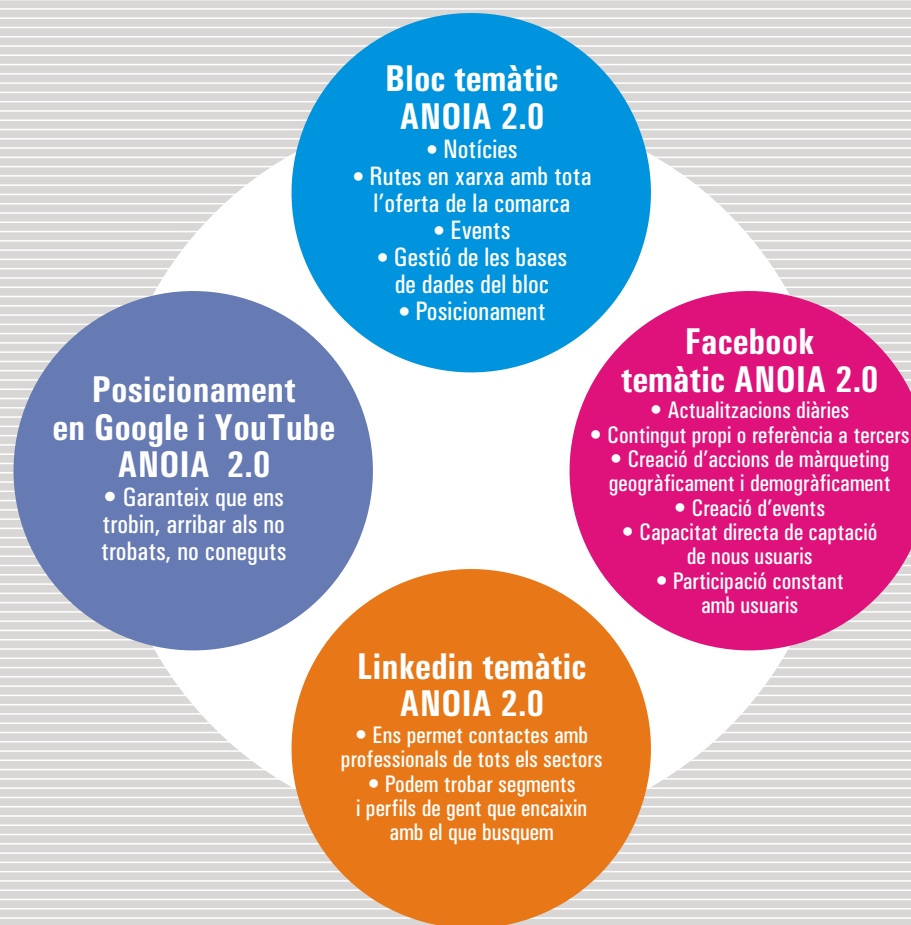
EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

## Estrella Anioia 2.0





L'estratègia ets tu.

Constel·lació Anoia 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS

ANOIA 2.0





### 16.7 Anoia 2.0

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

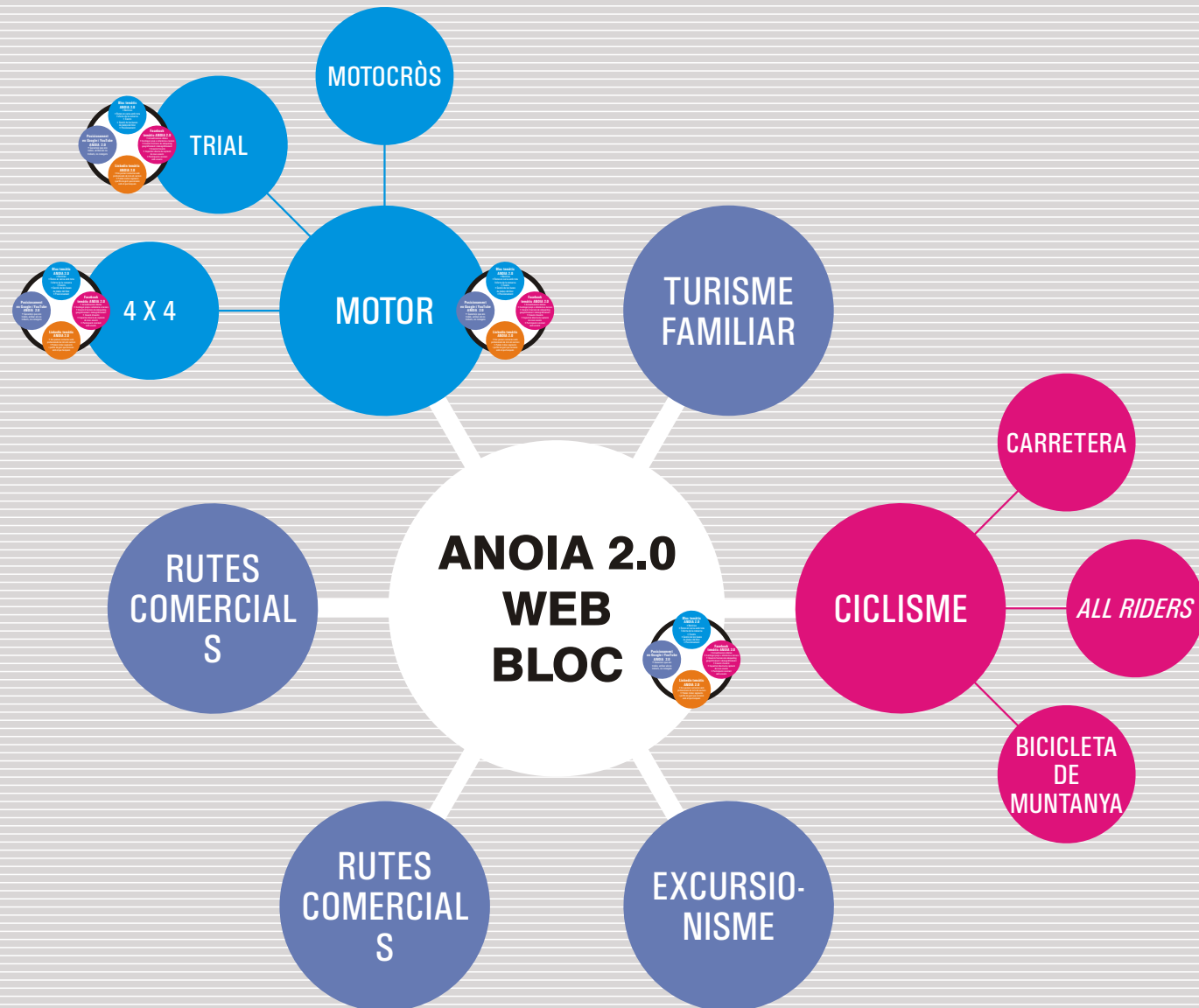
POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia





### 16.7 Anoia 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia





**Organització Anoia 2.0**



Empresa de coordinació i potenciació comarcal de l'Anoia (ECPC)



Consell turístic, cultural i esportiu de l'Anoia (CTCEA)



Empresa privada de promoció i dinamització del CTCEA



Constel·lació Anoia

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





## Organització Anòia 2.0

COORDINADORS  
ANOIA 2.0

DINAMITZADORS  
ANOIA 2.0

**OBJECTIUS  
EMPRESA DE  
PROMOCIÓ I  
COORDINACIÓ**

ACCIONS  
ACTIVES DE  
MÀRQUETING  
ELECTRÒNIC

DEFINIR  
ESTRATÈGIES  
ANOIA 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

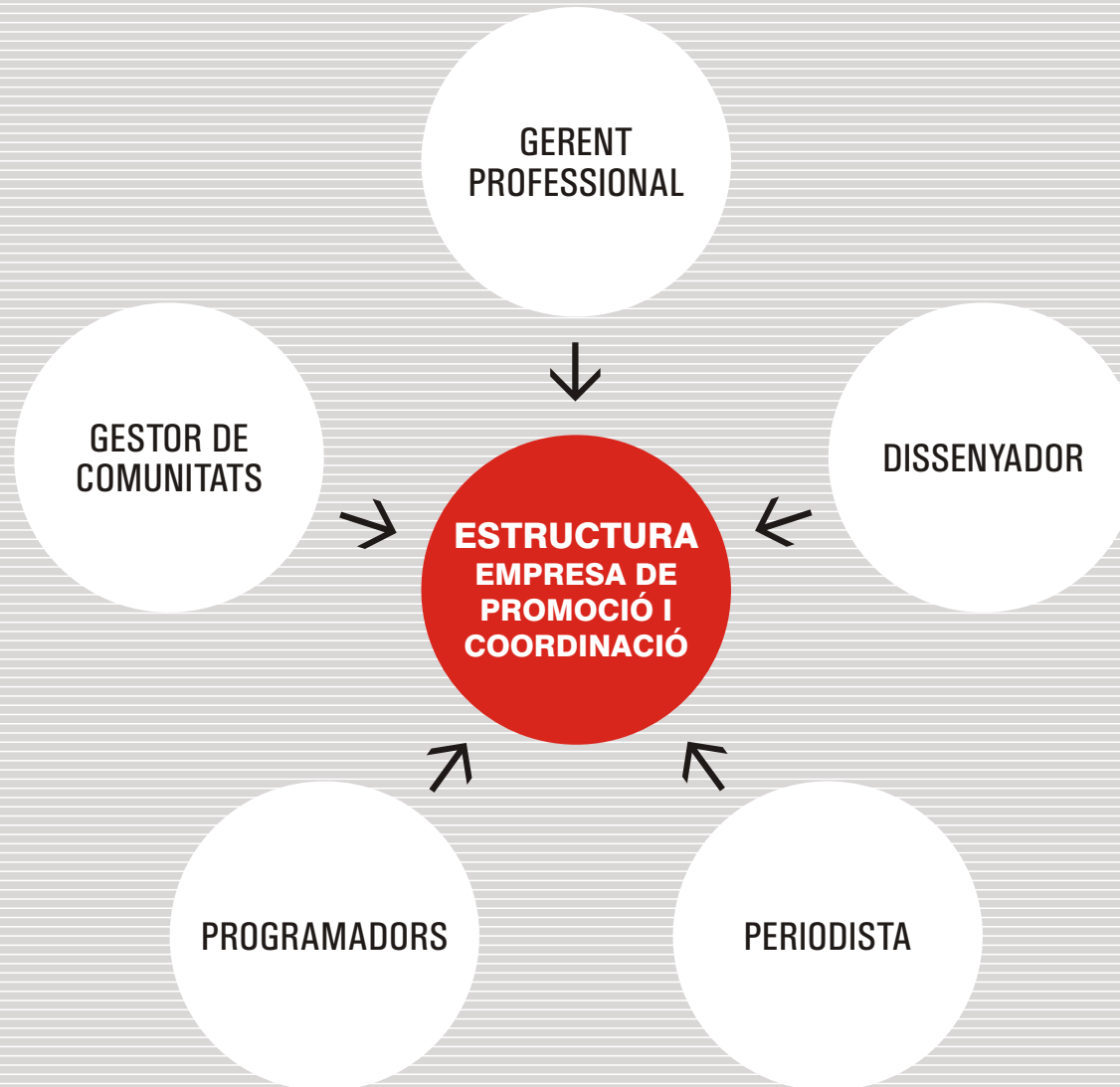
POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



# Organització Anioia 2.0



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



# Explotació Anòia 2.0

PREVEÏDORS



CLIENTS





ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

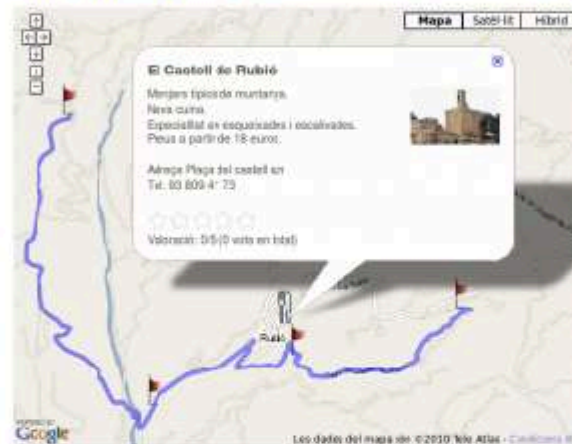
→ PROJECTES

CONCLUSIONS

### Desenvolupament La Teva Alta Anoia: Programació Eina Rutes

febrer 24th, 2010 Sergi Vilanueva [Go to comments](#) [Leave a comment](#)

Seguim desenvolupant l'apartat de creació interactiva de rutes per l'Alta Anoia del nou portal web. Tal i com vam comentar fa uns dies, aquesta eina ens permetrà al usuari crear les nostres pròpies rutes per a que altres usuaris les puguin veure, puntuar i comentar a través del web. A tall d'exemple, podeu veure un parell de captures dels mapes generats amb aquesta eina.





L'estratègia ets tu.

16.7 Anòia 2.0

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Hi ha molt talent a la comarca,  
per fer una Anòia 2.0 potent**



PROJECTE 08

ECPC

EMPRESA DE COORDINACIÓ  
I PROMOCIÓ COMARCAL



L'estratègia ets tu.

16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Creació d'una empresa per a la coordinació i promoció de la comarca de l'Anoia**



16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

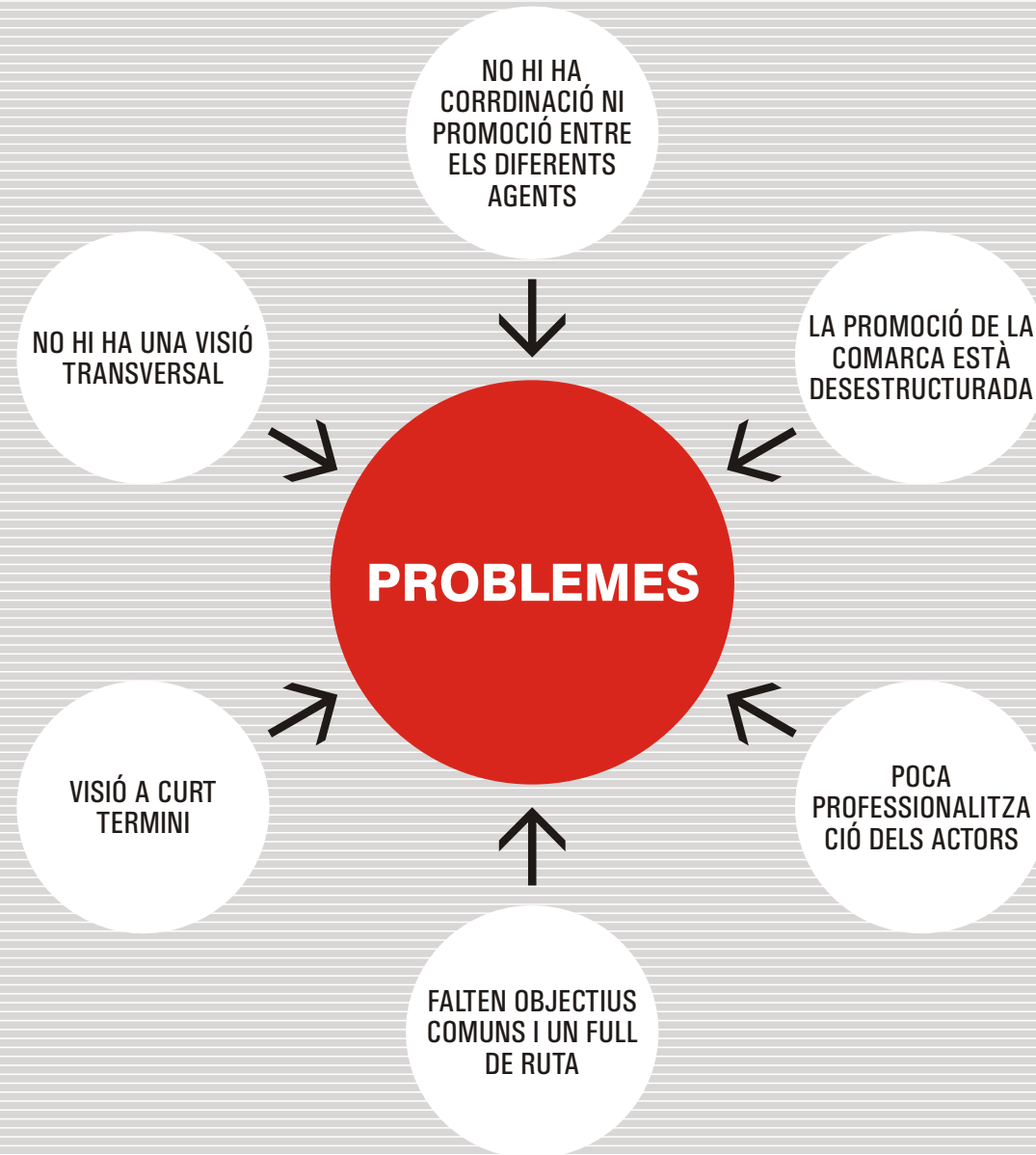
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





L'estratègia ets tu.

16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





L'estratègia ets tu.

16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

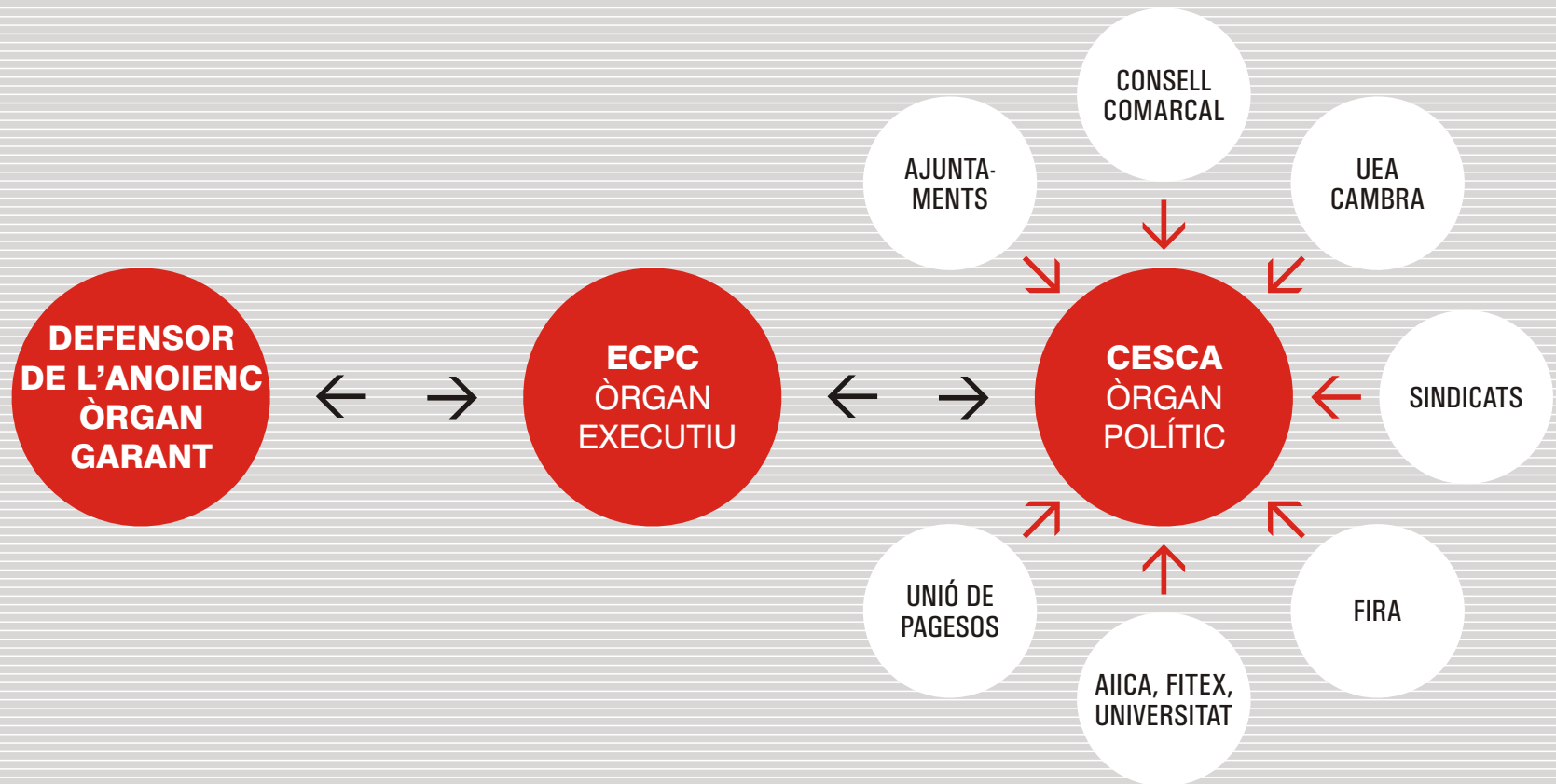
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





## 16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

**CESCA**

- El CESCA és l'òrgan de decisió polític, i encarrega a l'ECPC el desplegament del Pla estratègic
- El CESCA controla el compliment dels objectius marcats

**ECPC**

- Desenvolupa i desplega el Pla estratègic
- Encarrega a diferents entitats de la comarca projectes concrets (Consell Comarcal, UEA, Fitex, AIIICA, ajuntaments, empreses privades, etc...)
- En tots els projectes es marquen les tasques, responsabilitats i objectius dels integrants del projecte, es marquen els terminis i el nivell de qualitat

**Defensor de l'anoienc**

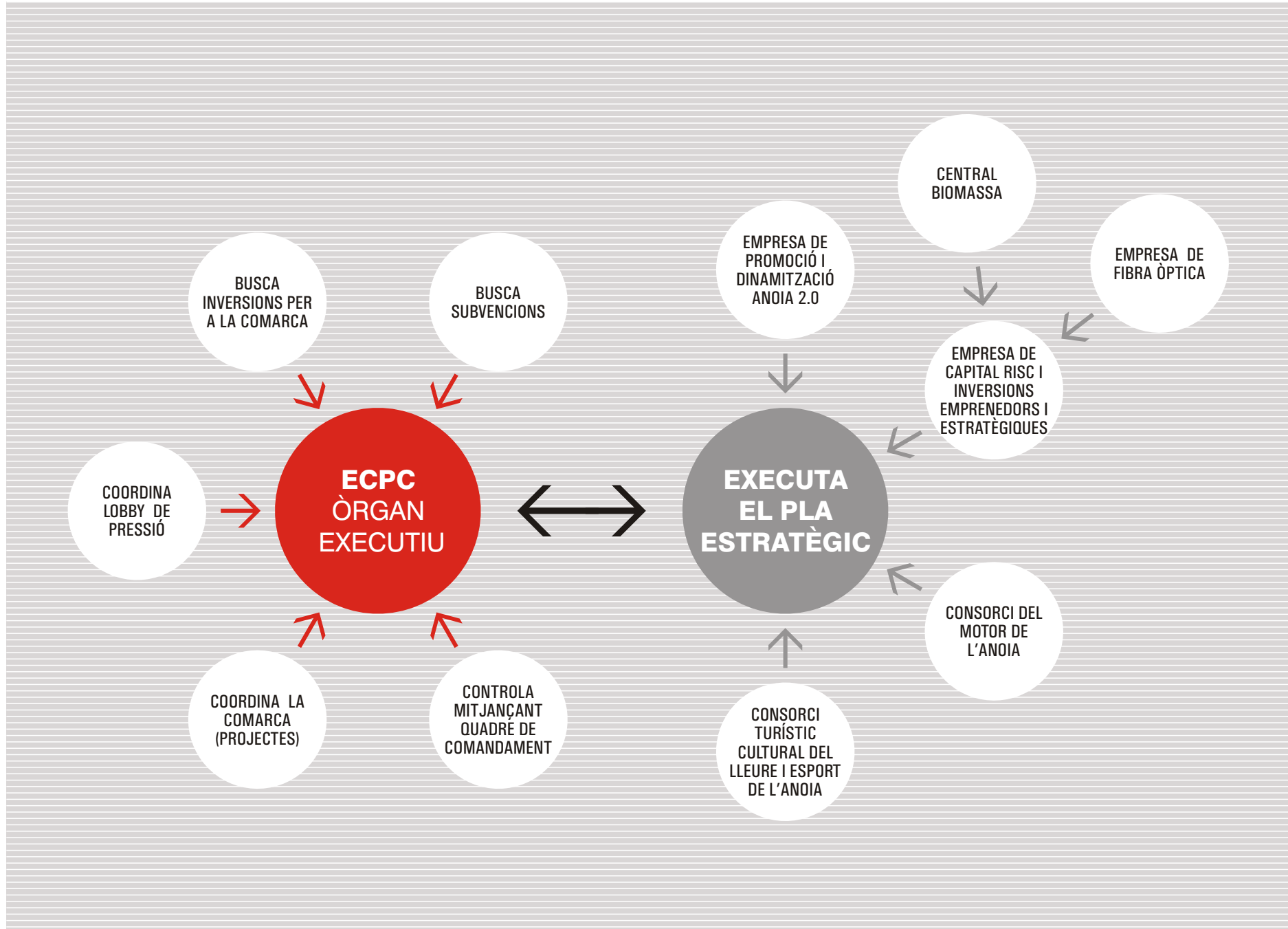
- Garanteix la independència de l'ECPCP
- Rep les queixes de tots els ciutadans, empreses i institucions de la comarca
- Arbitra entre les parts
- Vigila i denuncia els incompliments dels acords i obligacions, abusos de poder i injustícies socials
- Proposa millores de tot tipus: socials, comarcals, empresarials i institucionals





L'estratègia ets tu.

16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

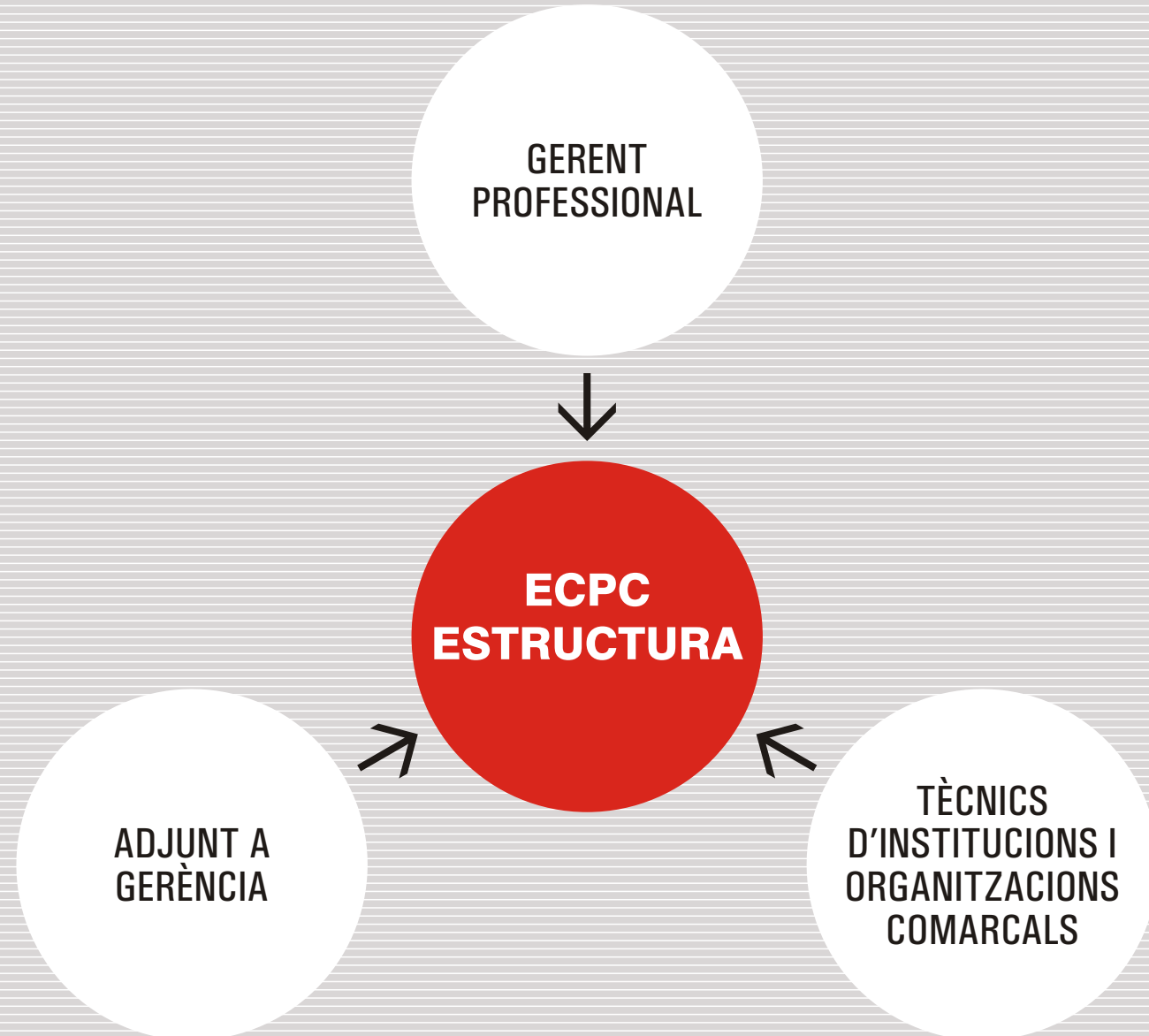
FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS





## 16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**Aquest projecte és el més important, és l'eina per poder desplegar el pla estratègic.** S'haurà de fer de forma eficient i aprofitant tots els recursos existents, per això no podem buscar una solució de compromís políticament correcte, hem de ser valents i innovar. Per això proposo que l'empresa de coordinació i promoció comarcal es faci mitjançant una:

# Fusió

De totes les àrees de promoció econòmica dels municipis de la comarca, del Consell Comarcal, de la Unió Empresarial de l'Anoia, etc.

16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



Per què ?

Municipi  
**A**

Municipi  
**B**

Els treballadors d' una empresa no estan  
sols en el mateix municipi



## 16.8 ECPC - Empresa de Coordinació i Promoció Comarcal

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS

**Per què ?**



Tenim tècnics molt bons



No té cap lògica acotar la promoció econòmica i turística a un municipi.



Mitjançant els ajuntaments podem obtenir finançament.



No cal crear noves estructures, aprofitem les existents.



PROJECTE 09

SIM@

PLATAFORMA D'INNOVACIÓ EN  
SIMULACIÓ A L'ENTORN SALUT



16.9 SIM@ - Plataforma d'innovació en simulació a l'entorn salut

Línies de treball



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

→ PROJECTES

CONCLUSIONS



**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

# CONCLUSIONS





L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

→ CONCLUSIONS

## I ara què?

És evident que la comarca té moltes possibilitats de creixement i un creixement qualitatiu. Hi ha molts projectes i més que en poden sortir si ens posem a pensar tots plegats. També està clar que tenim molt talent, gent amb coneixement i ganes de treballar per a la comarca.

Tots els projectes presentats no representen una despesa important de recursos, perquè no es tracta de fer nous edificis, sinó de coordinar i d'alinejar els esforços i objectius. La cerca dels recursos es multiplica si es fa amb unitat d'acció.

Tenim molt clares quines són les eines necessàries per fer funcionar la comarca, tenim clar com fer funcionar aquestes eines.

Ara sabem on som, cap a on volem anar, i quines eines podem utilitzar per aconseguir els objectius. **Ara sols falta la voluntat i la capacitat de posar en valor tots els projectes.**

**Per això és necessari un canvi de cada individu de la comarca, cal fer un esforç en formació, en comprensió, en humilitat, de pensar en el bé comú, de servir a la comarca.**



L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

→ CONCLUSIONS

## I ara què?

Per aquest motiu **“L'estratègia ets tu”** perquè cada un de nosaltres ha de moure peça per la comarca. Sols un conjunt individuals de voluntats serà la que farà canviar la comarca.

Però la primera peça l'han de moure **els polítics**, ells **tenen una responsabilitat molt gran envers la comarca**, les seves decisions són les que faran possible que els canvis es produeixin. Aquestes decisions sols es produiran si pensem en el bé comú, i no en el seu bé o el dels seus partits.

**Ara toca moure el peó amb la jugada que marca l'estratègia.**



**PLA ANOIA**

L'estratègia ets tu.

**CRÈDITS**



### 18.1 Agraïments

L'estratègia ets tu.

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



**Volem agrair la col·laboració en la consecució del PLA ANOIA a totes les persones que han aportat les seves idees, coneixement i opinions**



L'estratègia ets tu.

### 18.1 Autor

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

ANÀLISI

SECTORS

MOTORS

FACTORS

EINES

POTENCIADORS

PROJECTES

CONCLUSIONS



**Remigi Palmés Combalia.**  
Consultor estratègic i formador  
empresarial  
[www.remigipalmes.com](http://www.remigipalmes.com)



---

# PLA ANOIA

---

L'estratègia ets tu.



Consell Econòmic i Social  
de la Comarca de l'Anoia