

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME DE L'AJUNTAMENT DE PALAU-SOLITÀ I PLEGAMANS

30 D'OCTUBRE DE 2018

PROJECTE REALITZAT PER AUREN CONSULTORES SP, S.L.P.,
PER ENCÀRREC DE L'OFICINA TÈCNICA DE TURISME
(GERÈNCIA DE SERVEIS DE TURISME)
DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	5
2. METODOLOGIA	6
3. APROXIMACIÓ A L'ENTORN DE PSiP	9
3.1. Context territorial i socioeconòmic	9
3.1.1 Localització i comunicacions	9
3.1.2 Estructura urbana: població	10
3.1.3 Indicadors del mercat de treball	11
3.1.4 Indicadors econòmics	13
3.2. OFERTA DE SERVEIS DE PSiP	15
4. ANÀLISI DE L'OFERTA TURÍSTICA ANALITZADA	15
4.1. Principals recursos turístics analitzats	16
4.1.1. Parc de l'Hostal del Fum	16
4.1.2. La Comanda Templera (Santa Magdalena)	18
4.1.3. Museu de l'Avi (Can Duran)	20
4.1.4. Masia de Can Malla	21
4.1.5. Masia de Can Falguera	22
4.1.6. Castell de Plegamans	24
4.1.7. Parc Natural de Gallecs	27
4.1.8. Masia de Can Maiol	28
4.1.9. Església de Santa Maria	29
4.1.10. Jardins i torre Folch i Torres	31
4.2. Oferta complementària de PSiP	32
4.2.1. Allotjament	32
4.2.2. Restauració	35
4.2.3. Comerç	35
5. ANÀLISI DE LA DEMANDA	36
5.1. Tendències del turisme actual	36
5.2. Oferta i producte turístic a PSiP	38
5.2.1 Context global i oferta d'activitats	38
5.2.2. Procediment de valoració dels recursos patrimonials	39
5.2.3 Valoració Parc de l'Hostal del Fum	42
5.2.4. Valoració la Comanda Templera (Santa Magdalena)	43
5.2.5. Valoració Museu de l'Avi (Can Duran)	44
5.2.6. Valoració Masia de Can Malla	45

5.2.7.	Valoració Masia de Can Falguera	46
5.2.8.	Valoració Castell de Plegamans	47
5.2.9.	Valoració Parc Natural de Gallecs	48
5.2.10.	Valoració Masia de Can Maiol	49
5.2.11.	Valoració Església de Santa Maria	50
5.2.12.	Valoració Jardins i Torre Casa Folch	51
5.2.13.	Valoració dels serveis complementaris de PSiP	52
5.3.	Impacte de les noves tecnologies en l'àmbit de turisme a PSiP	53
6.	CONCLUSIONS DE LA DIAGNOSI.....	54
6.1.	DAFO resum	55
6.2.	Conclusions	56
7.	PLANTEJAMENT DEL PLA ESTRATÈGIC A PARTIR DE LA DIAGNOSI.....	60
8.	TERMINOLOGIA	63
9.	REPTES DEL PLA ESTRATÈGIC DE L'AJUNTAMENT DE PSiP	63
10.	EL MODEL TURÍSTIC DE PSiP	64
10.1.	Missió	64
10.2.	Visió	64
10.3.	Objectius estratègics	65
10.4.	Línies estratègiques	66
10.5.	Eixos estratègics	66
11.	OBJECTIUS, LÍNIES I EIXOS ESTRATÈGICS	67
11.1.	Proposta de mesures d'actuació per objectiu i línia / eix	68
11.2.	Desenvolupament del Pla d'Accions Turístiques	69
11.2.1.	Línia 1: Governança turística	69
11.2.2.	Línia 2: Adequació del destí	74
11.2.3.	Línia 3: Sinergia amb el destí turístic "Barcelona"	81
11.2.4.	Línia 4: Sinergia amb l'entorn	84
11.2.5.	Eix 1: Turisme cultural històric i arquitectònic	88
11.2.6.	Eix 2: Turisme Natura i Esport	92
11.2.7.	Eix 3: Turisme social	96
12.	PROPOSTA DE CRONOGRAMA DE MESURES	100
13.	RECOMANACIONS D'IMPLEMENTACIÓ DEL PE	101
	ANNEX: EXEMPLE PROPOSTA D'ACCIONS.....	102

1. INTRODUCCIÓ

L'Ajuntament de Palau-solità i Plegamans va sol·licitar a la Diputació de Barcelona la concessió d'un recurs tècnic consistent en la redacció de plans, projectes i informes per a la realització de l'actuació "Elaboració d'un pla estratègic de turisme".

La Junta de Govern de la Diputació, en sessió de 22 de desembre de 2016, va aprovar, en el marc del Protocol general del Pla "Xarxa de Governos Locals 2016-2019", el Catàleg de serveis de l'any 2017, el seu règim i la convocatòria per a la concessió de recursos.

En data 22 de novembre de 2017 el vicepresident 2n i president delegat de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic Local, de la Diputació de Barcelona va aprovar el decret atorgant a l'Ajuntament de Palau-solità i Plegamans l'actuació 17/Y/246179 en el marc del règim regulador del Catàleg de serveis 2017 del Pla "Xarxa de Governos Locals 2016-2019", adjudicant el contracte a Auren i condicionat a l'acceptació de l'ajut per part de l'Ajuntament, considerant la mateixa confirmada en no rebre comunicació en sentit contrari per part de la Diputació. Així, la comunicació inicial i formal de l'inici dels treballs finalment es produeix el 25-01-2018.

Palau-solità i Plegamans és un municipi que pertany a la comarca del Vallès Occidental, situat a prop del llindar amb la comarca del Vallès Oriental, amb una superfície de terme municipal de 14,93 Km², on s'hi troben empadronats a data de 2017 un total de 14.626 habitants.

Donada la seva ubicació propera a l'àrea metropolitana de Barcelona, PSiP ha rebut i rep una alta influència a molts nivells; indústria instal·lada en els polígons propers, activitats de serveis que han anat prosperant en paral·lel als canvis del municipi, etc. Per altra banda l'aparició de noves normatives reguladores que obliguen en general a les institucions públiques i en particular també als ajuntaments, tots aquests elements, han condicionat fortament les estratègies municipals i l'acció de govern, en un entorn de crisis generalitzada durant els anys més recents i de restriccions pressupostaries en general, per a totes les administracions públiques.

Per altra banda, juntament amb aquesta realitat econòmica i social ha conviscut durant anys una activitat agrària cada vegada més residual, on actualment predomina el conreu de farratges.

No es pot pensar en Palau-solità i Plegamans obviant l'alta activitat econòmica directa i indirecta generada a partir dels quatre polígons del seu terme municipal, que representen el 8,8%¹ de la superfície del terme.

Per contra, Palau-solità i Plegamans mai no ha estat conegut per ser un municipi exclusivament amb atractiu turístic, tot i comptant amb diversos recursos patrimonials al municipi que podrien demostrar un cert interès. Coneguda aquesta realitat, el govern municipal fa temps que va iniciar diverses accions per arranjar i posar al dia diversos recursos patrimonials de la seva propietat, alguns dels quals poden tenir un alt valor, també com a recurs turístic: el castell de Plegamans, masies com Can Maiol, Can Cortès, Can Malla, la Comanda Templera, església de Santa Maria, casa Folch i Torres, Parc del Fum, Museu de l'Avi, etc. En aquest marc situacional es presenta aquest estudi per l'elaboració d'un pla estratègic de turisme, que té per objectiu principal aportar una visió

¹ Estudi "Diagnosi i recull de necessitats dels polígons d'activitat econòmica del Vallès Occidental" pàg.11, realitzat pel Consorci per l'Ocupació i la Promoció Econòmica del Vallès Occidental.

ordenada dels recursos patrimonials i del seu aprofitament en matèria turística, pels propis palauencs, però sobretot pensant en els potencials visitants forans.

Com a objectiu específic del treball s'ha plantejat la necessitat d'identificar els principals eixos estratègics que podrien definir les actuacions turístiques municipals, a partir dels quals es definirien els objectius estratègics per a cadascun d'aquests eixos, així com un seguit d'accions operatives per dotar de contingut els mateixos objectius, assignats a cada eix.

S'ha estructurat el treball en dos blocs: un de diagnosi i l'altre de pla estratègic. El primer bloc comença amb la descripció de la metodologia emprada per, a continuació, exposar diversos apartats, recurs a recurs, que configuren la diagnosi i que culminen amb una presentació DAFO². El segon bloc se centra en la identificació dels eixos estratègics a partir de la viabilitat turística dels recursos diagnosticats en el primer bloc, els quals ens determinen els objectius i les accions per a cada recurs en el marc dels eixos identificats.

Finalment es presenta un apartat de conclusions destacant les idees força del treball, així com diverses recomanacions en forma de proposta de full de ruta per a l'equip de govern de Palau-solità i Plegamans (en endavant, PSiP), en l'àmbit de turisme.

2. METODOLOGIA

S'ha plantejat el treball amb dues actuacions centrals:

El recull i revisió d'informació envers els recursos patrimonials i activitats a PSiP que es troba publicada, tant en suport gràfic com a la xarxa, contrastada amb la realització d'entrevistes en profunditat a diversos agents amb coneixement extens del municipi, en els àmbits de la història i cultura de PSiP, l'esport, el comerç i la restauració.

Igualment s'han efectuat visites *in situ* als diversos recursos patrimonials de què disposa l'Ajuntament, alguns en propietat i d'altres no.

Els recursos que s'han pogut visitar han estat:

El Castell de Plegamans, les Masies de Can Falguera, Hostal del Fum, Can Maiol (exterior), Can Malla, el Parc de l'Hostal del Fum, la Comanda Templera, l'Església de Santa Maria (exterior), els Jardins i la Torre Folch, el Museu de l'Avi.

També s'ha obtingut informació sobre els recursos compartits amb altres municipis: Parc de Gallecs i la Ronda Verda.

S'ha pogut disposar i revisar:

Publicacions gràfiques

- Espais i Racons de Palau-solità i Plegamans. Editat per l'Ajuntament.
- Observar la Natura. Editat per l'Ajuntament.
- Castell de Plegamans. Editat per l'Associació Cultural Quatrepins.
- Vallès. Edita Turisme Vallès Occidental.

² DAFO: Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats

- Tríptics i fulletons diversos sobre activitats i llocs promoguts per l'Ajuntament.
- Petita Història de Palau-solità i Plegamans. Editorial Mediterrània. Any 2008.
- Història del Nostre Temps. Editat per l'Ajuntament.
- Història de l'Ajuntament de Palau-solità i Plegamans. Editat per Quatrepins, quaderns de cultura.
- Arbres singulars de Palau-solità i Plegamans. Editat per l'Ajuntament.

S'ha cercat informació relativa al treball a diferents llocs web

<http://palauplegamans.net/>

<https://www.idescat.cat/>

<http://somdepicnic.blogspot.com.es/2014/11/zona-de-picnic-del-parc-de-lhostal-del.html>

<https://mamaquefemdema.wordpress.com>

www.tripadvisor.com

<http://elpasqualet.com/senderismo/>

<http://www.catalunyamedieval.es>

<https://www.masiacanduran.com/>

www.tirpadvisor.es

www.gastroranking.es

<http://www.pessebrepalau.cat/>

www.poblesdecatalunya.cat

<http://www.espairuralgallecs.cat>

<http://www.poblesdecatalunya.cat/>

<https://www.misas.org>

S'han realitzat entrevistes en profunditat:

Les entrevistes en profunditat han tingut per finalitat obtenir coneixement d'aquelles persones considerades clau, en el sentit de ser bones coneixedores de la realitat del municipi de Palau-solità i Plegamans i que, en algun moment o de forma habitual, participen o han participat de forma activa en la vida social o cultural del poble.

La llista de persones entrevistades ha estat confeccionada per l'Ajuntament, amb el coneixement d'Auren, i contactades prèviament per la Corporació per obtenir-ne el vistiplau per participar en la ronda d'entrevistes.

Durant la setmana del passat 19 de març, Auren va contactar amb totes les persones per organitzar i confirmar la data i hora per mantenir les entrevistes, que finalment es van portar a terme durant la setmana del 16 d'abril.

Amb caràcter previ a contactar amb les persones a entrevistar, Auren va mantenir una reunió el dia 23 de març amb l'Alcaldessa Sra. Teresa Padrós, durant la qual es va exposar l'objectiu i els procediments per portar a bon terme el treball encomanat i, alhora, obtenir informació útil de la mateixa Alcaldessa, com a bona coneixedora del municipi.

Els tècnics d'Auren han realitzat entrevistes amb profunditat a diverses persones clau, tant de l'àmbit intern a l'Ajuntament com de l'àmbit extern:

Àmbit intern:

Data	Lloc	Àmbit	Posició	Nom
17/04/2018	Ajuntament Plaça de la Vila	Medi Ambient	Regidora Medi Ambient Tècnica Medi Ambient	Sra. Luisa Fernández Sra. Esther Estadella
17/04/2018	Ajuntament Can Cortés	Esports	Tècnica d'Esports	Sra. Dolors Carmona
19/04/2018	Ajuntament Urbanisme	Cultura	Regidor Cultura	Sr. Miquel Rovira
19/04/2018	Ajuntament Urbanisme	Urbanisme	Arquitecte Arquitecte	Sr. Jordi Estruch Sr. Santi Bertran

Àmbit extern:

Data	Lloc	Àmbit	Posició	Nom
18/04/2018	Ajuntament Promoció Econ.	Cultura	Expert a títol particular	Sr. Miquel Truyols
18/04/2018	Ajuntament Promoció Econ.	Cultura	Expert a títol particular	Sr. Jaume Ventura
18/04/2018	Ajuntament Promoció Econ.	Cultura	Expert a títol particular	Sr. Tomàs Castells
14/05/2018	Jorbachs	Comerç	Comerciant a títol particular	Sr. Jordi Bachs
14/05/2018	Can Joan	Restauració	Restaurador a títol particular	Sra. Sonia Puig
10/07/2018	Consorci Turisme Vallès Occidental	Institucional	Gerent	Sra. Anna Sánchez
10/07/2018	Consorci Parc Natural Gallecs	Institucional	Gerent	Sra. Gemma Safont

Les persones entrevistades de l'àmbit intern ho han estat en la seva qualitat d'experts en els diferents àmbits, combinant la visió tècnica amb la visió política. En l'àmbit extern, s'ha optat per experts reconeguts a nivell municipal pels seus coneixements en cultura, comerç i restauració. També en l'àmbit institucional s'han mantingut dues entrevistes amb la gerència del Consorci de Turisme del Vallès Occidental i el Consorci del Parc Natural de Gallecs. En tots els casos s'ha considerat rellevant la seva aportació per tal de recollir

una visió dels diferents recursos i serveis complementaris, des d'una òptica d'expert/a coneixedor/a, sense interès directe.

La temàtica de les entrevistes ha estat confeccionada per Auren i les preguntes efectuades s'han plantejat en forma de guió, de manera que els entrevistats poguessin aportar la seva visió d'una manera àmplia i sense limitacions.

L'objectiu principal de l'activitat ha estat, a partir de la informació obtinguda, el d'obtenir els elements més significatius per configurar els eixos del Pla de Turisme, a partir de l'aprofitament i viabilitat dels recursos patrimonials en propietat o a disposició de l'Ajuntament de PSiP.

3. APROXIMACIÓ A L'ENTORN DE PSiP

Prèviament a abordar l'anàlisi dels recursos turístics, s'ha de situar el municipi en relació amb el seu entorn més proper, per tal d'entendre les dinàmiques internes del poble, com també l'intercanvi social, cultural, econòmic, que permetran situar i explicar l'activitat turística actual al poble, però sobretot les potencialitats que es poden esperar en el futur en l'àmbit del turisme.

3.1. Context territorial i socioeconòmic

3.1.1. Localització i comunicacions

El municipi de PSiP està situat dins la comarca del Vallès Occidental, a la província de Barcelona, i és adjacent a les viles de Caldes de Montbui, Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall, l'Espai Natural de Gallecs (Mollet del Vallès), Santa Perpètua de la Mogoda, Polinyà i Sentmenat. La distància amb la ciutat de Barcelona és d'uns vint kilòmetres i té una excepcional via de comunicació tant a nivell nacional com internacional, l'Autopista AP-7.

Accés amb cotxe:

En cotxe per accedir als principals punts de Barcelona hi ha diverses possibilitats:

- La més directa és l'autopista AP7 i els túnels de Vallvidrera.
- Accedir a la capital per la C-17 i entrar per la Meridiana.
- Una altra opció és a través de les autopistes C58 i AP7 sense pagar cap peatge.

Accés amb autobús:

Interurbans

Hi ha diverses línies que connecten PSiP amb els municipis de l'entorn i que són operats per l'empresa Sagalés:

- Línia Barcelona / Palau-solità i Plegamans / Caldes de Montbui
- Línia Sabadell / Palau-solità i Plegamans
- Línia Mollet del Vallès / Palau-solità i Plegamans / Caldes de Montbui
- Autobús nocturn N70

Autobús urbà

Uneix els diversos barris entre si i amb el centre del municipi, fent parades als equipaments i centres d'ensenyament. Es pot comprar un abonament reduït de 10 viatges a 3 euros. L'operador d'aquest servei és també Sagalés.

Ferrocarril

Actualment no hi ha cap línia de ferrocarril que tingui estació al municipi, però sí a poblacions veïnes com Santa Perpètua de la Mogoda, Mollet-Santa Rosa, Mollet-Sant Fost i la Llagosta.

Taxi

Hi ha un servei de taxi disponible que està publicat a la web de l'Ajuntament amb tres operadors:

- Taxis Aguilar
- Auto Taxi Javier Caparrós
- Ràdio Taxi Palau-Mollet

El trajecte estimat en transport privat des de la sortida de Barcelona al centre de PSiP sol ser entre 10 i 15 minuts sense trànsit. Amb trànsit es pot trigar entre 30 i 35 minuts.

El trajecte a l'aeroport en cotxe segons s'estima en uns 43 minuts, tot i que en moments de molt de trànsit pot ser molt més alta la durada del trajecte.

Resum:

	Bus interurbà	Ferrocarril	Cotxe	Taxi
Temps	35' (Sagalés-Express)	No disposa (1)	35'	35'
Estimació cost	3,10 €	No aplica	9,00 €	40,00 €

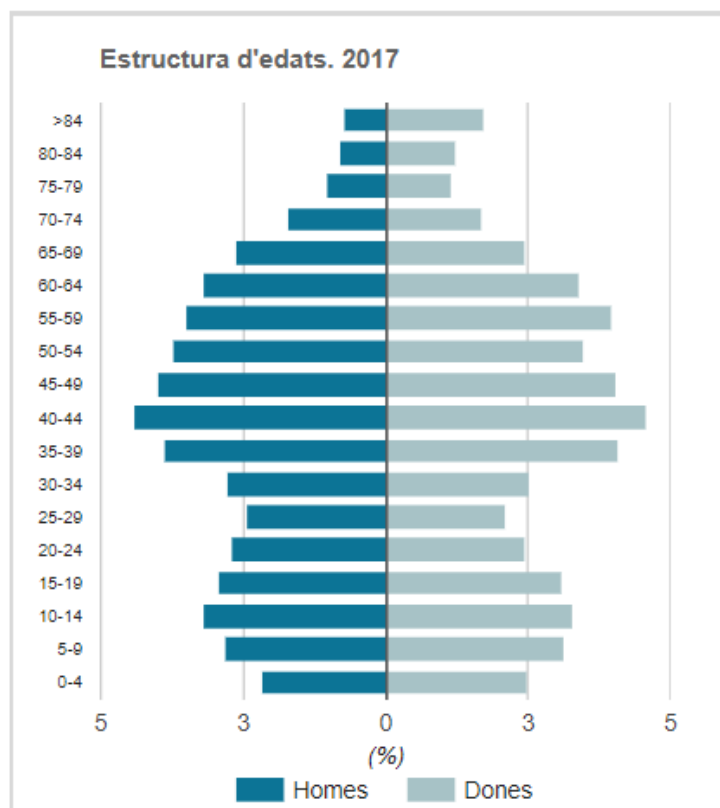
Nota (1): fins a Santa Perpètua de Mogoda en Rodalies RENFE es triga 47' i el cost del trajecte és de 2,55 €.

3.1.2. Estructura urbana: població

PSiP és un municipi del Vallès Occidental amb una població de 14.626 l'any 2017. La densitat de població del municipi és de 979,6 hab/km², una xifra baixa si la comparem amb la de la regió.

L'estructura poblacional ens indica que el repartiment entre homes i dones és similar en les diverses franges d'edat, tot i que des de l'any 2012 hi ha lleugerament més dones que homes en el municipi.

A la vista de les dades publicades per l'Idescat, la població de PSiP representa el 16% dels habitants de la comarca del Vallès Occidental.



Font: Hermés. Diputació de Barcelona

Població	Palau-solità i Plegamans	Vallès Occidental	Catalunya
Densitat de població. 2017			
Superfície (km2)	14,93	583,13	32.108,00
Densitat (hab./km2)	979,6	1.560,6	235,3
Població. Per sexe. 2017			
Homes	7.170	447.397	3.710.200
Dones	7.456	462.634	3.845.630
Total	14.626	910.031	7.555.830
Població. Per grups d'edat. 2017			
De 0 a 14 anys	2.514	158.795	1.179.741
De 15 a 64 anys	9.875	604.465	4.976.815
De 65 a 84 anys	1.878	125.185	1.170.656
De 85 anys i més	359	21.586	228.618
Total	14.626	910.031	7.555.830

Font: www.idescat.cat

3.1.3. Indicadors del mercat de treball

Si analitzem les dades publicades a l'Idescat respecte al mercat de treball a Palau, veiem que, tot i que a Palau hi ha censades més dones que homes, són els homes els que tenen un nombre d'afiliacions més alt a la Seguretat Social, en concret representa el 53%

en les dades al desembre 2017, mentre que les dones són les que tenen un atur registrat més alt el 2017, en concret representen un 64,21% dels aturats registrats al municipi.

Afiliats a la Seguretat Social segons residència de l'afiliat. 12/2017

Homes	3.428	200.886	1.668.596
Dones	2.981	179.844	1.463.092
Total	6.409	380.730	3.131.688

Font: www.idescat.cat

Atur registrat. Per sexe. Mitjanes anuals. 2017

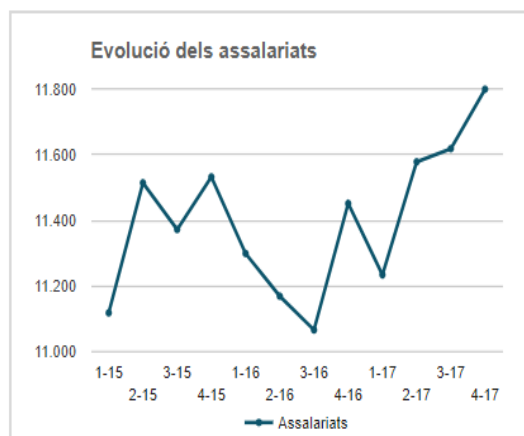
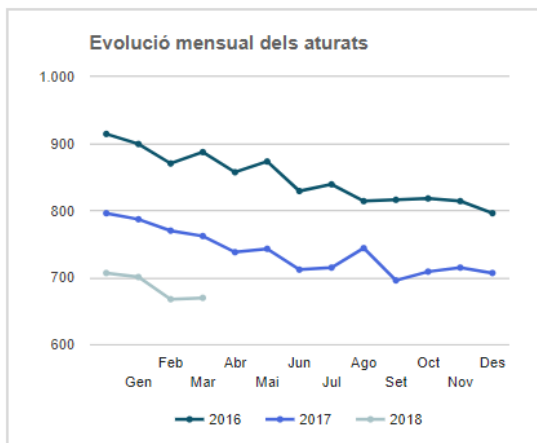
Homes	262,4	23.108,1	184.941,3
Dones	470,8	31.085,3	233.353,1
Total	733,2	54.193,3	418.294,4

Font: www.idescat.cat

Si s'analitza per sectors, s'observa que el sector agrícola actualment quasi no genera ocupació. El sector que genera més ocupació és el sector serveis, tant en contractes de treball com en autònoms. Igualment, es detecta que la majoria de treballadors empleats a PSiP treballen per a empreses de més de 251 treballadors; aquest és un model molt representatiu de municipi, amb importants polígons d'activitat econòmica.

Treball	Palau-solità i Plegamans	Vallès Occidental	Catalunya
Atur registrat. Per sectors. Mitjanes anuals. 2017			
Agricultura	4,6	409,6	10.052,8
Indústria	155,8	8.600,4	50.210,2
Construcció	52,2	5.621,2	38.933,7
Serveis	486,1	35.453,6	291.549,9
Sense ocupació anterior	34,6	4.108,5	27.547,7
Total	733,2	54.193,3	418.294,4
Atur registrat. Per sexe. Mitjanes anuals. 2017			
Homes	262,4	23.108,1	184.941,3
Dones	470,8	31.085,3	233.353,1
Total	733,2	54.193,3	418.294,4

Font: www.idescat.cat



Treball	Palau-solità i Plegamans	Vallès Occidental	Catalunya
Afiliacions al règim general de la S.S. segons ubicació del compte de cotització. Per sectors. 06/2018			
Agricultura	:	211	9.642
Indústria	2.276	76.207	442.118
Construcció	441	16.975	135.401
Serveis	9.386	228.703	2.179.003
Total	12.105	322.096	2.766.164
Afiliacions al règim d'autònoms de la S.S. segons ubicació del compte de cotització. Per sectors. 06/2018			
Agricultura	17	218	23.531
Indústria	179	5.798	47.313
Construcció	204	8.439	67.381
Serveis	1.040	46.829	417.515
Total	1.440	61.284	555.741
Afiliacions al règim general de la S.S. segons ubicació del compte de cotització. Per grandària del centre. 06/2018			
Fins a 50 treballadors	3.407	141.660	1.271.703
De 51 a 250 treballadors	2.069	77.819	658.837
De 251 i més treballadors	6.629	102.617	835.624
Total	12.105	322.096	2.766.164

Font: www.idescat.cat

Quant a les persones que es troben actualment a l'atur, segons es destaca, les dones tenen una mitjana més alta d'atur i l'atur prové essencialment de sector serveis i de la indústria. Analitzant-ne les dades, podem veure que el percentatge de persones que treballen a la indústria és més alt que el que té Catalunya i el Vallès Occidental, i que és en el sector serveis on treballen més del 60% dels palauencs, proporció que va en consonància amb les dades del Vallès Occidental i Catalunya.

3.1.4. Indicadors econòmics

En analitzar el PIB³, s'observa que PSiP té un dels PIB per habitant més alts de Catalunya. Segons les dades de l'Idescat, si fem un càlcul amb índex base 100, els palauencs estan un 79% per sobre de la mitjana de Catalunya. En la mateixa taula podem veure que el PIB per habitant (en milers d'euros) és també un 79% superior al del conjunt dels municipis del Vallès Occidental.

Macromagnituds i impostos	Palau-solità i Plegamans	Vallès Occidental	Catalunya
Producte interior brut (base 2010). 2015			
PIB (milions d'euros)	749,4	25.946,3	215.640,8
PIB per habitant (milers d'euros)	52,0	28,9	29,0
PIB per habitant (índex Catalunya=100)	179,4	99,7	100,0
Valor afegit brut (base 2010). Per sectors. Milions d'euros. 2014			

Font: www.idescat.cat

³ PIB: Conjunt de béns i serveis produïts en un país durant un espai de temps, generalment un any.

Macromagnituds i impostos	Palau-solità i Plegamans	Vallès Occidental	Catalunya
Valor afegit brut (base 2010). Per sectors. Milions d'euros. 2015			
Agricultura	0,6	9,4	1.859,8
Indústria	197,7	6.568,6	41.692,6
Construcció	22,2	1.068,8	9.331,6
Serveis	301,4	15.555,3	145.017,8
Total	521,9	23.202,0	197.901,8
Renda familiar disponible bruta (base 2010). 2015			
RFDB (milers d'euros)	239.016	15.314.657	125.050.246
RFDB per habitant (milers d'euros)	16,6	17,1	16,8
RFDB per habitant (índex Catalunya=100)	98,7	101,4	100,0
Impost sobre la renda de les persones físiques (IRPF). Euros. 2015			
Base imposable general per declarant	22.614	23.304	22.337
Quota resultant de l'autoliquidació per declarant	5.554	6.144	6.109
Impost de béns immobles urbans (IBI). 2017			
Nombre de rebuts	:	:	99.999.999
Base imposable per rebut (euros)	:	:	99.999.999,0
Quota íntegra per rebut (euros)	:	:	99.999.999,0
Impost sobre el patrimoni de les persones físiques (IPPF). 2007			
Patrimoni total per declarant (euros)	416.146	549.239	516.035
Actius reals (%)	56,1	38,3	37,4
Actius financers (%)	43,9	61,7	62,6

Font: www.idescat.cat

3.2. OFERTA DE SERVEIS DE PSiP

L'oferta de serveis del municipi que es poden considerar requerits amb certa habitualitat pels turistes visitants forans és la següent:

SERVEIS	NOMBRE OPERADORS
Restauració i bars	55
Alimentació	24
Forn i pastisseria	3
Farmàcia	5
Basar	3
Automoció-mecànica	6

Font: Auren a partir de la pàgina web Ajuntament de PSiP

Cal destacar que no existeix cap plaça hotelera en el municipi actualment, ni en previsió a curt termini.

Els serveis de salut existents concretats en farmàcies i Centre d'Atenció Primària (CAP) es poden considerar suficients, amb l'excepció que els diumenges el CAP actualment es troba tancat.

A banda de les tres empreses de taxi, com s'ha descrit abans, també existeix una línia de transport intern operada per l'empresa Sagalés, amb rutes regulars amb parada en punts preestablerts.

4. ANÀLISI DE L'OFERTA TURÍSTICA ANALITZADA

Aquest apartat se centra en l'anàlisi d'aquells recursos patrimonials que inicialment es tenen identificats com a susceptibles de generar atractiu turístic, sota algun dels criteris següents:

- Interès històric i cultural
- Interès arquitectònic
- Interès mediambiental, salut i esport
- Interès social

S'ha de destacar que existeixen altres recursos turístics al municipi com poden ser l'Església de Sant Genís o la Masia de Can Cortes, etc., però l'estudi se centra sobre els recursos analitzats, atès que també s'ha considerat una altra església (Santa Maria) i altres masies (Can Falguera, Can Maiol, Can Malla), també força representatives.

Al web de l'Ajuntament, en la pestanya de "La Vila / Patrimoni" s'identifiquen els recursos patrimonials més rellevants, amb diferent atractiu turístic potencial.

L'ús que actualment es fa dels potencials recursos turístics és molt divers. D'entrada, cal destacar si el recurs és o no propietat municipal, també si la seva situació arquitectònica permet o no algun tipus d'ús, o si es requereix algun arranjament o inversió significativa en funció de l'ús pretès.

També cal tenir en compte si, tot i ser de propietat municipal, el recurs es troba en règim de concessió o no (per exemple, la Masia de Can Maiol, o la de Can Malla), limitant d'entrada, i la seva plena disponibilitat.

En el cas d'aquells recursos que no són de propietat municipal però que poden tenir un clar interès turístic, caldrà considerar altres aspectes jurídics que puguin assegurar la disponibilitat d'aquest ús (per exemple, la Comanda Templera).

4.1. Principals recursos turístics analitzats

4.1.1. Parc de l'Hostal del Fum

Introducció:

El Parc de l'Hostal del Fum és un equipament obert. Conté un ferrocarril en miniatura amb una via de 3,2 km. És més que un entorn dedicat al ferrocarril: és un enclavament verd del poble que permet fer des d'un recorregut en tren (diumenges), a passar una jornada fent activitats a l'aire lliure.

És un recinte tancat de 35 hectàrees amb un camí principal que fa la volta amb zones arbrades, estanys i prats cuidats just al costat de la riera. Dins del recinte també trobem un altre recurs de l'Ajuntament, la Masia de l'Hostal del Fum. En la web de l'Ajuntament de PSiP podem trobar més detalls sobre aquest espai, així com activitats que organitza l'Ajuntament, no només al parc sinó a tot el municipi.

Actualment, la Masia de l'Hostal del Fum es troba a l'espera que se l'hi donin nous usos disposant d'una entrada amb aparcament específic, de moment tancada.

El ferrocarril actualment està obert els diumenges d'11:00 a 13:30 h (consultable des del web de l'Ajuntament).

Resum de la visita:

El dia de la visita es va poder veure l'equipament en detall i constatar que:

- El recurs té una bona accessibilitat en cotxe privat i té capacitat per atreure un nombre alt de turistes.
- Actualment l'accessibilitat en transport públic és fàcil (hi ha parada de bus a la carretera a l'alçada del parc), sobretot per als turistes que vinguin de Barcelona.
- L'entorn permet diverses activitats a l'aire lliure i està prou ben equipat, però els serveis només estan disponibles en l'horari en què està obert el ferrocarril (diumenges).
- És fàcil aparcar, hi ha un equipament de pàrquing pròxim.
- Actualment no es porta un registre de visites al parc i s'hi pot accedir lliurement. Hi ha definits uns horaris, però el parc és accessible en qualsevol moment.
- Durant la segona visita feta al parc es va coincidir amb el pas d'un ramat d'ovelles pel seu interior.

Com es veu el recurs a Internet:

- En aquests moments no consta que es faci pagar per pujar al tren, però segons la web externa <http://somdepicnic.blogspot.com.es/2014/11/zona-de-picnic-del-parc-de-hostal-del.html> o <https://mamaquefemdema.wordpress.com> el preu és de 2 € per trajecte. Tampoc no es diu que es faci pagar un preu en la web de l'associació <http://trendepalau.cat>.
- No s'indica clarament l'horari, simplement s'informa que si no hi ha gent suficient es tancarà abans.
- En la web es ressalta molt l'entorn per visitar amb nens i per fer-hi pícnic.
- Observant els comentaris de www.tripadvisor.com, se subratlla que de vegades està brut i que es troba a faltar un punt on poder comprar sobretot begudes, o poder seure amb una hamaca o cadira. Pels comentaris, es dedueix que els caps de setmana totes les taules de pícnic estan ocupades.
- Apareixen referències del recurs en hotels i càmpings dels voltants, com per exemple <http://elpasqualet.com/senderismo/>
- A la xarxa hi ha diverses pàgines web que recopilen fotos i experiències dels seus membres, persones que han fet el recorregut i volen compartir l'experiència. Si analitzem les dades trobades, veiem que el recurs apareix a la majoria de rutes, independentment de l'esport que analitzem. Les pàgines que més citen el Parc com a punt de sortida o d'arribada són les dedicades a muntanyisme, *running* i BTT.

Algunes opinions a la xarxa:



Local Guide · 78 reseñas · 7 fotos

★★★★★ hace 16 horas

Sitio súper grande, bonito, cuidado, limpio. Muchos tipos distintos de aves. Los trenes son muy bonitos y te enseñan todo el gran parque por sólo 2€ por persona durante 20 minutos. También tiene una zona de merendero. Ideal para ir con niños. Seguro que repetiré.



Local Guide

45 reseñas · 75 fotos

★★★★★ Hace 6 meses

Gran sitio para ir con los niños a pasar el domingo. hay mesas, barbacoa, césped, un trenecito dónde montarlos. Plano para dar paseo en bicicleta y una Riera dónde ir a ver fauna y flora

Font: Google My Business



Font: Auren. Imatge de la Masia de l'Hostal del Fum i del parc. 18/03/2018

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- Magnífic enclavament natural per encabir activitats diverses a l'aire lliure.
- Gran potencial en turisme natural i esportiu.
- La instal·lació del tren actual pot despistar, però és un gran argument per atraure visitants.
- Punt de trobada per fer rutes.
- Enllaça molt bé amb la Ronda Verda, que creua el parc. La Ronda Verda és molt coneguda i utilitzada per caminants i ciclistes; és un recurs que creua diversos termes municipals i, per tant, pot actuar de connector entre el parc i d'altres indrets. El parc pot jugar un paper més central entre els usuaris de la Ronda, si pot oferir serveis o activitats atractives per a aquest tipus d'usuaris.

4.1.2. La Comanda Templera (Santa Magdalena)

Introducció:

La capella templera de Santa Magdalena, segons podem veure a la web de l'Ajuntament, és una església propietat d'un particular, parcialment en ruïnes. S'hi ha descobert restes arqueològiques i actualment està en estat parcialment ruïnós.

Resum de la visita:

- Accés privat. Cal permís de la propietat per accedir-hi.
- Des del camí no es veu. S'ha d'entrar a la propietat privada.
- Necessita una gran actuació d'arranjament. Actualment en ruïna amb ús de corral.
- Caldria panells d'interpretació, delimitant les construccions d'interès arqueològic d'aquelles altres fetes amb posterioritat. També la part de la muralla antiga.
- Les explicacions donades per la propietària són orientatives.
- Hi ha poc espai per a aparcament.
- En l'estat actual, poc aconsellable com a punt d'interès turístic. Sí per a interessats professionals en l'arqueologia, història o arquitectura.

Com es veu el recurs a Internet:

- La primera web que surt a internet és la de l'Ajuntament i la segona és <http://www.catalunyamedieval.es>. Es diu clarament que no s'hi pot accedir lliurement i que no se'n sap ben bé l'estat. Hi ha una porta que barra el pas a tota la finca (finca privada).
- L'ermita té un alt interès i s'ha catalogat com a bé cultural d'interès nacional.
- Fins i tot té una pàgina a la *wikipedia* pel seu interès històric.
- No hi ha un horari establert, res més que informació històrica de la importància d'aquest edifici.

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- Es destaca un interès entre baix i mitjà-alt d'aquest recurs.
- Baix perquè cal fer inversió per arranjar el recurs. Actualment molt malmès.
- Mitjà-alt per la seva importància històrica.
- Té sentit no tant de forma individual, sinó formant part d'un itinerari de construccions templeres.
- És de propietat privada, fet que pot limitar algunes decisions per part de l'Ajuntament.



Font: Auren. Imatges de la Comanda Templera. 14/05/2018

4.1.3. Museu de l'Avi (Can Duran)

Introducció:

El Museu de l'Avi està situat dins de la Masia de Can Duran (restaurant). Situat a l'inici de diverses rutes de senderisme, el Restaurant Masia de Can Duran és el centre d'un espai dedicat a les famílies i grups que volen passar un dia de relax a la natura. Està al costat de la riera i envoltat de camps i prats per poder-hi passejar.

Actualment, l'entrada al Museu de l'Avi és gratuïta i la visita dependrà de la disponibilitat del propietari de Can Duran. No és un recurs turístic com a tal, sinó una col·lecció d'estrils rurals i d'oficis sense museïtzar, però amb un evident potencial interès turístic.

Resum de la visita:

- Millorables les indicacions per poder-hi arribar. Es troba al llinard del poble.
- L'enclavament disposa de diversos pàrquings de fàcil accés en cotxe o autobús, però, atesa la ubicació, impossible en transport públic.
- La visita és totalment gratuïta, però s'ha de demanar a la família que regenta Can Duran. Normalment són els clients del restaurant a qui s'ofereix com a activitat addicional la visita guiada al museu, per la mateixa família que regenta la masia.
- Les peces de què disposa el museu es troben en molt bon estat, ben ubicades però massa juntes per manca d'espai. Probablement hi manca l'aplicació de criteris museístics.



Font: Auren. Museu de l'Avi. 18/03/2018

- No hi ha un horari d'obertura, normalment és sota demanda o oferiment per part dels membres del restaurant.
- La masia disposa d'un aforament d'unes 220 places. Es dediquen fonamentalment a la restauració i per a ells aquest és un servei més per entretenir els seus clients.

Actualment només un 10% de les persones que visiten les instal·lacions visiten el Museu de l'Avi.

- Grups que han demanat de visitar el museu són els Amics del Tren o quan hi ha la Fira Medieval.
- Tenen dues tipologies de clients: un durant la setmana, que és un professional de menjar de negocis amb un perfil mig-alt i que ve fonamentalment del polígon de Palau i l'altre un perfil mitjà de persones que vénen en grup a gaudir del cap de setmana en família o grups.

Com es veu el recurs a Internet:

- Si es busca Museu de l'Avi a Palau no apareix res, només una web externa de Sos Monuments en una visita que es va fer l'any 2013.
- Durant la visita se'ns va comentar que l'estratègia a Internet és sobretot posicionar i treballar la pàgina com a restaurant. A la pàgina de Can Duran no hi ha cap menció del Museu de l'Avi. <https://www.masiacanduran.com/>
- Si observem els comentaris a www.tirpadvisor.es o a www.gastroranking.es, no es veu en cap cas comentaris del museu. Sí que hi apareixen fotos d'altres activitats (pàdel, ponis, etc.)

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- Predominen els comentaris entre potencialitat baixa i mitjana del recurs.
- Pesa bastant el fet de ser una col·lecció privada en un entorn de negoci privat (restauració).
- Visió de recurs complementari i no central.

4.1.4. Masia de Can Malla

Introducció:

Segons podem veure a la web de l'Ajuntament <http://www.palauplegamans.net>, aquest recurs s'ha cedit a l'Associació de pessebristes per tal que el gestionin. Segons s'indica a la web, a la planta baixa s'hi realitzen tallers de pessebrisme i l'exposició anual de pessebres populars i diorames. A la 1a planta hi ha ubicat el Museu del Pessebre i exposicions permanents.

Resum de la visita:

- Masia de dimensió mitjana-petita, completament integrada al poble.
- Actualment està cedida en ús als pessebristes de PsiP.
- Probablement per la dimensió, no admet més d'un sol ús.
- No llueix ni hi destaca cap element arquitectònic especial.
- Espai exterior per fer-hi activitats.
- No disponible aparcament.

Com es veu el recurs a Internet:

- Si mirem el que apareix a la web de l'Ajuntament, l'enllaç ens porta a la mateixa web; així doncs, es fa molt difícil trobar un horari d'obertura en el qual poder visitar el recurs. De fet, cal primer buscar directament l'Associació per trobar un horari d'obertura de la Masia, que està publicat a la web l'Associació www.pessebrepalau.cat. L'horari d'obertura és molt limitat, per tant, és difícil que turistes que el vulguin visitar puguin fer-ho actualment. L'horari d'obertura és:

“Obrim Can Malla per gaudir i informar”

Ens trobareu a Can Malla **TOTS ELS DIMECRES DE 18:30 a 20:00 h**, excepte festius, per gaudir amb nosaltres. La nostra voluntat és de ser-vos més accessibles a totes les inquietuds i suggeriments que pugeu tenir en relació a les nostres activitats

Font: www.pessebrepalau.cat

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- Predominen els comentaris entre potencialitat baixa i mitjana del recurs.
- Cert interès en itineraris sobre masies del poble.
- Interès per l'ús i activitats que s'hi poden ubicar (pessebristes).



Font: Auren. Masia Can Malla. 14/05/2018



4.1.5. Masia de Can Falguera

Introducció:

Can Falguera és una masia amb un gran valor arquitectònic, restaurada l'any 2011 per l'Ajuntament, que n'és el propietari.

Resum de la visita:

- Obra recentment finalitzada.
- Masia gran i ben condicionada, amb molts espais interiors.
- Per les seves dimensions, és susceptible d'encabir diversos usos.

- Se n'ha cercat la funcionalitat, resguardant alguns elements arquitectònics (tines, escut...)
- Jardins exteriors grans i amb possibilitats per fer-hi activitats.

Com es veu el recurs a Internet:

- A internet hi ha molt poca informació, a www.poblesdecatalunya.cat la informació és antiga i es diu que la masia necessita una restauració molt urgent.
- Buscant per Internet, hem trobat que hi ha un restaurant amb el mateix nom al municipi. Aquest fet genera confusió al visitant.

Restaurante Can Falguera

4,3 ★★★★★ 102 reseñas de Google

Restaurante

Sitio web

Cómo llegar

Dirección: Av. Folch i Torres, 8, 08184 Palau-solità i Plegamans, Barcelona

Horario: Cerrado · Abre a las 13:00 ▾

Teléfono: 938 63 94 70

[Sugerir un cambio](#)

Preguntas y respuestas

[Sé el primero en hacer una pregunta](#)

Haz una pregunta

Horas punta ?

Jueves ⇅

Font: Google My Business

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- Es troba arranjada i amb condicions de poder ser explotada com a recurs turístic.
- Potencial turístic mitjà.
- Guanya més potencial turístic si s'inclou en un itinerari de visites a masies.
- Actualment en fase de preparació de concurs públic.
- Interès per l'ús i activitats que s'hi poden ubicar.



Font: Auren. Masia Can Falguera. 14/05/2018

4.1.6. Castell de Plegamans

Introducció:

El Castell o casa fortificada de Plegamans des de la seva rehabilitació presideix el poble des del turó. Es va declarar bé d'interès nacional i des del segle XIV i XV ha tingut diverses modificacions; en acabar-se el 1995 la seva rehabilitació, ha permès que l'Ajuntament hi pugui tenir ara l'Escola de Música, així com el museu de la Fundació Folch i Torres.

Com que la família Folch i Torres ha tingut sempre una relació important amb el poble, són ara els descendents dels Folch i Torres qui actualment realitzen les visites al castell. Es pot trucar o escriure per demanar una visita; en el recorregut es pot veure no només el castell, sinó també descobrir coses sobre la família Folch i Torres que, tot i sent de Barcelona, varen tenir sempre una relació especial amb el poble.

Hi ha uns horaris de visita establerts durant els diumenges i festius de 10:00 a 13:00 h, o en visites concertades durant la setmana. Normalment les visites es fan en grups i en català. La visita realment es fa a mida i depèn dels interessos dels visitants que s'expliquin més o menys coses de la vida del castell o de literatura, o que es passi més estona a la botiga de la fundació.

L'activitat turística més destacada al castell és el mercat medieval anual. Durant els dos dies que dura, es fan el 23% de visites anuals al castell.

Resum de la visita:

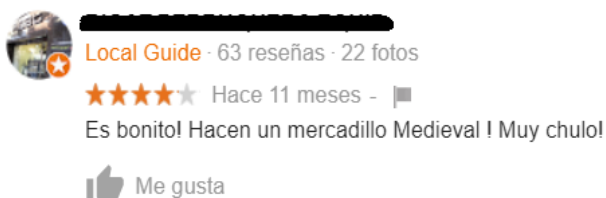
- L'espai d'accés al recinte és limitat tant per a cotxes com per a autobusos. Dins del recinte podem comptar amb uns tres pàrquings, que son també jardí. Al voltant també es pot aparcar. Els autobusos no poden entrar en cap dels pàrquings, però sí que poden parar a peu del castell i deixar els viatgers.
- Té uns jardins ben cuidats que serveixen per a molts actes diversos que s'hi podrien dur a terme.
- Hi ha un horari de visites a convenir, guiades per un membre de la Fundació Folch i Torres. Hi ha un registre de visites. Durant l'any 2017 van visitar el castell 3.000 persones, de les quals 700 ho varen fer els dies de la fira medieval.
- No es fa pagar cap entrada, però hi ha una botiga de records en què es poden comprar llibres de la fundació.
- Existeixen sales amb piano amb possibilitat de diversos usos.
- Les sales de la planta baixa poden tenir usos diversos; en els laterals de les sales hi ha espais condicionats en saletes per poder preparar cuina freda o càtering, o reunions de petit format. També hi ha grans portes per poder entrar i sortir grups, fet que permet fer activitats dins i fora al pati d'armes o directament als jardins del castell.
- A la primera planta hi ha sales addicionals amb ordinadors, principalment pensades per a música, i una planta més en la qual hi ha diverses sales més petites, d'uns 40 - 50 m², en les quals fer reunions amb unes vistes al parc de Gallecs.
- Actualment el tipus de turisme que rep són famílies del poble que reben visites, persones dels balnearis de la comarca, aficionats als castells i aficionats a l'art

medieval que venen a través fonamentalment de la guia de la Generalitat de Rutes dels Castells.

- Fins al moment actual s'han fet pocs actes d'empresa al castell.
- Actualment l'Escola de Música ocupa una bona part de les sales del castell; també la Fundació Folch i Torres.
- Els lavabos estan a la primera planta i estan adaptats per a discapacitats.

Com es veu el recurs a Internet:

- Un dels dies amb més visibilitat del castell és el mercat medieval. S'han trobat diverses pàgines que aconsellen la visita, però cercant a Google la pàgina web no està actualitzada.
- El Palau surt comentat gairebé sempre amb el mercat medieval.



Font: Google My Business

- Si consultem la web per trobar, per exemple, els horaris d'obertura o el recurs, ens trobem que a la web de l'Ajuntament apareix un horari de 16 a 22 h (especificant que són horaris concertats); en canvi, si consultem la mateixa informació introduïda a Google My Business –que és el que troba tothom quan busca sobre el recurs a Internet i que està sempre a la primera pàgina a la dreta–, posa que està tancat tots els dies excepte els diumenges.



Font: www.palauplegamans.net

Castillo de Plegamans

4,2 ★★★★★ 44 reseñas de Google

Castillo en Palau-solità i Plegamans

Sitio web

Cómo llegar

El Castillo de Plegamans es un edificio que preside, desde lo alto de la montaña, toda la zona baja de Palau-solità i Plegamans en la comarca catalana del Vallés Occidental. [Wikipedia](#)

Dirección: Carrer del Castell, 1, 08184 Palau-solità i Plegamans, Barcelona

Horario: **Cerrado** · Abre a las 10:00 los dom. ▾

Teléfono: 938 64 43 59

Provincia: [Provincia de Barcelona](#)

Dirección: Carrer del Castell, 1, 08184 Palau-solità i Plegamans, Barcelona

Horario:	jueves	Cerrado
	viernes	Cerrado
	sábado	Cerrado
	domingo	10:00–13:00
	lunes	Cerrado
	martes	Cerrado
	miércoles	Cerrado

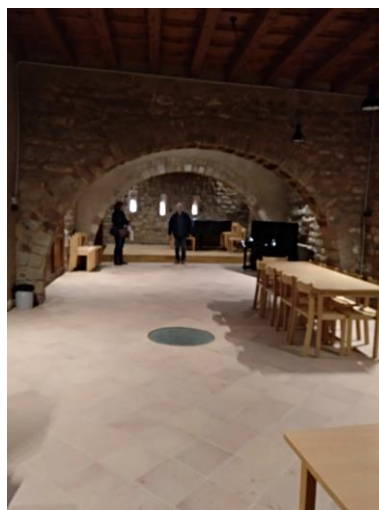
[Sugerir un cambio](#)

Font: Google My Business

Actualment, les comunicacions del recurs no són coherents i uniformes.

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- És el recurs turístic i patrimonial més important.
- Hi ha possibilitats de treure'n més profit, més enllà d'usos puntuals com el mercat medieval.
- Acull l'Escola de Música i la Fundació Folch i Torres. Aquests usos tan concrets amb caràcter de continuïtat poden restringir possibles nous usos amb caràcter eventual, com podrien ser, per exemple: seminaris i actes per al sector privat empresarial, presentacions de productes, convencions, anuncis publicitaris, etc.
- És un enclavament excel·lent com a punt de sortida per fer diverses activitats lligades al món rural: visites a masies, itineraris amb interès històric, actes socials, etc.



Font: Auren. Castell de Plegamans 28/03/2018

4.1.7. Parc Natural de Gallecs

Introducció:

El Parc Natural de Gallecs està gestionat pel Consorci del Parc Natural de Gallecs, el qual està format per tots els ajuntaments que hi tenen terme municipal.

Relació de superfícies dels municipis integrants de Gallecs:

	Ha	%
Superfície total àmbit	733,52	100,00
Mollet del Vallès	448,24	61,11
Santa Perpètua de Mogoda	119,45	16,28
Parets del Vallès	71,37	9,73
Lliçà de Vall	36,94	5,04
Montcada i Reixac	32,33	4,41
Palau-solità i Plegamans	25,16	3,43

Font: <http://www.espairuralgallecs.cat>

PsiP, amb 25 Ha, és el municipi del conjunt que disposa de menys superfície del total del parc (un 3,43%).

El Consorci està format per la Generalitat de Catalunya, a través dels departaments de Territori i Sostenibilitat i d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, i els ajuntaments de Mollet del Vallès, Santa Perpètua de Mogoda, Palau-solità i Plegamans, Parets del Vallès, Lliçà de Vall i Montcada i Reixac.

L'objectiu del Consorci és gestionar aquest recurs preservant-lo i fent que sigui un espai per a tots en què es puguin dur a terme activitats sostenibles en un entorn rural.

A dins del parc existeixen diverses masies habitades. Un dels objectius del Consorci és el foment dels conreus ecològics, promovent l'associació entre els diversos pagesos, assessorant i donant suport a iniciatives sobre producció ecològica i sostenible.

Com es veu el recurs a Internet:

- Hi ha diverses webs del Consorci que proposen activitats en el parc. No es personalitza des de quin ajuntament, s'actua com a Consorci.
- La percepció dels usuaris és molt bona, tot i que alguns comentaris fan referència al fet que, en certs espais en certes èpoques, el parc es troba massificat.



Joe D'martin

Local Guide · 35 reseñas · 76 fotos

★★★★★ Hace un mes

Gallecs! SIEMPRE ESPACIO NATURAL! Muchos senderos para pasear. Conecta mollet, parets, palau... paso de vehiculos restringido, ideal para hacer deporte running, bici, descubrir la naturaleza, observar aves...

- A la pàgina <http://www.espairuralgallecs.cat> hi ha un enllaç a la pàgina de l'Ajuntament, però no s'ha pogut trobar les informacions sobre les masies de Gallecs que pertanyen al terme municipal.

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- Aquest enclavament té bones possibilitats per al turisme verd, natural o esportiu. Permet un perfil de turista familiar, ecològic (hi ha agrobotiga al centre del parc).
- És molt conegut, amb alt valor mediambiental.
- Admet complementarietat amb altres recursos de característiques similars: Ronda Verda, parc de l'Hostal del Fum.
- Les actuacions o activitats a fer-hi estan sota la responsabilitat del Consorci.
- Les activitats promogudes per Gallecs no busquen grans massificacions de visitants, sinó visites de grups petits (familiars, amics) amb interès per les activitats lligades al respecte a la natura i el medi ambient.
- Des de PSiP es pot accedir a qualsevol lloc del parc. El principal accés es troba per la Masia de Can Maiol.
- Com a activitats noves en el futur, hi ha un projecte per plantar vinya i fer vi per part de joves emprenedors.
- Els productes d'agricultura ecològica a Gallecs tenen marca pròpia i són comercialitzats a l'agrobotiga i altres comerços de la zona.
- En les 25 Ha de PSiP no hi ha cap explotació d'agricultura ecològica.

4.1.8. Masia de Can Maiol

Introducció:

Segons es descriu a la Wikipedia, és una masia en la qual es van fer reformes al segle XVIII, té dues plantes i actualment està gestionada pel Museu d'Art Egipci de Barcelona en contracte de concessió, que hi organitza activitats d'arqueologia per a escolars i estudiants, principalment en els mesos d'estiu. La concessió només abasta una part de l'interior de la masia amb aules per fer els cursos.

Les activitats que organitza el concessionari relacionades amb l'arqueologia, sense tenir un enfocament turístic, aporten gent i notorietat al poble.

Resum de la visita:

- Visita feta des de l'exterior. No s'hi va poder accedir.

- Exteriors degradats, tant la part visible de la construcció com els jardins del voltant. (Està en temporada sense visites escolars.)
- Recinte tancat amb força material combustible (arbres i matolls secs tocant a la masia, per haver-se visitat en període pendent d'execució del manteniment habitual).
- Accés fàcil des de la carretera que creua el poble.
- Aparcament per a 8-10 cotxes.
- Propietat de l'Ajuntament i cedit al Museu Egipci de Barcelona en règim de concessió (venciment 4-5 anys). En l'any 2017 van haver 6.012 participants escolars, extraescolars i activitats de cap de setmana (segons la memòria 2017 del Museu).
- Edifici susceptible d'arranjament, amb un alt interès arquitectònic.

Com es veu el recurs a Internet:

- La web de l'Ajuntament informa en l'apartat de "Patrimoni" sobre totes les masies de PSiP. Més enllà d'aquesta ressenya, no s'hi troba més informació a xarxa.
- Si es cerca com a Museu Egipci, es pot trobar una mica més de detall de les activitats per a nens que es duen a terme a la masia. Es poden veure fotos i un resum de les rèpliques que hi ha actualment a la masia.

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- En l'estat actual, baixes o nul·les possibilitats com a recurs turístic. Caldria una elevada inversió en la part no utilitzada.
- Té un alt valor arquitectònic, però cal arranjari i posar al dia.
- En curs converses per acordar amb l'actual concessionari les possibilitats d'actuació o esperar al venciment. No tota la masia està utilitzada o cedida en concessió.
- Té una situació immillorable com a porta d'entrada a Gallecs.



Font: Auren. Masia de Can Maiol 28/03/2018

4.1.9. Església de Santa Maria

Introducció:

És un conjunt d'església romànica i rectoria situat al bell mig de cases normals, on es fa difícil de veure, precisament per la seva situació. És un conjunt d'església i cases amb encant, amb dificultat d'identificació si no se'n coneix prèviament l'existència.

Resum de la visita *in situ*:

- La visita es va realitzar des de l'exterior, en no poder accedir hi.
- No hi ha cap indicatiu, ni d'horaris ni de dies de visita.

Com es veu el recurs a Internet:

- És un conjunt conegut i considerat d'interès a <http://www.poblesdecatalunya.cat/>. Trobem a la web les hores de missa de la parròquia, amb una foto real de com les cases noves envolten el conjunt arquitectònic <https://www.misas.org>.
- És un conjunt patrimonial que ha merescut que TV3 en faci un vídeo i el tingui publicat a la seva web del programa *Signes del Temps*. No és un enllaç que es pugui configurar com a *link*.
- Ningú no se n'ha assignat el Google My Business, motiu pel qual actualment els comentaris no són gestionats. Hi ha comentaris positius, però no horaris d'atenció o d'obertura.

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- Els edificis del voltant i la mateixa església conformen un conjunt arquitectònic de gran valor, conegut com "la Sagrera". En l'antiguitat, aquestes construccions servien de resguard als productes dels conreus dels pagesos: gra, oli, vi, etc.
- Les cases habitades havien de construir-se a 30 metres de la Sagrera, condició que compleix el conjunt.
- L'església de Santa Maria, com a element central del conjunt, acull un retaule gòtic de gran valor, després de diverses vicissituds durant els anys de la Guerra civil (es va acollir al Louvre de París durant aquells anys). Alt valor arquitectònic, històric i cultural.



Font: Auren. Església de Santa Maria 28/03/2018

4.1.10. Jardins i torre Folch i Torres

Introducció:

Són uns jardins que normalment estan tancats i que donen accés a una torre de 3 plantes pendents d'arranjar. Està arranjada la part de la terrassa baixa. Els jardins i la torre són d'estil modernista i noucentista corresponent al període 1911-1929.

La torres i els jardins són propietat de l'Ajuntament, però no així la casa adjunta a la torre, que és propietat de la família Folch.

Resum de la visita *in situ*:

- Efectuada la visita el dia 14/5/2018.
- Jardí prou cuidat, però no hi ha cap panell d'interpretació per als visitants. És un jardí petit que no admetria gaire circulació de visitants.
- La torre avui dia no es pot visitar a causa del seu estat.

Com es veu el recurs a Internet:

- Apareix a la web de l'Ajuntament de PSiP: <http://www.palauplegamans.net/> i a la web <http://www.poblesdecatalunya.cat>.
- No apareix a cap altre lloc de la primera pàgina dels buscadors.

Comentaris destacats de les entrevistes en profunditat:

- No es veu com un element amb un carisma turístic prou important per si mateix (potencialitat mitjana).
- Pot tenir potencial formant part d'algun itinerari.
- La seva ubicació al costat de la carretera (soroll, fums) no lliga bé amb un enclavament enjardinat de tranquil·litat i recolliment.
- La torre està molt malmesa i necessita una actuació important.



Font: Auren. Torre i jardí casa Folch 14/05/2018

4.2. Oferta complementària de PSiP

4.2.1. Allotjament

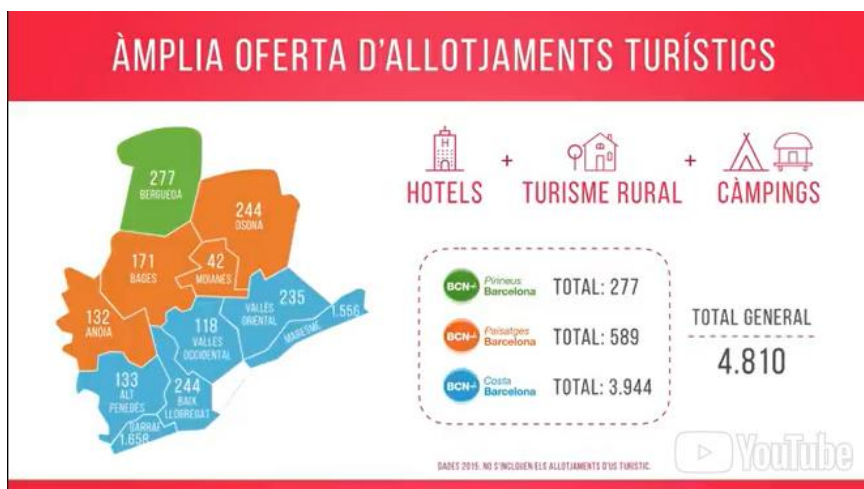
El municipi de PSiP té una bona localització en estar tocant a l'autopista AP7. Els viatgers que entren per la Jonquera passen a tocar del poble, però el viatger de pas, si no té un interès concret a entrar al municipi, mai no n'esdevindrà turista.

Barcelona, com a pol d'atracció turística, té una gran potència que molts cops no acaba essent aprofitada pels municipis de la rodalia, per exemple oferint places d'allotjament. Ja no cal tant ser un objectiu turístic, sinó poder oferir algun servei que pugui ser complementari en un entorn supramunicipal com és l'àrea metropolitana.

El municipi de PSiP disposa de poques places d'allotjament, insuficient per a turistes propis i per complementar una oferta d'allotjament supramunicipal (Mollet, Caldes de Montbui, Sabadell i Granollers). Actualment els turistes que volen pernoctar al poble només tenen la possibilitat d'un hostel amb 8 habitacions; per això, promoure qualsevol activitat adreçada a turistes que demanin pernoctar al municipi com a element central, no hauria de ser un objectiu prioritari.

Per altra banda, l'accés en cotxe i en autocar (línia regular triga 20' a Barcelona) és fàcil i ràpid, però no es pot dir el mateix del tren. Actualment, es triga al voltant d'una hora per arribar-hi des de Barcelona agafant el tren fins a Mollet i/o l'autobús, i això pot suposar un fre important per a potencials turistes que vinguin de l'àrea de Barcelona sense transport privat.

Si analitzem les dades del Pla de màrqueting turístic⁴ de les comarques de Barcelona, es pot observar que l'oferta d'allotjament i places al Vallès Occidental és important. Probablement crear noves places hoteleres en el mateix municipi o al seu voltant pot ser un aspecte a avaluar per un sector privat hotelier en expansió.



Font: www.diba.cat/web/dturisme/comunicacio

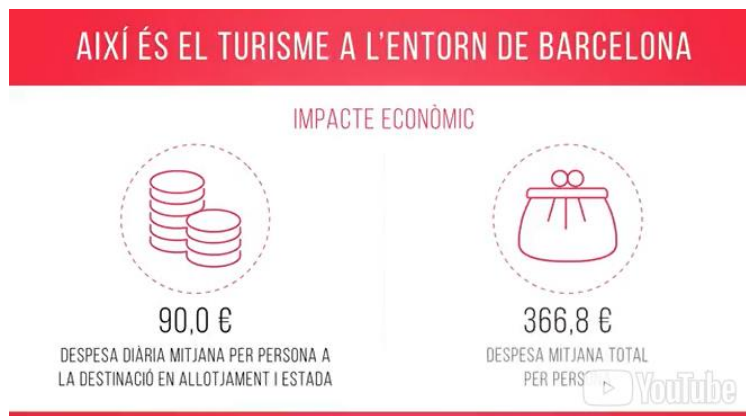
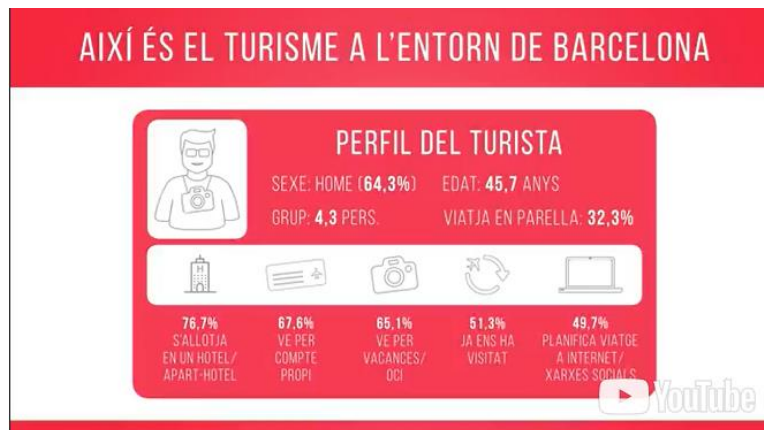
⁴ Pla de Màrqueting Turístic de les Comarques de Barcelona 2017-2020, realitzat per la Diputació de Barcelona

Segons l'estudi de la Diputació, el nombre de pernотacions ha anat incrementant des de l'any 2014. De les pernотacions fora de Barcelona, més de la meitat són de turistes europeus, amb una estada de 2 a 3 nits de mitjana.



Font: www.diba.cat/web/dturisme/comunicacio

El perfil del turista és:



Font: www.diba.cat/web/dturisme/comunicacio

Un major detall de la informació històrica recent relativa a la comarca del Vallès Occidental, a la qual pertany PSiP, és el que es presenta en el quadre següent, on es pot observar el següent:

- Han disminuït els establiments d'allotjament turístic a la comarca i han augmentat lleument a la província.
- Han augmentat les places hoteleres a la comarca i a la província.
- Han augmentat sobretot els HUT (habitatges urbans turístics) tant a la comarca com a la província.

Vallès Occidental	Comarca			Entorn de Barcelona (resta de comarques de Barcelona)*		
	2015	2016	Var. 16/15 (%)**	2015	2016	Var. 16/15 (%)**
Establiments hotelers	51	49	-3,9	581	594	2,2
Càmpings	0	0	0,0	75	78	4,0
Establiments de turisme rural	3	3	0,0	598	609	1,8
Apartaments	1	1	0,0	55	55	0,0
HUT	63	92	46,0	3.495	4.832	38,3
Places en establiments hotelers	6.034	6.102	1,1	63.758	64.139	0,6
Places en càmpings	0	0	0,0	44.026	44.976	2,2
Places en establiments de turisme rural	28	28	0,0	4.934	5.025	1,8
Places en apartaments	5	5	0,0	2.332	2.352	0,9
Places en HUT	271	396	46,1	15.028	20.778	38,3
Vistgers allotjats en establiments hotelers	514.848	560730,0	8,9	3.290.710	3.915.286	19,0
Vistgers allotjats en càmpings	-	-	-	643.338	675.115	4,9
Vistgers allotjats en establiments de turisme rural	n.d.	n.d.	n.d.	100.506	113.902	13,3
Pernoctacions en establiments hotelers	1.047.101	1152711	10,1	9.678.194	10.619.805	9,7
Pernoctacions en càmpings	-	-	-	2.588.930	2.590.550	0,1

Font: LABturisme de la Diputació de Barcelona. Dades 2016.

Quant a la despesa d'allotjament i estada en els anys 2015 i 2016, les dades històriques recollides ens indiquen el següent:

- La despesa de la comarca se situa entre 116,40 i 118,7 per persona i dia (sumant allotjament i estada), mentre que a la província, l'any 2016 va ser de 90,00 € (aquesta última dada apareix també al Pla de Màrqueting Turístic de les Comarques de Barcelona 2017-2020, realitzat per la Diputació de Barcelona).

- Per tant, la comarca del Vallès Occidental rep un 30% més de despesa dels turistes que el total de la província.

Despesa en destinació (excloent transport i paquet turístic)					
Cost de l'allotjament per persona i nit (€)	61,4	61,8	0,4	48,0	13,8
Despesa durant l'estada per persona i nit (€)	55,0	56,9	1,9	42,0	14,9

Font: LABturisme de la Diputació de Barcelona. Dades 2016.

4.2.2. Restauració

Actualment a PSiP hi ha restaurants que ofereixen diversos serveis, hi ha masies que se centren sobretot en menús i grups i d'altres que treballen sobretot la carta. L'oferta és variada i l'Ajuntament ha recopilat tots els bars, restaurants i comerços de proximitat en una *app* per tal d'afavorir-ne l'activitat.

Es detecta que per part de l'Ajuntament s'ha fet un esforç per promocionar en el món digital els negocis en general i la restauració en particular. A PSiP es pot gaudir d'una oferta àmplia de restauració: en concret, hi ha 55 establiments recollits a la web de l'Ajuntament. Tot i que no hi ha establiments de renom o reconeguts en el món gastronòmic, sí que existeix una oferta adequada, amb possibilitats d'acollir nous turistes.

La geolocalització, pròxima a Barcelona, fa que persones que viatgin en el seu propi cotxe i vulguin no només visitar Barcelona sinó també entorns menys massificats puguin triar la visita a PSiP com una opció d'un dia complet, sense pernoctar, però amb una bona cobertura de servei de restauració.

De les converses mantingudes, es destaca un perfil de client de dia laborable, que busca una oferta de menú a bon preu, i un altre perfil de client de cap de setmana, que demana producte i servei de més qualitat. Aquest últim perfil correspon a turistes-visitants que normalment ja coneixen els establiments.

4.2.3. Comerç

L'activitat comercial a PSiP ha patit molts alts i baixos durant els últims anys, moltes obertures i tancaments coincidint amb l'època de crisi, amb comerços que sorgien d'un dia per l'altre, i al següent, tancaven.

El sector del comerç al municipi supera els 200 operadors, dels quals la quarta part correspon a bars i restaurants (comentat en el punt anterior); la resta de comerços tendeixen a establiment petit, amb una difícil diferenciació en producte i en preu respecte de les grans superfícies que operen al municipi o a prop: Mercadona, Caprabo, Eroski (Mollet del Vallès).

Des de fa anys, PSiP està reconegut a nivell comercial com a “municipi de gran aflluència turística”, fet que suposa que els comerciants poden obrir tots els dies de l’any. Per contra, els dissabtes a la tarda la majoria de comerços es troben tancats. Aquest fet, explicable per diferents motivacions dels botiguers, no ajuda en un plantejament potenciador del turisme municipal. Tenint en compte que caldria comptar amb visitants d’altres indrets, també en cap de setmana, aquesta situació podria ser una feblesa.

Algunes opinions recollides durant les entrevistes manifesten una manca unitat d’acció i decisió del sector del petit comerç de PSiP, fet que dificulta modificar la situació actual per afrontar aflluència de nous visitants al poble.

5. ANÀLISI DE LA DEMANDA

En el cas de PSiP, actualment no es pot definir cap perfil de turista a partir de l’experiència prèvia. Això no obstant, sí que es pot definir un perfil teòric a partir de l’oferta existent, és a dir, a partir de l’estudi dels recursos patrimonials del municipi, de manera que les accions del posterior pla estratègic tinguin una forta traçabilitat amb el perfil identificat.

5.1. Tendències del turisme actual

A nivell mundial, s’estan produint canvis en el sector turístic; les principals tendències són:

- **Consumidors**

És el factor principal de canvi, a causa de canvis importants en l’estructura poblacional, estils de vida, nivells culturals, qualitat i quantitat del temps lliure i sobretot en els nivells de renda disponible, que han afavorit el canvi de tendència.

Cada vegada més, els viatgers estan més informats i cadascun té necessitats i interessos diferents. Estan més informats, perquè el seu accés a tot tipus d’informació és immediat, qualsevol persona amb un mòbil és capaç de trobar informació en temps real d’on estan els hotels pròxims, ofertes i activitats amb pocs “clics”. Un exemple d’aquesta segmentació poden ser els anomenats turistes gastronòmics o el turisme relacionat amb l’excursionisme.

El temps d’oci en els països desenvolupats implica viatges d’oci més freqüents, d’una durada menor i repartits durant tot l’any. Poc a poc, l’estacionalitat de les vacances desapareix.

- **Sostenibilitat**

Els visitants cada vegada tenen més en compte la importància d’un turisme no invasiu, fet que fa que cada vegada més els turistes busquin un turisme menys invasiu i s’allunyin del turisme de masses. Alhora, els turistes són cada vegada més partidaris del turisme

responsable dels destins on van, tenen cura de la conservació mediambiental i interès per la cultura, buscant noves experiències i activitats durant la seva estada.

Pels turistes, el més important és l'experiència: exigeixen més elements en els seus viatges i toleren malament les limitacions imposades pels paquets turístics estandarditzats. Cada vegada més busquen tenir la possibilitat d'elegir i disposar d'itineraris flexibles.

- **Qualitat**

Actualment, a l'hora de realitzar un viatge, un turista té un nivell més alt d'exigència amb el servei i l'atenció que se li presta, és molt més crític i exigent a l'hora de contractar, ja que compta amb una informació molt més completa i té un criteri ben definit.

- **Implantació T.I.C.**

El canvi que s'observa en els consumidors està sent acompanyat alhora per un canvi en la tecnologia, que afecta també la indústria turística. Així doncs, la informació mitjançant sistemes globals d'informació i comunicació permet la connexió entre diferents sectors de la indústria turística, a fi d'optimitzar la gestió de la informació disponible.

Ara mateix, és necessària la rapidesa en les comunicacions, sense perdre fiabilitat i seguretat, que permeti la promoció i la comercialització dels productes sense haver de recórrer al punt de venda. Per això són necessàries plataformes més flexibles i atractives, que s'han convertit en un dels punts principals per a la indústria turística.

- **Gestió**

Per tot el que hem comentat fins ara, hi ha hagut canvis importants en les formes de gestió i producció necessàries per poder adaptar-se al mercat. Per exemple, en el turisme de masses, la característica del producte estava condicionada pels proveïdors dels mateixos serveis, l'objectiu dels quals era la reducció dels costos i la possibilitat d'oferir preus competitius. En el passat, la indústria produïa un producte i els consumidors adquirien el que estava disponible.

L'actual segmentació del mercat i la major experiència dels viatgers ja no permet aquest tipus de producció estàndard. La ràpida difusió i adopció de les noves tecnologies permeten una producció més flexible, donant l'oportunitat a les empreses que es diversifiquin, obtenint i aprofitant les sinergies disponibles. Això implica l'entrega conjunta de més d'un producte o servei en lloc de fer-ho individualment. El fet d'unir diferents activitats fa que es pugin reduir costos i obtenir més beneficis, alhora que es respon a les necessitats dels consumidors.

Aquesta cerca d'una major eficiència, capacitat d'innovació i avantatges competitiu, la formació, com també la capacitat d'adaptar-se als canvis són els pilars estàndards sobre els quals cal establir les empreses turístiques d'aquest nou cicle.

5.2. Oferta i producte turístic a PSiP

5.2.1. Context global i oferta d'activitats

Segons les estadístiques publicades per l'Idescat, la població de Palau-solità i Plegamans ha anat creixent progressivament des del 1988 fins ara de forma constant i amb una repartició per sexes equilibrada al llarg d'aquests anys. Algunes dades indicatives del municipi és que disposa d'una superfície de 14,93 km² i una densitat de població de 979.63 habitants per km², una densitat baixa si la comparem amb la publicada per l'Idescat per tot el Vallès Occidental, de 1.560.6 persones per km².

És fa evident, en arribar a la població, que és un municipi geogràficament dispers en tot el seu territori i sense nuclis importants de concentració de població. Hi proliferen les cases unifamiliars, que molts cops envolten els recursos turístics.

Els recursos turístics estan distribuïts al llarg del municipi, tant en el centre com en la seva perifèria, cosa que en complica la identificació i localització.

Quant a les activitats que s'hi poden trobar al llarg de l'any, l'Ajuntament promociona i organitza les següents:

	ESPORT-SALUT	SORTIDES	CULTURA	DIADES-FIRES
Caminades pel municipi	X			
Caminar és fer salut	X			
Sortides i activitats Casal Gent Gran		X		
Sortides de l'Associació de Pessebristes		X		
L'hora del conte			X	
Teatre amateur, conferències			X	
Fira d'antiguitats			X	
Club de lectura			X	
Desfilada de vestits de paper			X	
Cinema a la fresca			X	
Exposicions permanents			X	
Rua de Carnestoltes				X
Dia Internacional de la Dona				X
Festa de la Primavera				X
Dia Mundial de l'Activitat Física i Salut				X
Fira de Sant Jordi				X
Comerç Fest				X
Mercat Medieval				X
Festa del Segar				X
Aplec de sardanes				X
Nit del tren				X
Revetlla de Sant Joan				X
Revetlla de Sant Pere				X
Festa Major				X

S'observa com les activitats més nombroses són les culturals i les fires i diades. Es tracta d'activitats pensades i dimensionades pels ciutadans de PSiP.

Excepte el cas del Castell de Plegamans, que acull el Mercat Medieval, i el cas del Parc de l'Hostal del Fum, que acull el cinema a la fresca o la Nit del tren, la resta de recursos turístics del municipi no tenen un paper central en el disseny de les activitats. Fins i tot en aquests dos casos esmentats, tampoc no es destaca la visibilitat de les característiques dels enclavaments d'una manera directa i contundent. Dit d'una altra manera: els recursos patrimonials són utilitzats com a espai per encabir una activitat, més que no pas un espai amb significació pròpia.

5.2.2. Procediment de valoració dels recursos patrimonials

A partir de tota la informació recollida durant la diagnosi, complementada i contrastada amb les diferents entrevistes en profunditat i les visites realitzades, s'ha construït un DAFO per a cadascun dels recursos, a partir del qual s'han aplicat els paràmetres de valoració que descrivim a continuació:



Font: Auren. Elaboració pròpia. 2018

L'anàlisi dels paràmetres que hem indicat ens porta finalment a identificar les principals fortaleses i debilitats dels recursos del municipi. Aquesta identificació constituirà un dels punts de partida a l'hora de desenvolupar els eixos estratègics que marcaran les diferents actuacions, orientades a l'objectiu que PSiP es visualitzi com un punt de destinació turística a tenir en compte.

Tenint en compte la classificació tipològica indicada, s'ha desenvolupat l'avaluació de forma individual en aquells recursos que hem considerat com a principals d'atracció turística. En la valoració s'han definit diferents nivells, tant qualitius com quantitius, els quals resumim en forma de taula:

GRAU DE CONSERVACIÓ	4 PUNTS
Paràmetres de Valoració Qualitatius	Paràmetres de Valoració Quantitatius
Deteriorat	1
Testimonial/Descuidat	2
Bo	3
Excel·lent	4
GRAU DE CONSOLIDACIÓ	4 PUNTS
Paràmetres de Valoració Qualitatius	Paràmetres de Valoració Quantitatius
Baixa	1
Mitja-Baixa	2
Mitja-Alta	3
Alta	4
GRAU D'ACCESSIBILITAT	4 PUNTS
Paràmetres de Valoració Qualitatius	Paràmetres de Valoració Quantitatius
Baixa	1
Mitja-Baixa	2
Mitja-Alta	3
Alta	4
GRAU D'ATRACCIÓ	4 PUNTS
Paràmetres de Valoració Qualitatius	Paràmetres de Valoració Quantitatius
Escassament consolidat	1
Interessant, però necessita millores	2
Interessant	3
A visitar sense falta	4
GRAU DE REPERCUSSIÓ	4 PUNTS
Paràmetres de Valoració Qualitativa	Paràmetres de Valoració Quantitatius
Desconegut/poca visibilitat	1
Caràcter complementari	2

Interès freqüent	3
Gran atractiu i singularitat	4
GRAU DE QUALITAT	4 PUNTS
Paràmetres de Valoració Qualitativa	Paràmetres de Valoració Quantitatius
Baixa	1
Mitja-Baixa	2
Mitja-Alta	3
Alta	4
GRAU DE COMPLEMENTARIETAT	4 PUNTS
Paràmetres de Valoració Qualitativa	Paràmetres de Valoració Quantitatius
Baixa	1
Mitja-Baixa	2
Mitja-Alta	3
Alta	4

POTENCIAL (Valoració Global)	28 PUNTS
Paràmetres de Valoració Qualitatius	Paràmetres de Valoració Quantitatius
Baixa	De 0 a 12
Mitja-Baixa	13
Mitja-Alta	De 14 a 16
Alta	De 17 a 28

Font: Auren. Elaboració pròpia. 2018

5.2.3 Valoració Parc de l'Hostal del Fum

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
Els serveis no sempre estan disponibles.	Moltes persones de Palau i de fora fan ruta pel Parc. També és un lloc de pas.
No hi ha un pla de gestió que ordeni les activitats concurrents en el recurs.	Està molt ben conservat i és un punt conegut de la zona per fer pícnic.
No té un accés fàcil des del Parc Natural de Gallecs.	Està molt a prop del Parc Natural de Gallecs.
És un espai molt obert amb dificultats per ser vigilat.	Té una atracció de ferrocarril que és única a Catalunya. Possibilitat d'oferir altres serveis des del mateix parc.
El nom del recurs és confús.	
Creua una línia d'alta tensió.	
AMENACES	OPORTUNITATS
Pot passar inadvertit aquest recurs davant d'altres indrets similars que puguin habilitar ajuntaments veïns.	El lloc pot encabir activitats simultànies i més afluència de persones al parc.
Existència de mosquits en zones d'aigua del parc	El recurs pot atreure nous visitants si l'Ajuntament hi promou noves activitats.
Pas de bestiar (ovelles) que deixen el parc brut	Actualment hi ha una masia buida amb possibilitat d'organitzar activitats i oferir serveis addicionals que poden ajudar a fonamentar una oferta única a la zona.

VALORACIÓ:

Parc Hostal del Fum					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell bo de conservació
Grau de Consolidació					És un dels punts més coneguts del municipi
Grau d'Accessibilitat					Té bon accés i aparcament a la zona
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió és alt també en gent de fora de PSiP
Grau de Qualitat					Està ben cuidat, però amb alguna mancança (serveis tancats)
Grau de Complementarietat					És un recurs compatible amb moltes altres activitats al municipi
VALORACIÓ GLOBAL	17 PUNTS				

5.2.4. Valoració la Comanda Templera (Santa Magdalena)

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
No té un horari d'obertura. És privat i caldria un conveni.	És un clar atractiu turístic, ja que és un bé considerat d'interès cultural nacional.
Està en un estat ruïnós. Requereix inversió.	Està ben situat, amb possibilitat d'integració en una ruta turística de diferents recursos.
AMENACES	OPORTUNITATS
Possibles restriccions d'accés al recurs, pot ser font de descontent per als visitants.	Actualment recurs desconegut, la visita té interès històric i arquitectònic.
	Interès intrínsec o formant part d'un itinerari

VALORACIÓ:

Comanda Templera (Santa Magdalena)					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell baix de conservació
Grau de Consolidació					És un dels punts més coneguts del municipi
Grau d'Accessibilitat					Té bon accés i aparcament a la zona, però és privat
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió és bo, però podria ser molt millor
Grau de Qualitat					Manquen actuacions d'arranjament
Grau de Complementarietat					És un recurs compatible amb altres recursos amb interès històric
VALORACIÓ GLOBAL	13 PUNTS				

5.2.5. Valoració Museu de l'Avi (Can Duran)

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
No hi ha infraestructura per poder fer la visita al recurs de manera autònoma al restaurant. És un servei complementari per als clients de l'establiment.	El restaurant se centra en grups i famílies, que pot ser un públic objectiu interessat en el museu.
Actualment no fan esmorzars ni cafès per als clients al restaurant.	Hi ha una infraestructura pensada per als nens amb camp de mini futbol, ponis i envoltat de camps amb possibilitat d'activitats complementàries al museu.
És privat, caldria un conveni.	Està molt ben situat per fer excursions a peu, bicicleta, cotxe,...
Manca de senyalització per arribar-hi.	Col·lecció única d'estris rurals amb moltes peces úniques i molt extensa.
AMENACES	OPORTUNITATS
Si es demana visitar el recurs i no hi ha disponibilitat de personal, insatisfacció d'expectatives de l'usuari	És un museu rural molt complet, amb poca visibilitat, però amb recorregut.
Possibilitat de trasllat de les peces del museu a una altra població	Bona complementarietat entre una masia-restaurant i un museu d'estris rurals i d'oficis.
Surt a la web d'altres municipis (Caldes M.). És un recurs no identificat amb PSiP.	

VALORACIÓ:

Museu de l'avi - Can Duran-					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell alt de conservació
Grau de Consolidació					És un recurs conegut, però gens explotat
Grau d'Accessibilitat					Té un accés bo amb pàrquings amplis
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió que té és baix
Grau de Qualitat					El museu té una qualitat bona, però manquen criteris museístics
Grau de Complementarietat					És un recurs compatible amb moltes altres activitats al municipi
VALORACIÓ GLOBAL	13 PUNTS				

5.2.6. Valoració Masia de Can Malla

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
Poc aparcament	Ben arranjada
No permet gaires usos	Alt interès històric i conté docs. històrics
Baix interès arquitectònic	Integrada dins el poble
Aforament mitjà-baix	Fàcil accés
AMENACES	OPORTUNITATS
Manca de diferenciació	Com a museu pot tenir recorregut
Manca d'encaix amb altres masies	Coneguda per l'activitat pessebrista

VALORACIÓ:

Masia de Can Malla					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell alt de conservació
Grau de Consolidació					És un recurs conegut i explotat
Grau d'Accessibilitat					Té un accés bo i fàcil
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió que té és mitjà-baix
Grau de Qualitat					Té un nivell de qualitat acceptable
Grau de Complementarietat					És un recurs compatible amb alguns altres (ruta masies)
VALORACIÓ GLOBAL	14 PUNTS				

5.2.7. Valoració Masia de Can Falguera

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
Dificultat per encabir diversos usos simultanis	Ben arranjada, amb elements arquitectònics
Millorable l'estat del jardí exterior	Permet diversos usos a la vegada si es poden complementar.
Dificultat per circulació de persones en l'interior	Gran espai exterior adjacent a la masia
	Ubicació tranquil·la als afores del poble
AMENACES	OPORTUNITATS
Requereix un manteniment alt, tant la masia com el jardí.	L'ús del jardí es pot diferenciar de l'ús de la masia.
Espai gran i per ubicació necessita vigilància.	Pati exterior preparat per fer actes

VALORACIÓ:

Masia de Can Falguera					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell alt de conservació
Grau de Consolidació					És un recurs conegut, però poc explotat
Grau d'Accessibilitat					Té un accés bo i lloc d'aparcament
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió que té és mitjà
Grau de Qualitat					Nivell de qualitat, però obra pendent d'acabar
Grau de Complementarietat					És un recurs compatible amb d'altres activitats al municipi i recursos
VALORACIÓ GLOBAL	17 PUNTS				

5.2.8. Valoració Castell de Plegamans

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
No està ben senyalitzat per arribar-hi	És un punt amb molt interès turístic reconegut que ja fa temps que es visita.
Actualment les visites només es fan en català	El recurs està molt ben conservat.
Pot haver-hi interferències i confusió entre els diversos usos que es duen a terme al castell; escola de la música, Arxiu-museu Fundació Folch i Torres.	Qui ensenya el recurs és un descendent de la família Folch i Torres.
No te un horari establert per visites al castell.	Llinda amb el Parc Natural de Gallecs
És un recurs que sovint se l'hi canvia el nom, ... dificultat en trobar informació sobre el castell.	
AMENACES	OPORTUNITATS
Manca d'unitat de gestió conjunta del Castell. Possibilitat de conflictes per usos simultànies.	És un recurs que pot tenir interès tant pel turisme nacional com estranger.
Limitació d'aparcament per a més de 2 autobusos.	Es poden fer activitats al castell per atreure nous tipus d'usuaris que poden esdevenir turistes.

VALORACIÓ:

Castell de Plegamans					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell molt alt de conservació
Grau de Consolidació					És un recurs conegut i amb possibilitat d'usos diversos
Grau d'Accessibilitat					Té un accés bo i amb possibilitat de pàrquing
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió que té és bo
Grau de Qualitat					Té alt nivell de qualitat
Grau de Complementarietat					És un recurs compatible amb d'altres i en diversos usos
VALORACIÓ GLOBAL	19 PUNTS				

5.2.9. Valoració Parc Natural de Gallecs

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
És un recurs compartit amb diversos ajuntaments. La gestió pertany al Consorci.	Gallecs és un espai molt reconegut a les poblacions veïnes.
En certes èpoques l'afluència de turistes pot ser molt alta i originar problemes de gestió.	És un enclavament amb un pla de comunicació propi com a lloc d'interès consolidat.
El terme municipal de Palau té l'extensió més petita entre els pobles del parc.	És un recurs que admet complementarietat amb d'altres recursos turístics del municipi.
AMENACES	OPORTUNITATS
Que els visitants del recurs acabin essent turistes d'altres poblacions veïnes.	És un recurs que pot actuar de reclam per si mateix, i a la vegada ser promocionat des d'altres recursos de Palau.
Eventuals limitacions per fer activitats promogudes per Palau i que no siguin admeses pel Consorci.	Possibilitat de dissenyar itineraris naturals conjuntament amb d'altres recursos de Palau.

VALORACIÓ:

Parc Natural de Gallecs					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell alt de conservació
Grau de Consolidació					És un recurs conegut i explotat, però en consorci amb altres poblacions
Grau d'Accessibilitat					És gran i té bons accessos i amb aparcament
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió que té és alt
Grau de Qualitat					Alta. Paisatges, naturalesa i activitats en masies de producció ecològica
Grau de Complementarietat					És un recurs compatible amb altres activitats en natura i esport
VALORACIÓ GLOBAL	16 PUNTS				

5.2.10. Valoració Masia de Can Maiol

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
Aspecte exterior poc cuidat, possible necessitat d'inversió en arranjaments	És una masia ben situada, amb atractiu arquitectònic i amb terreny en el que es poden dur a terme moltes activitats
Actualment no és un recurs conegut	És un recurs que es pot associar amb altres recursos en itineraris històrics o arquitectònics sobre masies.
AMENACES	OPORTUNITATS
L'estat actual de la masia pot portar problemes a l'hora de gestionarla. Dona una imatge de poc valor turístic.	És visible des de la carretera que creua la població.
La gestió indirecta en règim de concessió limita les decisions sobre el recurs o pot ser una font de controvèrsies	Actualment gestionada en règim de concessió, l'activitat de campus arqueològic que acull aporta molts assistents

VALORACIÓ:

Masia de Can Maiol					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell baix de conservació
Grau de Consolidació					És un recurs poc conegut i cedit en concessió
Grau d'Accessibilitat					Té un accés bo i amb pàrquing
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió que té és baix
Grau de Qualitat					Té alta qualitat arquitectònica, però requereix inversió
Grau de Complementarietat					És un recurs compatible amb d'altres i en diversos usos
VALORACIÓ GLOBAL	12 PUNTS				

5.2.11. Valoració Església de Santa Maria

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
<p>És una església en què habitualment no hi ha ningú, només a hores de missa.</p> <p>Està mal indicat i no és fàcil arribar-hi des de la carretera principal.</p> <p>A l'interior de l'església s'hi guarda un antic retaule gòtic molt valuós que no es pot veure en estar tancada l'església.</p>	<p>És un conjunt arquitectònic d'interès nacional totalment reconstruït.</p> <p>Tot i no estar oberta ni ben comunicada, apareix a internet com un punt d'alt interès per les persones apassionades de l'art medieval.</p> <p>Té una plaça pavimentada al costat del riu on es podrien fer moltes activitats.</p>
AMENACES	OPORTUNITATS
<p>El fet d'estar en una antiga sagrera fa menys visible l'església en haver-hi cases al voltant.</p>	<p>Està ben situada i és fàcil organitzar rutes en les quals incloure aquest recurs.</p>

VALORACIÓ:

Església de Santa Maria					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell alt de conservació
Grau de Consolidació					És un recurs prou conegut però gens explotat
Grau d'Accessibilitat					Té accés privat i poc aparcament
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió que té és mitjà
Grau de Qualitat					Té qualitat i interès històric i arquitectònic alt
Grau de Complementarietat					Recurs compatible amb d'altres al municipi (esglésies)
VALORACIÓ GLOBAL	15 PUNTS				

5.2.12. Valoració Jardins i Torre Casa Folch

DAFO:

DEBILITATS	FORTALESES
La torre està en molt mal estat i requereix una inversió (en fase de projecte).	Element que forma part d'un relat històric al voltant de l'escriptor Folch i Torres
Actualment no és un recurs conegut.	La torre té unes vistes excel·lents.
Jardins de petita extensió. Baix aforament	El jardí té elements noucentistes i modernistes.
Al costat de la carretera. Soroll i fums	Integrat geogràficament al poble
Dificultat d'accés al jardí a persones de mobilitat reduïda	Fàcil de trobar, molt cèntric
AMENACES	OPORTUNITATS
No hi ha sistemes de vigilància, només la porta tancada amb candau.	És visible des de la carretera que creua la població.
Dificultat d'integració amb altres recursos	Bon enclavament per fer-hi actes socials de petit format
La torre no es pot ensenyar en l'estat actual tot i ser molt visible des de l'exterior.	La torre i els jardins podrien fer tangible la figura de Folch i Torres lligada al municipi.

VALORACIÓ:

Jardins i Torre Casa Folch					
Nivells de Valoració	Paràmetres Quantitatius				Paràmetres Qualitatius
	1	2	3	4	
Grau de Conservació					Té un nivell baix de conservació
Grau de Consolidació					És un recurs prou conegut però gens explotat
Grau d'Accessibilitat					Té accés restringit i poc aparcament
Grau de Repercussió					Actualment el nivell de repercussió que té és escàs a causa del seu estat
Grau de Qualitat					Té potencial de qualitat després d'arranjaments, i interès històric alt
Grau de Complementarietat					Recurs amb dificultat de compatibilitzar amb d'altres recursos
VALORACIÓ GLOBAL	11 PUNTS				

5.2.13. Valoració dels serveis complementaris de PSiP

L'existència de determinats serveis a Palau i el seu dimensionament òptim, com també la qualitat d'aquests serveis, seria matèria d'una anàlisi en profunditat, que no és l'objectiu del present estudi. Això no obstant, de la identificació del nombre d'operadors i activitats que són necessaris com a complement de l'activitat turística, es pot concloure uns nivells en quantitat i qualitat adequats, i d'acord també amb el resultat de les entrevistes en profunditat realitzades.

Aquesta valoració cal relacionar-la a la situació actual i amb una certa previsió d'arribada d'eventuals turistes al municipi. L'experiència que fins ara es té és l'arribada de gran quantitat de visitants durant els dies de la Fira Medieval anual.

Alguns dels serveis més importants a avaluar són els següents:

- Allotjament: com bé s'ha dit anteriorment, és una mancança difícil de corregir a curt termini i que pot condicionar el perfil de turista objectiu.
- Restauració: de les entrevistes mantingudes, s'ha posat de manifest un nivell acceptable de qualitat i quantitat d'operadors. També s'ha ressaltat la inexistència d'una gastronomia pròpia i restauració d'alta cuina (no s'ha constatat cap segell de qualitat).
- Transport: s'ha evidenciat una mancança en transport públic interurbà amb prou agilitat (manca de tren). Quant a transport intern, és molt necessari, atesa la dispersió geogràfica del poble. Caldria reforçar també les línies de transport extern per donar cobertura als nous visitants.
- Comerç: s'identifica la mancança que els dissabtes a la tarda la majoria de comerços es troben tancats (no així la gran superfície).
- Serveis de salut: s'identifica un servei adequat en farmàcies tota la setmana, però el Centre d'Assistència Primària es troba actualment tancat en diumenge.

A través del Programa Punts d'Informació Turística (PIT) de la Diputació de Barcelona, es cerca dotar la demarcació de Barcelona del màxim de punts d'informació turística (públic i/o privats) que puguin complementar els serveis d'informació turística oferint al turista/visitant la possibilitat de ser informat sobre l'oferta turística existent i acompanyant-lo en la planificació i organització de la seva estada. Els objectius són, entre d'altres:

1. Capacitar els professionals vinculats al sector turístic per millorar la qualitat de la informació turística que poden oferir.
2. Oferir un espai d'aprenentatge per proporcionar noves eines i recursos per millorar habilitats i facilitar a les empreses, serveis o entitats participants, tècniques i eines per millorar el seu posicionament.
3. Formar els establiments turístics, que fins ara no han proporcionat informació turística, sobre el mètode i la importància de generar valor afegit.
4. Dotar els establiments i serveis turístics acreditats del coneixement dels serveis i productes turístics de la comarca i de material promocional.
5. Crear una xarxa de treball entre establiments turístics i oficines de turisme.

5.3. Impacte de les noves tecnologies en l'àmbit de turisme a PSiP

S'ha pogut comprovar al llarg de l'estudi que l'Ajuntament comunica activament a les xarxes socials i ha creat entorns virtuals on fer promoció de les diferents activitats econòmiques del municipi. Per això és important analitzar periòdicament la presència *on line* del poble.

L'Ajuntament de PSiP en l'actualitat està a Facebook, Twitter, Instagram i té pàgina web. Tot i així, s'han evidenciat algunes mancances:

- Manca de continguts uniformes en tots els canals que utilitza l'Ajuntament. Per exemple, hi ha una agenda d'activitats a la pàgina web de l'Ajuntament, però aquestes activitats no sempre es comuniquen a les xarxes socials per promocionar-les i, a la inversa, de vegades a les xarxes socials s'han publicat activitats que no apareixen a la web de l'Ajuntament.
- No hi ha informació específica sobre turisme (pàgina en construcció).
- Es publiquen activitats i es publiquen recursos turístics, però no hem vist que s'hagin mencionat activitats que es realitzen en els diferents recursos turístics que es volen promocionar. Hem trobat al Facebook una activitat al Castell, però de fa anys; no sabem per què no s'ha seguit fent.



11

9 veces compartido

Font: Facebook

- Si entrem a la pàgina web de l'Ajuntament, veiem els diferents recursos en l'apartat Patrimoni; aquesta ordenació, per a un turista que busca a quina hora obre el Castell,

és confusa. Entenem que potser és perquè es considera que hi ha un espai dedicat als recursos turístics que ara per ara no està creat. Tampoc no s'entén per què en un apartat que es diu Patrimoni trobem els itineraris que es poden fer a peu o en bici, o per què quan es posa Masies es parla primer de la Fundació Arqueològica Clos, en lloc de posar el patrimoni amb l'explicació, en la qual més tard esmentar que actualment està gestionant el recurs la Fundació / Associació que correspongui en cada cas.

Anàlisi recurs per recurs o en genèric. Tendències generals:

- No hi ha una pàgina per recurs i, si hi és, moltes vegades no s'hi troben horaris d'obertura i no s'informa del preu de l'entrada o si és d'entrada lliure. El contacte és l'Ajuntament (moltes vegades tampoc no se'n té més informació).
- Els recursos surten a pàgines web en articles sobre aquests recursos, però moltes vegades falta informació, o la informació no és completa o bé el nom no és correcte.
- Hi ha recursos que tenen noms de restaurants existents al poble, motiu pel qual la presència a Internet es fa difícil. Hi ha confusió.
- Tot està pensat per a un turista que parla català, no hi ha traducció a altres llengües.
- Molts recursos no tenen pàgina web, només estan citades amb el Google My Business o a Tripadvisor. En el cas d'algun recurs patrimonial important, apareix a webs on se cita, però no se n'ofereix informació d'utilitat per a un turista.
- L'únic lloc on dormir a PSiP és una pensió que no té pàgina web i que únicament està referenciada a pàgines com Infohostal.

La principal conclusió que se'n desprèn és que hi ha molt camí per recórrer en l'àmbit de la comunicació en referència al turisme. El fet comunicatiu serà una peça clau per donar la visibilitat adequada a qualsevol acció que es pretengui portar endavant per consolidar el turisme a PSiP.

6. CONCLUSIONS DE LA DIAGNOSI

Fins aquí hem descrit la situació actual en la qual es troba el municipi de PSiP en matèria turística: oferta i demanda turística, tendències, anàlisi de recursos turístics, etc.

Tanmateix, s'està en condicions de resumir la diagnosi i conclusions de la situació actual per, a continuació, enfocar el pla estratègic de turisme.

El diagnòstic se sintetitza en una matriu DAFO, que permet plasmar les principals característiques internes i externes, amb l'objectiu de cercar les potencialitats i identificar els riscos futurs, a partir de les febleses i forteses i amenaces i oportunitats detectades.

6.1. DAFO resum

DEBILITATS	FORTALESES
És necessària una inversió alta per poder començar a explotar certs recursos.	Alguns dels recursos estan ben situats i poden ser d'interès.
Actualment els recursos estan poc integrats en les activitats que es fan al poble.	Palau és ruta de pas cap a molts altres municipis, fet que pot facilitar l'atracció de persones que vinguin d'altres poblacions.
Els punts que actualment són visitables, només disposen de visita en català.	L'accés a Palau és fàcil i pot aprofitar el poder d'atracció que té Barcelona.
La senyalització de la localització dels recursos és molt millorable.	Hi ha una oferta acceptable de punts de restauració, de petit format i per a grans grups.
Manca d'un sistema integrat de comunicació al visitant, respecte dels punts d'atractiu turístics del municipi i dels serveis complementaris.	Hi ha recursos amb possibilitats per fer activitats que ara no es fan, tant per part de l'Ajuntament com per part del sector privat.
Poques places d'hospedatge al municipi. Limitació del perfil de turista-visitant a no pernoctar	Palau està situat al mig d'un pulmó natural, ideal per les activitats esportives.
Manca d'estratègia institucional municipal definida sobre turisme	Acceptable dotació de serveis de restauració i bar. Qualitat acceptable
No hi ha una estratègia clara de comunicació de recursos turístics i hi ha molts actors que poden influir-hi generant informacions contradictòries.	Línia regular de transport intern amb bus. Possibilitat de donar més servei
Els petits comerços estan tancats dissabte tarda. També està tancat el CAP els diumenges.	Gran capacitat d'organització d'activitats per part del consistori i de les associacions
AMENACES	OPORTUNITATS
Els resultats de les accions que es puguin portar a terme en l'àmbit turístic son a llarg termini, transcendent els períodes electorals de quatre anys	El poble té molts recursos patrimonials per explotar turísticament.
Hi ha recursos que poden necessitar elevada inversió que l'Ajuntament no pugui assumir	Es pot dissenyar l'estratègia turística i anar afegint-hi recursos a mesura que estiguin arranats.
En alguns casos hi ha recursos que són de particulars, sobre els quals l'Ajuntament no pot decidir.	Encara que l'enfocament turístic prioritzi els interessos dels visitants foranis, existeixen efectes positius per als palauencs: gaudir dels recursos, aprofitament econòmic directe i indirecte.
Alta competència de pobles veïns. Per ex., Caldes de Montbui	Posar en valor recursos patrimonials que actualment estan en un estat de semiabandonament.
Dèficits de gestió de la massificació en determinats moments, pot comportar incompliment d'expectatives al visitant.	Millorar la senyalització del poble en benefici de tots els ciutadans del municipi.
L'accés al municipi en transport públic és millorable. No hi arriba el ferrocarril.	Les empreses dels polígons de Palau com a potencial font generadora de turisme

6.2. Conclusions

1. A partir de les entrevistes en profunditat s'ha identificat el rànquing de recursos següent respecte del seu **potencial turístic**:

AVALUACIÓ DEL POTENCIAL TURÍSTIC Font: entrevistes			Puntuació Obtinguda	Puntuació Màxima	% s/màx.	Qualificació potencial
Castell de Plegamans	22,0	1r	24	92%	ALT	
Parc de l'Hostal del Fum	20,5	2n	24	85%	ALT	
Església de Santa Maria	20,5		24	85%	ALT	
Comanda Templera	19,0	3r	24	79%	ALT	
Altres: Masia Can Cortes / Casa Folch / Ronda Verda	19,0		24	79%	ALT	
Museu del Racó de l'Avi	18,0	4r	24	75%	MITJÀ-ALT	
Parc de Gallecs	17,5	5è	24	73%	MITJÀ-ALT	
Masia de Can Malla	17,5		24	73%	MITJÀ-ALT	
Masia de Can Falguera	16,5	6è	24	69%	MITJÀ-ALT	
Masia de Can Maiol	11,5	7è	24	48%	BAIX	

Es destaca l'elevada valoració sobre el potencial turístic de la majoria dels recursos, entre ALT i MITJÀ-ALT, feta pels agents entrevistats.

2. Complementant la valoració feta pels agents, Auren ha efectuat la valoració de la **situació actual dels recursos** a partir de la informació recollida durant la visita *in situ*, en funció dels **paràmetres tècnics** següents: Grau de Conservació, de Consolidació, d'Accessibilitat, de Repercussió, de Qualitat i de Complementarietat. Els resultats han estat els següents:

VALORACIÓ TÈCNICA Font: visita in situ	Grau de conservació	Grau de consolidació	Grau d'accessibilitat	Grau de repercussió	Grau de qualitat	Grau de complementarietat	TOTAL	RÀNQUING	QUALIFICACIÓ
Castell de Plegamans	4	3	3	3	3	3	19	1r	ALT
Parc de l'Hostal del Fum	3	3	3	3	2	3	17	2n	ALT
Masia de Can Falguera	4	3	3	2	2	3	17	3è	ALT
Parc de Gallecs	3	2	3	3	3	2	16	4r	MITJÀ-ALT
Església de Santa Maria	3	2	2	2	3	3	15	5è	MITJÀ-ALT
Masia de Can Malla	3	3	3	1	2	2	14	6è	MITJÀ
Comanda Templera	1	3	2	2	2	3	13	7è	MITJÀ-BAIX
Museu del Racó de l'Avi	3	1	3	1	2	3	13	8è	MITJÀ-BAIX
Masia de Can Maiol	1	2	3	1	2	3	12	9è	BAIX
Jardins i Torre casa Folch	1	2	1	2	3	2	11	10è	BAIX

Nota: la valoració tècnica s'ha calculat a partir del sumatori dels punts obtinguts per a cada ítem i recurs, en un rang de puntuació d'1 a 4.

3. L'avaluació dels **serveis complementaris** (allotjament, restauració, transport, salut i comerç), d'acord amb les entrevistes mantingudes i la informació recollida, permet identificar una situació de possible millora en la majoria d'aquests serveis: en petit comerç (tancat dissabtes tarda), en salut (el CAP està tancat els diumenges (encara que hi ha servei a prop a Mollet del Vallès i Caldes de Montbui) i una restricció important per l'absència de places hoteleres. En el cas del transport intern, es podria reforçar la línia regular, si fos necessari en algun moment, com ja es fa durant la fira medieval.

En aquest apartat també es destaca com a valor intangible l'aportació voluntària de les associacions municipals en la majoria d'activitats realitzades a PSiP, tant en aspectes organitzatius com logístics, aportant idees i treball.

4. L'anàlisi de diagnosi efectuada permet determinar quines són les **grans temàtiques turístiques** que PSiP pot oferir, pensant, a la vegada, en el perfil del turista que les pot consumir. S'identifiquen clarament dos grans grups temàtics, que són:

CULTURA-HISTÒRIA-ARQUITECTURA
NATURA-ESPORT-SOCIETAT

S'apunta el concepte de grup temàtic, aglutinador de diversos àmbits, pel fet que la majoria dels recursos analitzats guanyen protagonisme de forma combinada amb d'altres recursos. Per exemple, agrupant en el mateix grup temàtic el Castell de Plegamans i la Comanda Templera, el primer no perdria potencial, però amb molta probabilitat la Comanda sí que en guanyaria. Un altre exemple podria ser agrupar en un *pack* turístic les diverses masies del municipi, algunes amb interès arquitectònic, però totes amb interès històric i cultural segur; això permetria homogeneïtzar fórmules comunicatives orientades al perfil del turista objectiu.

Les grans àrees temàtiques ens porten a identificar els eixos estratègics que desenvoluparem en el segon bloc del treball.

Així, els eixos estratègics que es proposen, a partir de la diagnosi efectuada serien els següents:

EIX 1: "TURISME CULTURAL, HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC"

Enfocament a destacar les característiques peculiars dels recursos en relació amb la història, la cultura i l'arquitectura, prioritzant esforços per fer tangibles els tres conceptes, donant resposta conjunta a una demanda turística especialitzada i a una altra més generalista.

EIX 2: "TURISME NATURAL I ESPORTIU"

Enfocament a destacar les característiques peculiars dels enclavaments naturals prioritzant conceptes, comportaments i activitats fortament implantats en la societat, com són la natura i l'esport.

EIX 3: "TURISME SOCIAL – ACTIVITATS SOCIALS LLIGADES A RECURSOS TURÍSTICS - "

Enfocament a destacar usos i activitats de caire social o de lleure associades als recursos, promogudes per agents diversos institucionals o no, i que poden aplegar un volum d'assistents elevat i aportar notorietat al municipi.

Per tal de situar les activitats potencials lligades als recursos avaluats a desenvolupar a PSiP, sense perdre de vista la perspectiva de comarca, es tindran en consideració en el Pla estratègic les aportacions de la gerència del Consorci de Turisme del Vallès Occidental i la interrelació amb aquest marc de proximitat.

5. Per últim, s'identifica el **perfil del turista objectiu** associat a les àrees temàtiques apuntades, que es defineix de la següent manera:

"TURISTA DE CAP DE SETMANA, FESTES I VACANCES, QUE ARRIBA EN COTXE PRIVAT, EN FAMÍLIA, I QUE TÉ ALGUN INTERÈS EN LA CULTURA, LA HISTÒRIA O L'ARQUITECTURA" (Exemple: famílies sense nens).

"TURISTA DE SETMANA, QUE ARRIBA EN AUTOBÚS I EN GRUP, I QUE TÉ ALGUN INTERÈS EN LA CULTURA, LA HISTÒRIA O L'ARQUITECTURA" (Exemple: escolars per treballs temàtics, o casals de gent gran en viatges organitzats).

"TURISTA DE CAP DE SETMANA, FESTES I VACANCES, QUE ARRIBA EN COTXE PRIVAT, EN FAMÍLIA O NO, I QUE TÉ INTERÈS EN LA NATURA I L'ESPORT" (Exemple: rutes en bicicleta des de Parc Hostal del Fum a Ronda Verda).

"TURISTA DE CAP DE SETMANA, FESTES I VANCANCES, QUE ARRIBA EN COTXE PRIVAT, EN FAMÍLIA O NO, I QUE TÉ INTERÈS EN ACTIVITATS SOCIALS LLIGADES ALS RECURSOS TURÍSTICS" (Exemple: Fira Medieval).

6. Finalment, es descarta, almenys a curt termini, la consideració com a recurs turístic de la Masia de Can Maiol, atesa la seva situació de necessitat d'arranjament important i estant actualment en concessió. Això no obstant, actualment és un recurs patrimonial que genera notorietat al municipi, especialment en l'àmbit educatiu i formatiu, en atreure gran quantitat de joves per fer activitats d'arqueologia gestionades pel concessionari.

També es destaca la necessitat de conveniar adequadament amb els propietaris o concessionaris la disposició d'aquells recursos turístics per part de l'Ajuntament, per ser inclosos en qualsevol promoció turística. En el cas de propietaris; el Museu de l'Avi i la Comanda Templera, aquesta última, a més a més, amb necessitat d'inversió. En el cas de cessions; la Masia de Can Malla cedida actualment a l'Associació Pessebrista.

S'ha de ressaltar que alguns dels recursos que actualment no han obtingut bona nota en aquesta diagnosi podrien millorar-la en poc temps. És el cas de la Torre de la Casa Folch, on hi ha un projecte d'arranjament de la construcció, amb instal·lació d'un ascensor extern per millorar l'accés a la torre.

7. Per últim, cal destacar que les avaluacions i conclusions que s'han obtingut en aquesta fase de diagnosi s'han fonamentat, per una banda, en les opinions dels entrevistats i, per l'altra, en l'opinió d'Auren, formada a partir de les diferents visites als recursos i la lectura de la documentació gràfica disposada, com també les diferents informacions que a la data d'aquest estudi apareixen a Internet.

7. PLANTEJAMENT DEL PLA ESTRATÈGIC A PARTIR DE LA DIAGNOSI

A partir de la diagnosi efectuada, es presenten els elements que poden aportar una **visió estratègica ordenada** de les futures actuacions en relació amb els recursos turístics analitzats, amb l'objectiu de fomentar i impulsar el turisme a PSiP.

A continuació reproduïm els principals elements identificats en la diagnosi prèvia:

1. Dels **recursos turístics analitzats**, el rànquing obtingut referent a la seva situació actual i potencialitat turística futura ha estat el següent (ordenats de més a menys):

AVALUACIÓ DEL POTENCIAL TURÍSTIC Font: entrevistes		AVALUACIÓ TÈCNICA Font: visita <i>is situ</i>	
1	Castell de Plegamans	1	Castell de Plegamans
2	Parc de l'Hostal del Fum	2	Parc de l'Hostal del Fum
3	Església de Santa Maria	3	Masia de Can Falguera
4	Comanda Templera	4	Parc de Gallecs
5	Jardins i Torre casa Folch	5	Església de Santa Maria
6	Museu del Racó de l'Avi	6	Masia de Can Malla
7	Parc de Gallecs	7	Comanda Templera
8	Masia de Can Malla	8	Museu del Racó de l'Avi
9	Masia de Can Falguera	9	Masia de Can Maiol
10	Masia de Can Maiol	10	Jardins i Torre casa Folch

Nota: l'avaluació del potencial turístic mostra les preferències dels entrevistats respecte de l'interès i recorregut turístic que pot tenir cada recurs. La valoració tècnica indica, d'acord amb diversos paràmetres revisats per Auren (vegeu diagnosi), l'estat actual del recurs respecte de la potencialitat manifestada.

Es detecta una total coincidència entre el Castell de Plegamans i el Parc de l'Hostal del Fum en totes dues avaluacions. Tots dos recursos s'avaluen com els dos millors.

Quant a la resta de recursos, la valoració obtinguda és diversa: mentre que a alguns com l'Església de Santa Maria o la Comanda Templera se'ls atorga un alt potencial; per contra, no passa el mateix pel que fa a l'avaluació tècnica, on el primer se situa a la meitat de la taula i el segon, en setè lloc. Aquest fet ens pot indicar una bona expectativa turística per al recurs, però caldria fer un esforç alt en diverses accions per tal d'acomplir les expectatives prèvies.

Referent a la part baixa de la taula, en les posicions novena i desena apareixen la Masia de Can Falguera i la Masia de Can Maiol, així com els Jardins i Torre de la casa Folch. Si bé totes dues masies se situen a la part baixa de la taula, la seva situació i característiques són força diferents: la primera es troba totalment reformada i pendent d'atorgar-li algun ús, i la segona es troba cedida en règim de concessió i per tant amb una limitació temporal òbvia per prendre cap decisió des de l'Ajuntament.

Quant als Jardins i Torre de la casa Folch, actualment està pendent d'execució un projecte d'arranjament de la torre (que inclou un ascensor exterior). L'últim lloc

obtingut en l'avaluació tècnica de ben segur milloraria d'haver-se acabat l'arranjament.

2. L'anàlisi de diagnosi efectuada permet determinar quines són les **grans temàtiques turístiques** que PSiP pot oferir, pensant, a la vegada, en el perfil del turista que les pot consumir. S'identifiquen clarament dos grans grups temàtics, que són:

CULTURA-HISTÒRIA-
ARQUITECTURA

NATURA-ESPORT-
SOCIETAT

S'apunta el concepte de grup temàtic, aglutinador de diversos àmbits, pel fet que la majoria dels recursos analitzats guanyen protagonisme de forma combinada amb d'altres recursos. Per exemple, agrupant en el mateix grup temàtic el Castell de Plegamans i la Comanda Templera, el primer no perdria potencial, però amb molta probabilitat la Comanda sí que en guanyaria. Un altre exemple podria ser agrupar en un *pack* turístic les diverses masies del municipi, algunes amb interès arquitectònic, però totes amb interès històric i cultural segur; això permetria homogeneïtzar fórmules comunicatives orientades al perfil del turista objectiu.

Les grans àrees temàtiques ens porten a identificar els eixos estratègics que desenvoluparem en aquest segon bloc del treball.

Abans, però, per tal que la futura implementació del Pla Estratègic tingui el màxim d'èxit possible, cal treballar també el marc i les condicions en què s'ha de desenvolupar. Així es proposen una sèrie de línies estratègiques a desplegar, algunes prèviament i d'altres en paral·lel, a moltes de les mesures, actuacions i accions, que donen contingut al conjunt del pla:

LÍNIA 1: "GOVERNANÇA TURÍSTICA"

Òrgans implicats en la gestió del Pla Estratègic, mesures de control i seguiment, i pla de comunicació.

LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ"

Conjunt de programes i mesures encaminades a dotar el territori receptor del futur turisme de les millors condicions de mentalització, professionalització, equipaments, etc.

LÍNIA 3: "SINERGIA AMB EL DESTÍ TURÍSTIC BARCELONA"

S'ha de comptar amb les possibilitats que pot oferir el pol d'atracció turística de Barcelona, atès el potencial que pot oferir.

LÍNIA 4: "SINERGIA AMB ENTORN: CONSORCI DE TURISME DEL VALLÈS OCCIDENTAL, PARC NATURAL DE GALLECS I CALDES DE MONTBUI.

Es podran explorar vies complementàries per atraure turistes que originàriament i prioritàriament s'adrecen a entorns de proximitat, i als quals PSiP pot oferir recursos, activitats i serveis, complementant així la seva experiència turística.

Tanmateix, els **eixos estratègics** que es proposen, a partir de la diagnosi efectuada, serien els següents:

EIX 1: "TURISME CULTURAL, HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC"

Enfocament a destacar les característiques peculiars dels recursos en relació amb la **història, la cultura i l'arquitectura**, prioritzant esforços per fer tangibles els tres conceptes, donant resposta conjunta a una demanda turística especialitzada i a una altra més generalista.

EIX 2: "TURISME NATURAL I ESPORTIU"

Enfocament a destacar les característiques peculiars dels enclavaments naturals prioritzant **conceptes, comportaments i activitats fortament implantats en la societat, com són la natura i l'esport**.

EIX 3: "TURISME SOCIAL – ACTIVITATS SOCIALS LLIGADES A RECURSOS TURÍSTICS"

Enfocament a destacar usos i activitats de caire social o de lleure associades als recursos, **promogudes per agents diversos institucionals o no, i que poden aplegar un volum d'assistents elevat i aportar notorietat** al municipi. S'ha d'entendre turisme social en sentit ampli i no destinat a grups concrets (com podria ser per exemple l'IMSERSO).

3. Per últim, s'identifica el **perfil del turista objectiu** associat a les àrees temàtiques apuntades, que es defineix de la següent manera:

"TURISTA DE CAP DE SETMANA, FESTES I VACANCES, QUE ARRIBA EN COTXE PRIVAT, EN FAMÍLIA, I QUE TÉ ALGUN INTERÈS EN LA CULTURA, LA HISTÒRIA O L'ARQUITECTURA" (Exemple: famílies sense nens).

"TURISTA DE SETMANA, QUE ARRIBA EN AUTOBÚS I EN GRUP, I QUE TÉ ALGUN INTERÈS EN LA CULTURA, LA HISTÒRIA O L'ARQUITECTURA" (Exemple: escolars per treballs temàtics, o casals de gent gran en viatges organitzats).

"TURISTA DE CAP DE SETMANA, FESTES I VACANCES, QUE ARRIBA EN COTXE PRIVAT, EN FAMÍLIA O NO, I QUE TÉ INTERÈS EN LA NATURA I L'ESPORT" (Exemple: rutes en bicicleta des de Parc Hostal del Fum a Ronda Verda).

"TURISTA DE CAP DE SETMANA, FESTES I VACANCES, QUE ARRIBA EN COTXE PRIVAT, EN FAMÍLIA O NO, I QUE TÉ INTERÈS EN ACTIVITATS SOCIALS LLIGADES ALS RECURSOS TURÍSTICS" (Exemple: Fira Medieval).

8. TERMINOLOGIA

A efectes del present document, definim a continuació els termes següents:

- Objectiu Estratègic: “allò” que es pretén aconseguir mitjançant el Pla Estratègic.
- Línia Estratègica: marc orientador d’algunes condicions bàsiques per desplegar el Pla Estratègic.
- Eix Estratègic: àmbits temàtics on encabir els diferents recursos turístics analitzats en la diagnosi, i les activitats que s’hi poden desenvolupar.
- Mesura: conjunt d’actuacions a portar a terme en un primer nivell de detall, per cada línia i eix estratègic.
- Actuació: el contingut de cada mesura es pot detallar en un segon nivell d’activitats.
- Acció: es defineix com un tercer nivell de detall, en què es pot concretar el calendari de mesures i actuacions. El present document presenta alguna proposta d’accions (vegeu Annex 1), a títol d’exemple, que l’òrgan de govern del Pla haurà d’aprovar en cada cas en el marc del conjunt del Pla.
- *Targeta*: perfil objectiu del turista a potenciar.
- Producte bàsic: el conjunt de característiques posades en valor que cada recurs turístic pot oferir al visitant. En el cas dels recursos turístics de PSiP, normalment seran el vehicle del producte que es pretén oferir (història, arquitectura, natura i esport, etc.).
- Producte complementari: conjunt de característiques posades en valor que poden actuar com a complement d’altres productes bàsics, tant de PSiP com del seu entorn.
- Agents: conjunt de potencials interessats a participar activament en el desenvolupament del Pla Estratègic de PSiP.

9. REPTES DEL PLA ESTRATÈGIC DE L’AJUNTAMENT DE PSiP

Per tal de situar les futures accions lligades als recursos avaluats i a desenvolupar a PSiP, cal considerar les mesures, actuacions i accions, en el marc comarcal on se situa el municipi, i la interrelació i/o connexió amb altres activitats de municipis propers o d’altres promogudes i coordinades per ens supramunicipals com el Consorci de Turisme del Vallès Occidental o també el Parc Natural de Gallecs.

El Pla Estratègic (en endavant també **PE** o Pla) s’enfronta a 6 grans reptes:

1. Crear consciència de municipi turístic, que serveixi com a cohesió d’identitat local en primer lloc i com a destí turístic en segon lloc, aprofitant la proximitat que li ofereix la seva situació geogràfica fronterer amb l’àrea metropolitana.
2. Explotar la sinergia de la seva localització estratègica respecte d’altres destins turístics propers, posant en valor no solament la varietat i qualitat dels recursos turístics, sinó també augmentant i diversificant la despesa dels turistes i visitants en altres serveis i productes que el municipi ofereix.

3. Desenvolupar productes turístics propis diferencials i/o com a oferta complementària a l'oferta bàsica d'altres destins i que ajudin a crear imatge de marca turística.
4. Consolidar l'oferta turística actual i desenvolupar la futura, augmentant-ne la capacitat turística envers un major consum turístic-comercial a PSiP, tant en despesa directa de visitants com indirecta d'empreses locals proveïdores per a noves dotacions turístiques.
5. Fomentar l'adaptació de l'estructura comercial, cap a un procés d'excel·lència i qualitat turística, entesa com a millora en la professionalització i els serveis oferts al visitant.
6. Adequar i adaptar el municipi als paràmetres de *Smart Cities*, en allò relatiu als destins turístics intel·ligents, facilitant amb l'aplicació de noves tecnologies l'acollida, accessibilitat i mobilitat de visitants i residents, cap a la sostenibilitat i eficiència energètica del municipi.

10. EL MODEL TURÍSTIC DE PSiP

El **PE** de PSiP es configura amb la finalitat de crear consciència interior i posicionar turísticament el poble. Per fer-ho, es basa a aprofitar la seva situació geogràfica propera a equipaments turístics d'interès (Barcelona, Caldes de Montbui, entre d'altres) i desenvolupar productes turístics propis i diferencials de PSiP respecte d'altres destins (turisme cultural-històric, natural i esportiu, etc.).

El model desitjat de destí turístic del municipi es mostra en la missió i visió estratègica i en el desenvolupament dels objectius estratègics del Pla.

10.1. Missió

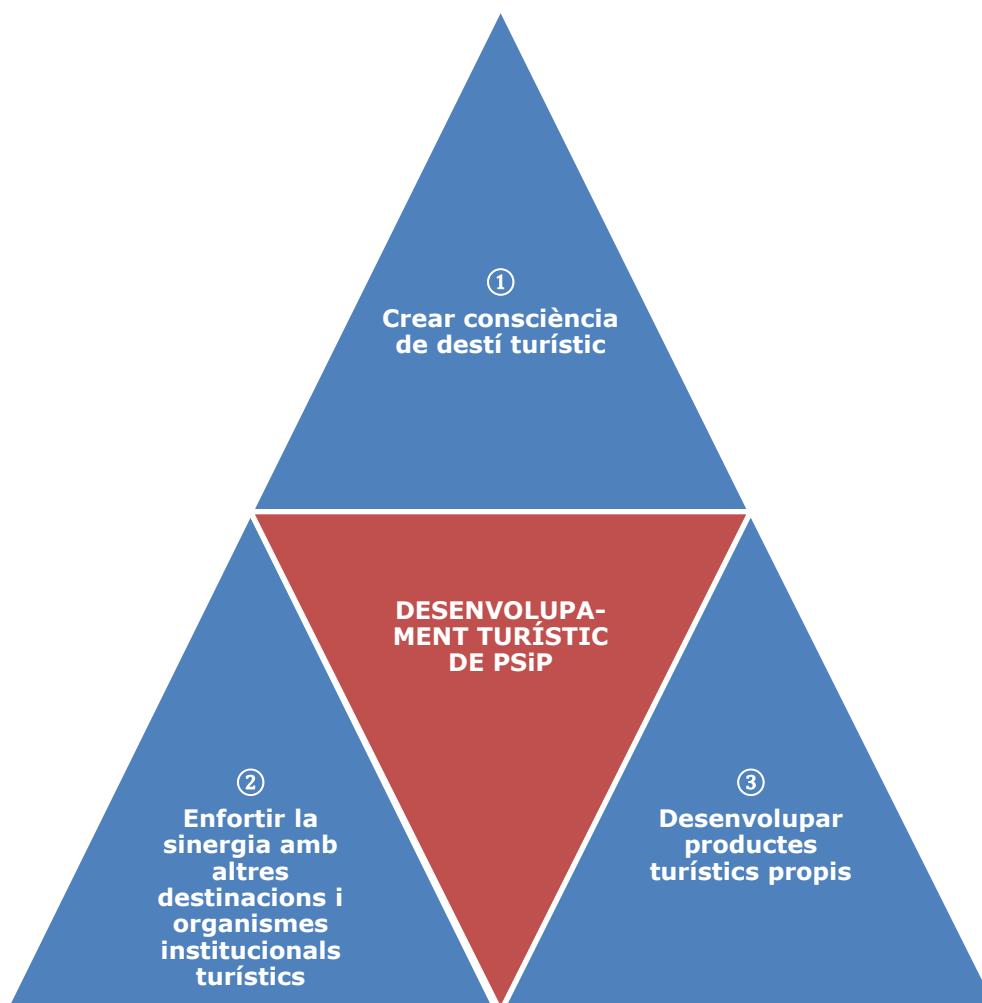
“Generar a PSiP la consciència de destí turístic, explotant la seva localització estratègica propera a l'àrea metropolitana de Barcelona, tant per les sinergies que poden sorgir amb destins turístics propers, com generant producte turístic propi, diferencial i de qualitat, incrementant el consum turístic-comercial al municipi, afavorint així l'increment i enfortiment de les empreses i comerços locals i, en conseqüència, la generació d'ocupació i riquesa.”

10.2. Visió

“Aconseguir que en l'horitzó 2025, el turisme a PSiP sigui un sector estratègic en l'economia del municipi, reconegut com a destí innovador amb identitat pròpia, a la vegada que complementari i integrador amb el seu entorn proper, gràcies a la qualitat de la seva oferta turística i productes diferencials, aconseguint que la població resident adquireixi major consciència de destí turístic”.

10.3. Objectius estratègics

Per donar resposta als grans reptes als quals s'enfronta el **PE** de PSiP, es plantegen tres grans objectius estratègics, que són la base dels eixos estratègics sobre els quals actuarà el Pla:



1. **OBJECTIU ESTRATÈGIC 1: CREAR CONSCIÈNCIA DE DESTÍ TURÍSTIC**
Aquest objectiu té la finalitat d'anar construint i assentant, tant en la població com en l'empresariat local, la facultat real que PSiP té per convertir el sector turístic en un sector estratègic del seu sistema productiu, implantant un model de gestió fonamentat en la col·laboració pública-privada.
2. **OBJECTIU ESTRATÈGIC 2: ENFORTIR LA SINERGIA AMB D'ALTRES DESTINACIONS I ORGANISMES INSTITUCIONALS EN L'ÀMBIT TURÍSTIC**
Aquest objectiu té la finalitat de posar en valor la localització estratègica de PSiP, propera a l'àrea metropolitana de Barcelona o altres destins com el Parc de

Gallecs, Caldes de Montbui, etc., que poden oferir un potencial de creixement turístic a explotar, cap a un major consum turístic-comercial al municipi.

- 3. OBJETIU ESTRATÈGIC 3: DESENVOLUPAR PRODUCTES TURÍSTICS PROPIS.** Aquest objectiu té per finalitat revertir la imatge que PSiP és un municipi que a priori mostra un escàs atractiu com a destinació turística. Per això, s'han de posar en funcionament productes turístics locals i diferencials que el puguin configurar com a destí de referència en determinats segments, com el cultural, l'arquitectònic o l'esportiu, entre d'altres.

10.4. Línies estratègiques

Com s'ha comentat en l'apartat d'antecedents, cal preparar-se internament com a municipi potencialment receptor de turisme, sense perdre de vista els grans focus d'atracció turística i l'entorn més pròxim:

**LÍNIA 1:
GOVERNANÇA
TURÍSTICA**

**LÍNIA 2:
ADEQUACIÓ
DEL DESTÍ**

**LÍNIA 3:
SINERGIA
AMB
BARCELONA**

**LÍNIA 4:
SINERGIA
AMB ENTORN
PRÒXIM**

10.5. Eixos estratègics

Tal com es va determinar en la diagnosi, els eixos estratègics sobre els quals pivotaran les línies estratègiques per a cadascun dels objectius són els següents:

**EIX 1: TURISME
CULTURAL,
HISTÒRIC I
ARQUITECTÒNIC**

**EIX 2: TURISME
NATURAL I
ESPORTIU**

**EIX 3: TURISME
SOCIAL**

11. OBJECTIUS, LÍNIES I EIXOS ESTRATÈGICS

Per assolir els reptes i aconseguir els objectius que es planteja el **Pla Estratègic de Turisme** de PSiP, s'han definit 4 línies estratègiques i 3 eixos, associats als 3 objectius, en les quals s'articularen les mesures d'actuació, i que seran els instruments estratègics per implementar el desenvolupament turístic del municipi a curt i mitjà termini:

OBJECTIU 1: crear consciència de municipi turístic

- Línia 1. Governança turística
- Línia 2. Adequació del destí

OBJECTIU 2: enfortir la sinergia amb altres destinacions turístiques, i organismes institucionals en l'àmbit turístic

- Línia 3. Sinergia amb el destí turístic "Barcelona"
- Línia 4. Sinergia amb l'entorn: Consorci Turisme del Vallès Occidental, Parc de Gallecs i Caldes de Montbui

OBJECTIU 3: desenvolupar productes turístics propis

- Eix 1. Turisme cultural, històric i arquitectònic
- Eix 2. Turisme natura i esport
- Eix 3. Turisme social

11.1. Proposta de mesures d'actuació per objectiu i línia / eix

En les taules següents es mostra una síntesi de les 24 mesures estratègiques d'actuació, agrupades en les 4 línies, els 3 eixos i els 3 objectius estratègics, que conjuntament conformarien el PE de PSiP.

OBJECTIU 1: CREAR CONSCIÈNCIA DE MUNICIPI TURÍSTIC	
LÍNIES/ EIXOS ESTRATÈGICS	MESURES ESTRATÈGIQUES D'ACTUACIÓ
<i>LÍNIA 1. GOVERNANÇA TURÍSTICA</i>	M.1.1 Creació d'un Consell Sectorial de Turisme.
	M.1.2. Implementació del Pla d'Actuació Turística. Control i seguiment.
	M.1.3. Intel·ligència turística (seguiment i aprofitament estadístiques i estudis).
	M.1.4. Pla de comunicació i posicionament de marca de destí.
<i>LÍNIA 2. ADEQUACIÓ DEL DESTÍ</i>	M.2.1. Programa de mentalització i sensibilització com a destí turístic.
	M.2.2. Programa d'equipaments, dotacions i senyalització turística.
	M.2.3. Foment de la Qualitat Turística (segells): Biosphere, SICTED
	M.2.4. Programa de capacitació de professionals per al destí.
	M.2.5. Captació d'emprenedors i inversors turístics.
	M.2.6. Adequació del destí com a <i>Smart City</i> .

OBJECTIU 2: ENFORTIR LA SINERGIA AMB ALTRES DESTINACIONS TURÍSTIQUES I ORGANISMES	
LÍNIES/ EIXOS ESTRATÈGICS	MESURES ESTRATÈGIQUES D'ACTUACIÓ
<i>LÍNIA 3. SINERGIA AMB EL DESTÍ TURÍSTIC "BARCELONA"</i>	M.3.1. Serveis de complementarietat i proximitat a turistes compartits.
	M.3.2. Comunicació i captació de turistes.
<i>LÍNIA 4. SINERGIA AMB ENTORN: CONSORCI VALLÈS OCCIDENTAL (CVO), PARC DE GALLECS</i>	M.4.1. Projectió paral·lela d'activitats de Gallecs, CVO i Caldes de Montbui
	M.4.2. Serveis de complementarietat i proximitat a turistes compartits.
	M.4.3. Comunicació i captació de turistes.

OBJECTIU 3: DESENVOLUPAR PRODUCTES TURÍSTICS PROPIS	
LÍNIES/ EIXOS ESTRATÈGICS	MESURES ESTRATÈGIQUES D'ACTUACIÓ
<i>EIX 1. TURISME CULTURAL, HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC</i>	M.5.1. Definició del producte i Pla comercial.
	M.5.2. Promoció i comercialització de turisme cultural, històric i arquitectònic.
	M.5.3. Control i seguiment. Informes de valoració.
<i>EIX 2. TURISME NATURA I ESPORT</i>	M.6.1. Delimitació de les zones geogràfiques i calendari anual.
	M.6.2. Promoció i comercialització de les zones i espais.
	M.6.3. Control i seguiment. Informes de valoració.
<i>EIX 3. TURISME SOCIAL</i>	M.7.1. Definició del producte "Turisme social" i pla comercial.
	M.7.2. Promoció i comercialització del turisme social.
	M.7.3. Control i seguiment. Informes de valoració.

11.2. Desenvolupament del Pla d'Accions Turístiques

A continuació es desenvolupen les línies i els eixos amb les seves mesures d'actuació que conformen el Pla d'Accions Turístiques de PSiP:

11.2.1. Línia 1: Governança turística

11.2.1.1. Objectius i justificació de la Línia 1: Governança turística

LÍNIA 1: GOVERNANÇA TURÍSTICA	
Objectiu general:	Afavorir un entorn de col·laboració pública-privada que faciliti el desenvolupament i l'impuls del sector turístic a PSiP com a sector estratègic en el sistema productiu local.
Justificació de la línia:	El sector turístic de PSiP no ha estat considerat com a prioritari o preferent dins del teixit empresarial local, fins que s'han manifestat les oportunitats que suposa la proximitat a l'àrea metropolitana de Barcelona. Per facilitar l'impuls de PSiP com a destinació turística, primer és necessari sensibilitzar l'empresariat local de les possibilitats de desenvolupar el sector al municipi; per això cal generar ambients participatius i de col·laboració pública-privada, com també oferir major informació turística per desenvolupar les polítiques adients per impulsar el sector.
Mesures d'actuació:	M.1.1 Creació d'un Consell Sectorial de Turisme.
	M.1.2. Implementació del Pla d'Actuació Turística. Control i seguiment.
	M.1.3. Intel·ligència turística (seguiment i aprofitament d'estadístiques i estudis).
	M.1.4. Pla de Comunicació i Posicionament de Marca de la Destinació.

11.2.1.2. *Mesures d'actuació de la Línia 1: Governança turística*

LÍNIA 1: GOVERNANÇA TURÍSTICA			
MESURA 1.1. CREACIÓ D'UN CONSELL SECTORIAL DE TURISME			
Observacions del desenvolupament de la mesura	El Consell Sectorial de Turisme de PSiP pretén ser l'òrgan que actuarà com a aglutinador, interlocutor i decisor del municipi com a destinació turística.		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Crear el Consell Sectorial de Turisme de PSiP, com a instrument de gestió integral i funcional per a la consolidació i desenvolupament com a destinació turística. • Realitzar la calendarització de reunions del Consell Sectorial. • Impulsar la col·laboració pública-privada. • Afavorir el consens i la realització d'acords. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Creació del Consell Sectorial de Turisme	Indefinida	Alta	Ajuntament
2. Calendarització del Consell Sectorial de Turisme	1 cop a l'any	Mitjana	Ajuntament

LÍNIA 1: GOVERNANÇA TURÍSTICA			
MESURA 1.2. IMPLEMENTACIÓ DEL PLA D'ACTUACIÓ TURÍSTICA. CONTROL I SEGUIMENT			
Observacions del desenvolupament de la mesura	El Consell Sectorial haurà de ser qui instrumenti les propostes d'aquest Pla d'Actuació i analitzar el grau de compliment i èxit de les mesures d'actuació, la calendarització funcional, realitzar informes de control i seguiment per mesurar els resultats obtinguts i poder actualitzar convenientment el Pla d'Actuació segons les desviacions i/o tendències detectades.		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Ajudar a la instrumentalització i compliment del Pla d'Actuació. • Portar el control i seguiment del Pla d'Actuació. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Determinació dels Indicadors de Control i Seguiment	Inici	Mitjana	Ajuntament
2. Realització d'Informes de Seguiment	Semestral	Alta	Ajuntament

LÍNIA 1: GOVERNANÇA TURÍSTICA			
MESURA 1.3. INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA (SEGUIMENT I APROFITAMENT D'ESTADÍSTIQUES I ESTUDIS)			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>El coneixement de les diferents àrees que afecten al sector turístic, la motivació del turista, les tendències del mercat, les fortaleses o debilitats de la oferta municipal, etc., és primordial per a la transformació de PSiP com a destinació turística. Pel que resulta necessari impulsar la generació de coneixement per traslladar-lo mitjançant línies d'actuació en el destí i poder innovar en producte, promoció i/o comercialització. La investigació turística, el seguiment i aprofitament de les estadístiques sobre turisme (per ex. Labturisme de la Diputació de Barcelona, IDESCAT) són eines molt necessàries per prendre decisions correctes en matèria de polítiques turístiques.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolupar un sistema estandarditzat d'anàlisi turística. • Crear espais informatius sobre turisme. • Identificació de bones pràctiques (<i>benchmarking</i>). • Difusió de resultats mitjançant espais d'informació turística. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Creació d'espais d'informació o espai Web	Inici	Alta	Ajuntament
2. Investigació turística (recopilació i anàlisi d'informació)	1 cop a l'any	Alta	Ajuntament
3. Difusió d'informació turística	Trimestral	Alta	Ajuntament

LÍNIA 1: GOVERNANÇA TURÍSTICA			
MESURA 1.4. PLA DE COMUNICACIÓ I POSICIONAMENT DE MARCA DEL DESTÍ			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>És important posicionar PSiP com a destí turístic en els diferents mercats. Per fer-ho, el primer pas és desenvolupar una marca, que pot estar sota el paraigua de la marca Barcelona i la marca Catalunya. El logotip i altres elements d'identitat corporativa de la marca turística han de constituir el suport visual de la seva personalitat i el seu posicionament estratègic.</p> <p>El posicionament dependrà molt de les accions que es duguin a terme en el pla de comunicació (Plataforma Web Turística, campanyes específiques, etc.). Abans de llançar les campanyes a l'exterior és convenient una presentació als empresaris i residents de la ciutat perquè coneguin els productes turístics, vagin assumint la marca i la nova consciència de destí turístic.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Donar a conèixer els productes turístics als agents sota una mateixa marca. • Dotar el destí PSiP d'una marca turística, moderna i actual, que pot estar ubicada sota el paraigua de la marca Barcelona i la marca Catalunya. • Potenciar la imatge de PSiP i donar-la a conèixer als públics objectius. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Creació d'imatge de marca (adequació a segments i productes) amb aplicacions bàsiques	2n any	Mitjana	Consell Sectorial de Turisme
2. Disseny de la campanya d'implantació i posicionament de marca (amb marxandatge bàsic)	2n any	Mitjana	Consell Sectorial de Turisme
3. Presentació pública d'imatge de marca	2n any	Mitjana	Consell Sectorial de Turisme

11.2.2. Línia 2: Adequació del destí

11.2.2.1. Objectius i justificació de la Línia 2: Adequació del destí

LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ	
Objectiu general:	Desenvolupar i consolidar PSiP com a destí turístic d'excel·lència i com a destí turístic intel·ligent posant en pràctica mesures que afectin tots els àmbits que afecten el turisme.
Justificació de la línia:	Crear consciència a PSiP com a destí implica un esforç important per dur a terme actuacions que afectin tots els àmbits del sector turístic: la pròpia mentalització de residents i de l'empresariat; implantar i/o millorar la senyalització comercial, els equipaments i dotacions turístiques; el foment i adhesió a sistemes de qualitat turística; la millora de la professionalització dels agents turístics a través de formació específica; captació de nous emprenedors i inversors turístics per desenvolupar el sector a la ciutat; o l'adequació de PSiP com a <i>Smart City</i> amb mesures d'estalvi energètic i cura del medi ambient, eficiència energètica, etc. Tota una sèrie d'actuacions que augmentin la competitivitat del destí, la qualitat de l'experiència viscuda pel turista, visitant o resident, i que pugui impactar positivament en el desenvolupament turístic de la ciutat.
Mesures d'actuació:	<p>M.2.1. Programa de mentalització i sensibilització com a destí turístic.</p> <p>M.2.2. Programa d'equipaments, dotacions i senyalització turística.</p> <p>M.2.3. Foment de la Qualitat Turística: <i>Biosphere</i>, SICTED (segells).</p> <p>M.2.4. Programa de capacitació de professionals per al destí.</p> <p>M.2.5. Captació d'emprenedors i inversors turístics.</p> <p>M.2.6. Adequació del destí com a <i>Smart City</i>.</p>

11.2.2.2. *Mesures d'actuació de la Línia 2: Adequació del destí*

LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ			
MESURA 2.1. PROGRAMA DE MENTALITZACIÓ I SENSIBILITZACIÓ COM A DESTÍ TURÍSTIC			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>El turisme és una activitat econòmica transversal capaç de generar, pel seu efecte multiplicador, beneficis notables en la renda econòmica de les comunitats locals, tant en els sectors entesos tradicionalment com a turístics (hotels, restaurants, etc.) com en aquells altres que, malgrat que no poden considerar-se estrictament com a tals, presten igualment serveis als visitants del lloc (comerç, empreses d'activitats esportives i d'oci, transport urbà, etc.), però també genera beneficis en els residents, oferint millors infraestructures, ocupació, riquesa i qualitat de vida. Per tant, és important obtenir una consciència integral de destí turístic i la identificació d'objectius comuns per i per a tots els agents implicats, públics i privats, turístics i no turístics, per poder desenvolupar PSiP com a destí turístic. Això implica mentalitzar i sensibilitzar la població sobre la importància del sector turístic i els beneficis positius que aporta a la ciutat: millora d'infraestructures, creixement econòmic, generació d'ocupació...</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Reforçar la identitat de pertinença a un destí turístic. • Reconeixement del sector turístic com a eix important dins del Sistema Productiu Local. • Considerar el sector turístic com a oportunitat de negoci. • Millorar l'atenció a l'usuari turístic. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Fomentar inclusió del coneixement turístic en projectes curriculars en col·legis	Indefinit	Mitjana	Ajuntament
2. Sensibilització de l'atenció al turista	Indefinit	Alta	Ajuntament
3. Potenciació del coneixement d'idiomes	Indefinit	Alta	Ajuntament

LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ			
MESURA 2.2. PROGRAMA D'EQUIPAMENTS, DOTACIONS I SENYALITZACIÓ TURÍSTICA			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>Posicionar PSiP com a destí, amb la presència d'un destí tan potent com és Barcelona, implica un esforç important per millorar el destí duent a terme actuacions que afectin tots els sectors: senyalització, informació turística, equipaments, etc. Tota una sèrie d'actuacions que augmentin la competitivitat turística de PSiP, la qualitat de l'experiència viscuda pel turista o visitant i també del resident; i que pugui impactar positivament tant en l'eficiència de l'Administració com en l'ocupació i la qualitat de vida a la ciutat.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Millora i/o desenvolupament de nous equipaments i dotacions turístiques. • Adequació de polítiques, planejament i normatives al desenvolupament turístic sostenible. • Suport a la implantació i consolidació de noves activitats turístiques-comercials. • Facilitar la informació turística al visitant. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Disseny i implantació de senyalística turística	Tres anys	Mitjana	Ajuntament
2. Posada en valor d'equipaments i dotacions	Tres anys	Alta	Ajuntament

LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ			
MESURA 2.3. FOMENT DE LA QUALITAT TURÍSTICA: BIOSPHERE, SICTED (segells)			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>L'objectiu del segells de qualitat turística com <i>Biosphere</i> o el SICTED és assolir un nivell de qualitat homogeni dins d'un mateix destí, és a dir, que fins i tot en el cas que existeixi un nivell de qualitat acceptable en un destí determinat, no s'apreciïn deficiències de qualitat substancials entre els diferents elements o agents que componen l'oferta en el destí que puguin condicionar la percepció i satisfacció del turista. Alhora, són nombrosos els beneficis que comporta la implantació de segells de qualitat en el destí, tant per a l'establiment, entitat o servei adherit, com per al sector i el destí en si mateix. Per tant, fomentar l'adhesió a aquests sistemes del major nombre d'agents possible a PSiP es considera important per al seu desenvolupament com a destí. En el cas de <i>Biosphere</i> existeix un programa per impulsar des de la Diputació de Barcelona l'aconsecució del segell, basat en els 17 objectius de Desenvolupament Sostenible de Nacions Unides integrats en l'Agenda 2030.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la cultura de la qualitat a les empreses i serveis turístics. • Fer l'estada a PSiP més completa i interessant per al turista. • Disposar d'un sistema oficial de reconeixement de la qualitat del servei. • Incrementar la col·laboració pública-privada. • Millorar el posicionament del destí. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Sol·licitud i obtenció de segells de qualitat (com a nou destí o adhesió a un de ja existent de major àmbit)	3 anys	Alta	Ajuntament
2. Captació d'empreses i serveis perquè s'adhereixin segells com Biosphere o SICTED	3 anys	Alta	Ajuntament
3. Certificació de les empreses	3 anys	Alta	Ajuntament

LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ			
MESURA 2.4. PROGRAMA DE CAPACITACIÓ DELS PROFESSIONALS EN EL DESTÍ			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>La capacitat dels professionals en el destí, entesa com la millora en la professionalització i la millora dels serveis oferts al turista i visitant, ha de ser un dels principals objectius prioritaris de PSiP per consolidar-se com a destí turístic. Respecte a aquest punt, les empreses han d'intentar millorar la categoria dels seus establiments, millorar la seva formació específica (atenció a l'usuari, idiomes, formació en llocs específics...), adherir-se a sistemes de qualitat turística i ser més accessibles i eficients energèticament.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Elevar la categoria dels establiments. • Millorar la formació professional de les empreses del destí. • Adaptar la formació als horaris de les empreses. • Aprofitar les noves tecnologies per millorar la formació i la participació de les empreses. • Millorar l'eficiència energètica de les empreses. • Millorar l'atenció al turista i visitant. • Incrementar la satisfacció del turista i visitant. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Elaboració d'un pla formatiu específic (atenció al turista, idiomes...)	1r any	Alta	Ajuntament
2. Sensibilització i cerca de finançament per elevar la categoria dels establiments	1r any	Mitjana	Ajuntament
3. Suport a les mesures d'estalvi energètic i cura del medi ambient per part de les empreses	Indefinit	Mitjana	Ajuntament

LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ			
MESURA 2.5. PROGRAMA DE CAPTACIÓ D'EMPRENEDORS I INVERSORS EN EL DESTÍ			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>PSiP té potencial de creixement dins del sector turístic: noves oportunitats de negoci, generació d'ocupació, adaptació d'infraestructures, etc. Però és necessari donar a conèixer els beneficis del destí als potencials emprenedors i inversors, com també a altres administracions, a l'hora d'atraure inversions i el desenvolupament de projectes estratègics per al sector turístic. Per disminuir l'índex de fracàs dels emprenedors en la posada en marxa de nous negocis turístics a la ciutat, es planteja la creació d'un banc d'idees de negoci que, posant en relació l'oferta actual, la demanda dels visitants i turistes i les noves tendències de mercat, ajudi els mateixos emprenedors a decidir quins negocis -i on- seria més recomanable obrir. Per fer-ho es proposa el disseny i edició d'un dossier de comercialització per informar dels beneficis d'emprendre o invertir a PSiP en matèria turística-comercial. En paral·lel s'anirà treballant les relacions institucionals per aconseguir atraure inversions i projectes estratègics que millorin la connectivitat i els serveis del destí.</p> <p>En aquesta mesura és fonamental el rol i l'impuls que pot donar l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar PSiP com a lloc de negocis. • Generar negoci a PSiP en el sector turístic-comercial. • Minimitzar el risc de fracàs dels nous emprenedors. • Atraure inversions i projectes estratègics. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Cerca de nous emprenedors i inversors turístics. Disseny i edició de dossier de comercialització.	Indefinit	Mitjana	Ajuntament
2. Posada en marxa de línies de suport a empreses i emprenedors turístics (noves implantacions, incentius, noves tecnologies...).	Indefinit	Mitjana	Ajuntament

LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ			
MESURA 2.6. ADEQUACIÓ DEL DESTÍ COM A SMART CITY			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>PSiP, per posicionar-se com a destí diferencial i innovador, té la possibilitat de desenvolupar-se com a destí turístic intel·ligent sustentant-se en una infraestructura tecnològica d'avantguarda que faciliti la interacció i integració visitant/entorn i augmenti la qualitat de l'experiència del visitant. Tot allò que un visitant pot necessitar o buscar, de forma centralitzada i facilitada des de l'Administració, amb tot el que això comporta, pel que fa a seriositat, qualitat i fiabilitat que aquesta informació aporta al visitant; tot això farà que augmenti la competitivitat del sector turístic de la ciutat.</p> <p>Cal preveure que el cost de la implementació de noves tecnologies té un caràcter d'inversió i no de despesa, i que l'objectiu final és poder oferir informació de qualitat al visitant, a partir de la gestió eficient dels recursos tecnològics que intervenen en el procés.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Estimular l'increment de la competitivitat a través de la capacitat innovadora. • Repercutir en una millora de la percepció del destí. • Aconseguir una major capacitat productiva de les empreses. • Aconseguir un destí més accessible. • Generar major qualitat de vida per als residents. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Implementació de noves tecnologies en la promoció turística (plataforma web, app i altres)	3 anys	Mitjana	Ajuntament
2. Gestió eficient dels recursos tecnològics (dotar el manteniment preventiu)	Indefinit	Mitjana	Ajuntament

11.2.3. Línia 3: Sinergia amb el destí turístic “Barcelona”

11.2.3.1. Objectius i justificació de la Línia 3: Sinergia amb el destí turístic “Barcelona”

LÍNIA 3: SINERGIA AMB EL DESTÍ TURÍSTIC “BARCELONA”	
Objectiu general:	Fomentar el consum turístic a PSiP dels turistes que escullen l'àrea de Barcelona com a destí, explotant la seva proximitat i connectivitat i l'elevada saturació turística de Barcelona.
Justificació de la línia:	Barcelona és un destí de referència mundial, que se situa entre els millors destins turístics del món, tant en turisme de reunions i congressos, com de turisme cultural i urbà, fet que li confereix un elevat nombre de visitants cada any. Aquesta afluença massiva de turistes està creant fins i tot problemes de massificació en algunes de les principals zones turístiques, creant aglomeracions, serveis que es presten en condicions millorables i preocupació ciutadana creixent per aquesta situació de massificació. Valent-se d'aquesta situació, i tenint present que el turista escull Barcelona com a motivació del seu viatge, PSiP ha d'explotar la seva proximitat i connectivitat per oferir als diferents mercats objectiu (històric, cultural, natural, esportiu, etc.), la possibilitat de consumir part dels serveis turístics a la seva ciutat: allotjament, gastronomia, activitats esportives o culturals, etc.
Mesures d'actuació:	M.3.1. Serveis de complementarietat i proximitat a turistes compartits. M.3.2. Comunicació i captació de turistes.

11.2.3.2. *Mesures d'actuació de la Línia 3: Sinergia amb el destí turístic "Barcelona"*

LÍNIA 3: SINERGIA AMB EL DESTÍ TURÍSTIC "BARCELONA"			
MESURA 3.1. SERVEIS DE COMPLEMENTARIETAT I PROXIMITAT A TURISTES COMPARTITS			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>PSiP disposa de recursos turístics d'interès i potencial per crear productes turístics diferencials que, sens dubte, podran ser d'interès per als turistes que tenen en la visita a Barcelona la seva principal motivació turística i és per aquest destí, que es pretenen apropar a Catalunya: els recursos turístics històrics, culturals i naturals... han d'esdevenir productes que, posats en valor, induiran al futur turista de Barcelona a gaudir d'una visita complementària a un poble proper com PSiP, com una entre d'altres possibilitats turístiques més enllà de l'àrea metropolitana.</p> <p>Els potencials visitants originats per altres indrets propers (canal grans grups), podrien prendre la decisió de venir a PSiP durant l'acte de compra inicial, en cas que els turoperadors turístics tinguessin un incentiu econòmic suficient per derivar els seus clients a PSiP.</p>		
Objectius específics de la mesura:	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar PSiP com a destí "veí" i més funcional, fins i tot, que la mateixa Ciutat Comtal, per a la visita i gaudi d'aquesta. • Augmentar el consum turístic-comercial a PSiP, per part del turista de Barcelona. • Desenvolupar producte turístic complementari a Barcelona. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Articulació de l'oferta complementària segons tipus de producte i mercat objectiu	3 anys	Mitjana	Consell Sectorial de Turisme
2. Negociar paquets turístics amb turoperadors (visita a recursos i àpat a restaurants)	3 anys	Mitjana	Consell Sectorial de Turisme

LÍNIA 3: SINERGIA AMB EL DESTÍ TURÍSTIC “BARCELONA”			
MESURA 3.2. COMUNICACIÓ I CAPTACIÓ DE TURISTES			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>“Barcelona” és una marca turística reconeguda, motiu pel qual és fàcilment ubicable en el mapa turístic. En canvi, PSiP presenta un feble posicionament en el mercat, per tant, és necessari enfortir la marca PSiP com a destinació, aprofitant la marca “paraigua” que suposa Barcelona, que ja té un fort posicionament en el mercat turístic i ajudaria a posicionar PSiP, principalment en mercats internacionals, aprofitant també el treball realitzat per altres administracions. Però per millorar el posicionament, es considera necessari potenciar la marca turística i que sigui reconeixible pels diferents segments o mercats objectius de la destinació.</p>		
Objectius específics de la mesura:	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar la marca turística PSiP, com a moderna i actual, lligada a la marca “Barcelona”. • Potenciar la imatge de PSiP com a oferta complementària de Barcelona. • Incrementar el nombre i consum de turistes a la destinació. • Planificar i organitzar les diferents mesures i estratègies de promoció i comunicació a desenvolupar. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Posicionament de marca	3 anys	Mitjana	Consell Sectorial de Turisme
2. Disseny del Pla de comercialització	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

11.2.4. Línia 4: Sinergia amb l'entorn

11.2.4.1. Objectius i justificació de la Línia 4: sinergia amb l'entorn; el Consorci de Turisme del Vallès Occidental i el Parc Natural de Gallecs

LÍNIA 4: SINERGIA AMB L'ENTORN	
Objectiu general:	Potenciar la relació amb el Consorci de Turisme del Vallès Occidental, el municipi veí de Caldes de Montbui i el Consorci del Parc de Gallecs, per aprofitar l'impuls de què disposen per atraure visitants, amb l'objectiu d'atraure turistes a PSiP i augmentar-ne el consum turístic.
Justificació de la línia:	El gran nombre de visitants que l'entorn proper atreu, a partir de les accions portades a terme per institucions públiques o privades per atraure visitants al seu territori, és una gran oportunitat que no es pot desaproveitar per posar a l'abast el potencial dels recursos turístics del municipi, oferint una oferta que pot ser complementària a les opcions prioritàries escollides pels visitants de l'entorn pròxim.
Mesures d'actuació:	M.4.1. Projecció paral·lela i coordinada de les activitats en els recursos turístics.
	M.4.2. Serveis de complementarietat i proximitat a turistes compartits.
	M.4.3. Comunicació i captació de turistes.

11.2.4.2. *Mesures d'actuació de la Línia 4: sinergia amb l'entorn; el Consorci de Turisme del Vallès Occidental i el Parc Natural de Gallecs*

LÍNIA 4: SINERGIA AMB L'ENTORN			
MESURA 4.1. SINERGIA AMB EL CONSORCI DE TURISME DEL VALLÈS OCCIDENTAL I EL PARC NATURAL DE GALLECS			
Observacions del desenvolupament de la mesura	Actualment tots dos ens tenen per objectiu potenciar la visibilitat de les activitats que desenvolupen els municipis associats. En aquest context, PSiP disposa de recursos turístics (Castell de Plegamans, Parc de l'Hostal del Fum...) que poden ser utilitzats per realitzar activitats complementàries a aquelles que es realitzen en els entorns gestionats pels ens mencionats. Es tracta d'aprofitar l'impuls i la capacitat d'atraure visitants en l'entorn pròxim, augmentant la visibilitat de PSiP i dels seus recursos turístics, augmentant finalment el consum turístic en el municipi (manutenció, activitats, etc.).		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Explotar el potencial d'atracció del Parc Natural de Gallecs. • Aprofitar el potencial del Consorci de Turisme del Vallès Occidental. • Posar en valor els recursos turístics de PSiP. • Augmentar el nombre i consum dels turistes en destí. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Reeditar l'acord de col·laboració amb el Parc Natural de Gallecs	Inicial	Alta	Ajuntament
2. Col·laborar activament amb el Consorci de Turisme del Vallès Occidental	Indefinit	Alta	Ajuntament
3. Pla operatiu d'activitats	Cada any	Alta	Ajuntament

LINIA 4: SINERGIA AMB L'ENTORN			
MESURA 4.2. ACTIVITATS I SERVEIS DE COMPLEMENTARIETAT I PROXIMITAT A TURISTES COMPARTITS			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>PSiP disposa de serveis complementaris i de proximitat que poden interessar a turistes visitants de municipis de l'entorn pròxim. A diferència de la mesura anterior, ara es tracta de poder oferir activitats lligades a recursos turístics, així com serveis que complementin l'oferta d'activitats. Existeixen recursos turístics a PSiP que poden ser posats en valor amb un disseny d'activitats lligades als recursos, amb l'objectiu d'atreure turistes compartits amb d'altres municipis, generant interès per complementar una visita d'una jornada o un cap de setmana als turistes de l'entorn proper. Per exemple, una gastronomia cuidada pot ser un reclam per a turistes compartits i nexa d'unió amb diverses activitats o rutes dissenyades als recursos turístics, des de visites històriques culturals a masies o el Castell, o caminades pels entorns naturals com el Parc de l'Hostal del Fum o Gallecs, o bé aprofitar l'oferta comercial disponible del municipi.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar PSiP com a destí "col·laborador" i "complementari" en l'entorn proper. • Augmentar el consum turístic-comercial en el municipi. • Desenvolupar producte turístic complementari a l'entorn proper. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Articular oferta complementària segons tipus de producte i mercat objectiu	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

LINIA 4: SINERGIA AMB L'ENTORN			
MESURA 4.3. COMUNICACIÓ I CAPTACIÓ DE TURISTES			
Observacions del desenvolupament de la mesura	L'existència d'esdeveniments i activitats organitzades per l'entorn proper i que tenen repercussió contrastada fa que pugui ser aprofitat el treball ja realitzat pels diferents ens i municipis, per promocionar PSiP com a destí col·laborador, facilitant al turista possibilitats de consum addicional. Caldrà plantejar actuacions de promoció i comercialització en tot el cicle de vida del producte turístic: elecció de destí, compra de producte i post visita.		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar la imatge de PSiP com a oferta complementària de l'entorn proper. • Incrementar el nombre i consum de turistes en el destí. • Planificar i organitzar les diferents mesures i estratègies de promoció i comunicació a desenvolupar. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Disseny del Pla de Promoció i Comunicació	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

11.2.5. Eix 1: Turisme cultural històric i arquitectònic

11.2.5.1. Objectius i justificació de l'Eix 1: Turisme cultural històric i arquitectònic

EIX 1: TURISME CULTURAL HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC	
Objectiu general:	Desenvolupar un sistema de col·laboració administració-empresa i empresa-empresa per posicionar PSiP com a destí de turisme cultural històric i arquitectònic, desenvolupant i comercialitzant aquells productes turístics amb major potencial.
Justificació de l'eix:	A PSiP existeix prou oferta de recursos turístics per permetre dissenyar producte turístic. Durant la fase prèvia de diagnosi es van identificar aquells recursos amb major potencial dins d'aquest eix: el Castell de Plegamans, l'Església de Santa Maria, la Comanda Templera i les diverses masies. Per tant, desenvolupar productes turístics on l'oferta bàsica sigui la cultura, la història i l'arquitectura, com també articular oferta complementària suposa un valor potencial per al municipi.
Mesures d'actuació:	M.5.1. Definició del producte i Pla comercial. M.5.2. Comunicació i comercialització del turisme cultural històric i arquitectònic. M.5.3. Control i seguiment. Informes de valoració.

11.2.5.2. *Mesures d'actuació de l'Eix 1: Turisme cultural històric i arquitectònic*

EIX 1: TURISME CULTURAL HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC			
MESURA 5.1. DEFINICIÓ DEL PRODUCTE I PLA COMERCIAL			
Observacions del desenvolupament de la mesura	El disseny d'un producte turístic requereix d'esforços previs per part de tots els actors participants per tal que el turista visitant tingui la informació prèvia per gaudir d'una experiència singular, augmentant el seu interès per conèixer el destí. Per això cal articular correctament els recursos turístics per convertir-los en producte: descripció del producte, itinerari proposat, durada, grandària mínima del grup, estacionalitat i horaris, serveis inclosos, informació de contacte i reserves, possibilitat d'ampliació...		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilitzar els agents en la creació de producte bàsic i complementari. • Desenvolupar aliances estratègiques entre els diferents agents implicats, públics i privats, amb la finalitat d'augmentar l'atractiu i el valor afegit del producte turístic concret a desenvolupar. • Dissenyar un Pla comercial per a la posada en funcionament i consolidació del producte turístic. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Estimulació i canalització d'idees (creació de fòrums i xerrades de sensibilització).	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme
2. Proposar iniciatives que estimulin els agents a participar en actuacions (clubs de producte, <i>workshops</i> ...).	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme
3. Definició del producte turístic cultural, històric i arquitectònic.	Inicial	Alta	Consell Sectorial de Turisme

EIX 1: TURISME CULTURAL HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC

MESURA 5.2. PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ DE TURISME CULTURAL, HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC

Observacions del desenvolupament de la mesura

Els recursos turístics han de convertir-se en producte, és a dir, han de tenir capacitat de comercialització, i la capacitat de visualització i que aquesta informació arribi al turista en diferents formats (*on* i *off line*). Es considera essencial que anualment es realitzi un catàleg bàsic on s'especifiqui l'oferta que proposa el producte turístic cultural, històric i arquitectònic, tant bàsica com complementària, per tal que el turista potencial conegui en tot moment les diverses possibilitats que li ofereix el destí. És convenient tenir un dossier de producte físic que pugui estar disponible en els punts d'informació turística (tant de l'Administració com d'empreses i comerços), així com la possibilitat d'adaptar-lo a les plataformes *on line*, tant web com aplicació mòbil. Tanmateix, els productes han de renovar-se periòdicament d'acord amb l'èxit aconseguit i la innovació.

Objectius específics de la mesura

- Conversió del recurs cultural, històric i arquitectònic en producte turístic.
- Augment de la comercialització del destí.
- Major visualització de l'oferta bàsica i complementària.
- Disponibilitat d'activitats continuades per al turista.
- Foment de la col·laboració pública-privada i privada-privada.
- Professionalització del sector.

Actuacions específiques de la mesura

	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Disseny i edició dossier de producte turístic cultural, històric i arquitectònic (amb activitats)	Cada any	Alta	Ajuntament
2. Adaptació del catàleg a format digital.	Cada any	Alta	Ajuntament
3. Disseny del Pla de comercialització.	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

EIX 1: TURISME CULTURAL HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC			
MESURA 5.3: CONTROL I SEGUIMENT. INFORMES DE VALORACIÓ			
Observacions del desenvolupament de la mesura	Per conèixer el grau d'èxit del producte turístic és convenient realitzar informes de control i seguiment per tal de mesurar els resultats obtinguts i poder actualitzar convenientment el producte segons les desviacions i/o tendències detectades.		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el grau de funcionament i èxit del producte turístic. • Portar a terme les actualitzacions oportunes segons les desviacions i/o tendències detectades. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Determinació dels indicadors de control i seguiment.	Inicial	Alta	Consell Sectorial de Turisme
2. Realització d'informes de seguiment.	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

11.2.6. Eix 2: Turisme Natura i Esport

11.2.6.1. Objectius i justificació de l'Eix 2: Turisme natura i esport

EIX 2: TURISME NATURA I ESPORT	
Objectiu general:	Conversió en producte turístic dels principals espais naturals de què disposa PSiP. En concret, el Parc Natural de Gallecs i el Parc de l'Hostal del Fum (complementats amb la Ronda Verda). Tots dos espais permeten el disseny de producte amb característiques pròpies per desenvolupar-hi activitats naturals i esportives, potenciant una major visualització i afavorint la comercialització del producte turístic al visitant de PSiP.
Justificació de l'eix:	PSiP és un municipi força conegut per les activitats esportives que hi allotja i per les instal·lacions de què disposa (pavelló municipal esportiu Marià Victor, piscines, camp de futbol), també per les activitats esportives a la natura (rutes guiades). Així mateix, l'Ajuntament promou anualment esdeveniments com la Festa de l'Esport, amb diferents activitats, passejades com "Caminar és fer salut", el programa "Activa't +60", el cross escolar. Els recursos turístics del Parc Natural de Gallecs i el parc de l'Hostal del Fum analitzats a la diagnosi aporten dos entorns naturals que permeten sumar els dos conceptes bàsics d'aquest Eix: natura i esport. Tant les activitats que actualment ja s'estan desenvolupant, com d'altres de noves, poden configurar un producte turístic concretat en una oferta atractiva per a un visitant individual o familiar que demanda realitzar activitats físiques i/o esportives a la natura. La creació d'un programa d'activitats continu en el temps que el turista visitant pugui valorar com a atractiu i amb entitat pròpia pot representar un dels objectius principals d'aquest eix.
Mesures d'actuació:	<p>M.6.1. Delimitació de les zones geogràfiques i calendari anual.</p> <p>M.6.2. Promoció i comercialització de les zones i espais.</p> <p>M.6.3. Control i seguiment. Informes de valoració.</p>

11.2.6.2. *Mesures d'actuació de l'Eix 2: Turisme natura i esport*

EIX 2: TURISME NATURA I ESPORT			
MESURA 6.1. DELIMITACIÓ DE LES ZONES GEOGRÀFIQUES I CALENDARI ANUAL			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>A diferència d'altres recursos en què està perfectament delimitat el seu àmbit espacial, les diverses masies, la Comanda, l'Església de Santa Maria, el Museu de l'Avi, els jardins i la Torre de la Casa Folch, els dos recursos turístics englobats en l'Eix 2 (el Parc de l'Hostal del Fum i el Parc Natural de Gallecs) requereixen una delimitació espacial, atès el seu caràcter d'espais oberts i que, com a tals, poden entrar en col·lisió amb altres activitats i usos aliens a l'àmbit de PSiP. Aquesta necessitat de poder coexistir diverses activitats en espais oberts obliga a programar activitats respectant altres possibles usos. Això passa especialment amb el Parc de Gallecs i sobretot en èpoques de saturació de visitants. El disseny del producte turístic haurà de tenir en compte aquestes qüestions de caràcter logístic i probablement el Parc de Gallecs haurà de marcar el ritme i les especificacions concretes del disseny, podent configurar un sol producte turístic amb el Parc de l'Hostal del Fum.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Delimitar espais i calendaris en el disseny del producte. • Sensibilitzar els agents sobre la creació de producte bàsic (natura i esport) i complementari (transport intern, serveis, avituallament, àrea de descans...) • Desenvolupar aliances estratègiques entre els diferents agents implicats, públics i privats, amb la finalitat d'augmentar l'atractiu i el valor afegit del producte turístic. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Delimitació d'espais i calendari.	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme
2. Estimulació i canalització d'idees.	Indefinit	Alta	Consell Sectorial de Turisme
3. Desenvolupament d'aliances estratègiques entre diferents agents públics i privats.	Indefinit	Alta	Consell Sectorial de Turisme

EIX 2: TURISME NATURA I ESPORT			
MESURA 6.2. PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ DE LES ZONES I ESPAIS			
Observacions del desenvolupament de la mesura	Els recursos turístics han de convertir-se en producte, és a dir, han de tenir la capacitat de poder ser comercialitzats. El producte turístic ha de tenir la capacitat de visualització i que la seva informació li arribi al turista en diferents formats (<i>on</i> i <i>off line</i>). És essencial que periòdicament es realitzi un catàleg bàsic on s'especifiqui l'oferta existent. És necessari que periòdicament es confeccioni un catàleg bàsic, on s'especifiqui l'oferta existent en els diferents espais naturals, per tal que el potencial turista conegui en tot moment les diverses possibilitats que li ofereix el destí. També és recomanable tenir un dossier de producte físic que pugui estar disponible en els diversos punts d'informació (o per exemple, seguint el sistema PIT que proposa la Diputació de Barcelona) o també a les empreses participants, així com la possibilitat d'adaptar la informació a les plataformes <i>on line</i> , tant web com aplicació mòbil. Tanmateix, els productes cal renovar-los periòdicament d'acord amb l'èxit aconseguit i la innovació.		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Conversió dels recursos turístics Parc de l'Hostal del Fum i Parc Natural de Gallecs en producte turístic, mitjançant espais especialitzats en natura i esport. • Augment de la comercialització del destí. • Major visualització de l'oferta bàsica i complementària. • Dissenyar activitats continuades per al turista visitant. • Foment de la col·laboració pública-privada i privada-privada. • Professionalització del sector turístic. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Disseny i edició de dossier sobre els dos espais naturals i activitats.	Inicial	Alta	Ajuntament
2. Adaptació del catàleg a format digital.	Inicial	Alta	Ajuntament
3. Disseny del Pla de comercialització	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

EIX 2: TURISME NATURA I ESPORT			
MESURA 6.3. CONTROL I SEGUIMENT. INFORMES DE VALORACIÓ			
Observacions del desenvolupament de la mesura	Per conèixer el grau d'èxit del producte, és recomanable realitzar informes de control i seguiment mesurant els resultats obtinguts, i poder actualitzar convenientment el producte segons les desviacions detectades i/o noves tendències.		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el grau de funcionament i èxit del producte "Turisme natura i esport". • Portar a terme les actualitzacions oportunes d'acord amb les desviacions i/o tendències detectades. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Determinació dels indicadors de control i seguiment.	Inicial	Alta	Consell Sectorial de Turisme
2. Realització d'informes de seguiment	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

11.2.7. Eix 3: Turisme social

11.2.7.1. Objectius i justificació de l'Eix 3: Turisme social

EIX 3: TURISME SOCIAL	
Objectiu general:	<p>Enfocament a destacar usos i activitats de caire social o de lleure associades als recursos, promogudes per agents diversos, institucionals o no, i que poden aplegar un volum d'assistents elevat i aportar notorietat al municipi. Desenvolupar un sistema de col·laboració administració-empresa i empresa-empresa per posicionar PSiP com a destí turístic social, aprofitant les característiques especials dels recursos turístics de què disposa el municipi. La definició d'aquest eix respon a la categoria principal del <i>target</i> al qual es dirigiran gran part de les actuacions de promoció: casals de gent gran, associacions de discapacitats, escoles d'educació especial, centres de treball, etc., però sense ser limitador. També hi entren, en aquest eix, altres col·lectius com poden ser empresaris del Polígon de Caldes, o bé directius en general, que podran portar a terme diverses activitats, com per exemple <i>workshops</i> de producte al Castell, jornades tècniques, presentacions, juntes, etc.</p>
Justificació de l'eix:	<p>PSiP compta amb el Castell de Plegamans, com també amb diverses masies amb possibilitats d'aforament diverses per acollir grups. El fet de disposar d'aquests espais possibilita un producte turístic divers, en el sentit de poder oferir espais d'ús privat per fer-hi actes diversos, fins a una oferta de ruta turística aprofitant el fons històric, cultural i arquitectònic que ofereixen les diverses construccions i espais. Des d'espais oberts acollidors d'activitats amb alts aforaments, com poden ser el Parc de Gallecs o el Parc de l'Hostal del Fum, fins a les mateixes masies de Can Malla, Can Maiol, Can Falguera, l'Església de Santa Maria o la Comanda Templera, construccions totes amb interès i capacitat per configurar rutes turístiques, destacant aquelles característiques que més puguin ser d'interès per al <i>target</i> cercat.</p>
Mesures d'actuació:	<p>M.7.1. Disseny del producte "Turisme social" i Pla comercial. M.7.2. Comunicació i comercialització del producte. M.7.3. Control i seguiment. Informes de valoració.</p>

11.2.7.2. Mesures d'actuació de l'Eix 3: Turisme social

EIX 3: TURISME SOCIAL			
MESURA 7.1. DEFINICIÓ DEL PRODUCTE "TURISME SOCIAL"			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>El disseny d'un producte turístic requereix d'esforços previs per part de tots els actors participants, per generar la informació suficient per tal que el turista visitant pugui gaudir d'una experiència singular amb antelació, augmentant el seu interès per conèixer el destí. Per això cal articular correctament els recursos turístics per convertir-los en producte: descripció del producte, itinerari proposat, durada, grandària mínima del grup, estacionalitat i horaris, serveis inclosos, informació de contacte i reserves, possibilitat d'ampliació...</p> <p>La definició de turisme social va lligada a la categoria principal del <i>target</i> al qual es dirigiran gran part de les actuacions de promoció: casals de gent gran, associacions de discapacitats, escoles d'educació especial, centres de treball, etc., o també d'altres col·lectius com poden ser empresaris del Polígon de Caldes, o bé directius en general, que podran portar a terme diverses activitats, com per exemple <i>workshops</i> de producte al Castell, jornades tècniques, presentacions, juntes, etc.</p> <p>Aquesta mesura planteja el concepte "social" en sentit ampli, encara que a partir del concepte clàssic, però sense limitació de <i>target</i>. Requereix calendaritzar bé.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilitzar els agents en la creació de producte bàsic i complementari. • Desenvolupar aliances estratègiques entre els diferents agents implicats, públics i privats, amb la finalitat d'augmentar l'atractiu i el valor afegit del producte turístic concret a desenvolupar. • Dissenyar un Pla comercial per a la posada en funcionament i consolidació del producte turístic. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Estimulació i canalització d'idees (creació de fòrums i xerrades de sensibilització).	Inicial	Alta	Consell Sectorial de Turisme
2. Proposar iniciatives que estimulin els agents a participar en actuacions (clubs de producte, <i>workshops</i> ...).	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

EIX 3: TURISME SOCIAL			
MESURA 7.2. PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ DE TURISME SOCIAL			
Observacions del desenvolupament de la mesura	<p>El turisme social és un dels sectors amb major increment en els últims anys, com s'ha comprovat especialment en l'àrea de Barcelona. És un turisme que cobreix perfectament èpoques de temporada baixa, aplanant l'estacionalitat turística. Per altra banda, com s'ha apuntat en la definició del producte, en un sentit ampli del concepte turisme social, PSiP també té la possibilitat d'oferir els seus recursos turístics a d'altres <i>targets</i> per a esdeveniments privats, igualment en qualsevol època de l'any. És en aquest context on els diferents espais poden ser utilitzats d'una forma superposada als usos dels eixos 1 i 2, amb una bona planificació i coordinació.</p>		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilitzar els agents en la creació de producte turístic-social i complementari. • Desenvolupar aliances estratègiques entre els diferents agents implicats, públics i privats, amb la finalitat d'augmentar l'atractiu i el valor afegit del producte turístic-social a desenvolupar. • Dissenyar un Pla de comercialització per a la posada en funcionament del producte turístic-social. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Estimulació i canalització d'idees (creació de fòrums i xerrades de sensibilització).	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme
2. Proposar iniciatives que estimulin els empresaris i comerciants a participar (Clubs de Producte, <i>workshops</i>...).	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme
3. Disseny del Pla de comercialització.	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

EIX 3: TURISME SOCIAL			
MESURA 7.3. CONTROL I SEGUIMENT. INFORMES DE VALORACIÓ			
Observacions del desenvolupament de la mesura	Per conèixer el grau d'èxit del producte, es recomanable realitzar informes de control i seguiment mesurant els resultats obtinguts, i poder actualitzar convenientment el producte segons les desviacions detectades i/o noves tendències.		
Objectius específics de la mesura	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el grau de funcionament i èxit del producte "Turisme social". • Portar a terme les actualitzacions oportunes d'acord amb les desviacions i/o tendències detectades. 		
Actuacions específiques de la mesura	Temporalitat	Prioritat	Promotor
1. Determinació dels indicadors de control i seguiment	2n any	Alta	Consell Sectorial de Turisme
2. Realització d'informes de seguiment	Cada any	Alta	Consell Sectorial de Turisme

12. PROPOSTA DE CRONOGRAMA DE MESURES

LÍNIES / EIXOS	MESURES	Any n				Any n+1				Any n+2				RESPONSABLE
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
LÍNIA 1: GOVERNANÇA TURÍSTICA	Creació d'un Consell Sectorial de Turisme													Ajuntament
	Implementació del Pla Estratègic. Control i seguiment													Ajuntament
	Intel·ligència turística (seguiment i aprofitament estadístiques i estudis)													Ajuntament
	Pla de comunicació i posicionament de marca del destí													Consell Sectorial de Turisme
LÍNIA 2: ADEQUACIÓ DEL DESTÍ	Programa de mentalització i sensibilització com a destí turístic													Ajuntament
	Programa d'equipaments, dotacions i senyalització turística													Ajuntament
	Foment de la Qualitat Turística (segells): Biosphere, SICTED													Ajuntament
	Programa de capacitació dels professionals en el destí													Ajuntament
	Programa de capacitació d'emprenedors i inversors en el destí													Ajuntament
	Adequació del destí com a <i>smart city</i>													Ajuntament
LÍNIA 3: SINERGIA AMB DESTÍ "BARCELONA"	Serveis de complementarietat i proximitat a turistes compartits													Consell Sectorial de Turisme
	Comunicació i captació de turistes													Consell Sectorial de Turisme
LÍNIA 4: SINERGIA AMB L'ENTORN	Sinèrgia amb el Consorci Turisme V.Occid.i amb Parc N.Gallecs													Ajuntament
	Serveis de complementarietat i proximitat a turistes compartits													Consell Sectorial de Turisme
	Comunicació i captació de turistes													Consell Sectorial de Turisme
EX 1: TURISME CULTURAL, HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC	Definició del producte													Consell Sectorial de Turisme
	Promoció i comercialització del producte													Ajuntament
	Control i seguiment. Informes de valoració													Consell Sectorial de Turisme
EX 2: TURISME NATURA I ESPORT	Delimitació de les zones geogràfiques i calendari anual													Consell Sectorial de Turisme
	Promoció i comercialització dels espais													Ajuntament
	Control i seguiment. Informes de valoració													Consell Sectorial de Turisme
EX 3: TURISME SOCIAL	Definició del producte "Turisme social"													Consell Sectorial de Turisme
	Promoció i comercialització de Turisme social													Ajuntament
	Control i seguiment. Informes de valoració													Consell Sectorial de Turisme

13. RECOMANACIONS D'IMPLEMENTACIÓ DEL PE


A continuació s'exposen un seguit de recomanacions i suggeriments per abordar la implementació del **PE** a PSiP, amb la finalitat que els responsables de l'Ajuntament i/o del Consell Sectorial de Turisme, si escau, puguin adaptar la proposta de full de ruta presentada en el punt anterior, tenint presents totes les restriccions que qualsevol projecte de llarg abast pot comportar:


1. Programar l'execució del **PE** tenint en consideració l'impacte de l'efecte de les mesures, actuacions i accions en el curt i llarg termini.
2. Considerar i preveure l'esforç econòmic en termes de pressupost anual que serà necessari per cada mesura.
3. Estimar els recursos humans i la seva dedicació que hauran d'intervenir en l'execució de les mesures del Pla, acotant els recursos necessaris interns de l'Ajuntament i els externs (en les fitxes d'accions de l'Annex es mostra una previsió d'hores a dedicar per part de l'Ajuntament en cada acció).
4. Per cada mesura és recomanable assignar un sol responsable, que haurà de coordinar totes les actuacions i accions que se'n derivin.
5. Així mateix, és recomanable que cada línia i eix tingui un sol responsable, sigui de l'Ajuntament o del Consell que es proposa.
6. Per últim, els tres objectius que ha de cobrir el Pla, i que són la finalitat última del PE, hauran de ser avaluats, gestionats i dirigits per l'Ajuntament, com a principal promotor i impulsor del turisme a PSiP.


En l'Annex es proposen un conjunt d'accions concretes per donar contingut pràctic a les 24 mesures exposades, amb voluntat de no exhaustivitat i com a exemple d'altres accions que puguin ser aportades en seu del proposat Consell Sectorial de Turisme.


AUREN CONSULTORES SP, S.L.P.


ANNEX: EXEMPLE PROPOSTA D'ACCIONS


		Fitxa núm.: M 1.1	
Referència Objectiu O1	Referència LÍNIA / EIX L1	Referència MESURA M 1.1	Data emissió 06-09-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC CREAM CONSCIÈNCIA DE MUNICIPI TURÍSTIC		Nom de la LÍNIA / EIX GOVERNANÇA TURÍSTICA	
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ CREACIÓ D'UN CONSELL SECTORIAL DE TURISME		Nom de l'ACCIÓ OBJECTIUS, COMPOSICIÓ I NORMES DE FUNCIONAMENT	
Descripció Acció a realitzar amb caràcter prioritari com a inici del desplegament del Pla. Els objectius que guiaran el funcionament d'aquest òrgan coincideixen amb els objectius del mateix Pla. La composició hauria de ser pública-privada aglutinant el màxim de voluntats, tant de l'àmbit polític com econòmic del municipi. Els membres seran els representants de les principals associacions o agrupacions d'activitats lucratives (comerciants, empresaris, etc.), però també de no lucratives, les primeres per vetllar el seguiment de criteris de viabilitat, promoció i comercialització, i les segones per intervenir en la definició del producte i la posada en valor dels recursos turístics. També hi poden intervenir persones expertes i compromeses, a títol individual. El Consell tindrà un màxim de 10 persones incloent-hi dos representants de l'Ajuntament, una de les quals tindrà vot de qualitat en cas d'empat.			
Objectius operatius de l'acció Objectiu general: assegurar una estructura mínima de funcionament per a l'execució del Pla. Objectius específics: 1) Assignar funcions i responsabilitats als membres. 2) Determinar la normativa de funcionament. 3) Definir l'agenda de reunions, convocatòries, actes, etc.			
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Termini Acció execució (mesos)	Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)
5	5	3	4 Alt
Molt alt	Molt alt		Involucració diverses regidories
Interrelació amb altres accions Alta			
Impactes positius previstos Ordenar les accions que desenvolupen el Pla i en permeten fer un seguiment en termes de resultats previstos i reals. Permet la correcció de desviacions del Pla a temps.		Riscos previstos Dispersió de responsabilitats i risc de descoordinació.	
		Dedicació estimada Ajuntament: 75 hores/ 1 vegada	
Responsable de l'Acció Regidoria de Comerç i Turisme			
Possibles col·laboradors Consell Sectorial de Turisme			


		Fitxa núm.: M 1.2	
Referència Objectiu O1	Referència LÍNIA / EIX L1	Referència MESURA M 1.2	Data emissió 10-10-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC CREAM CONSCIÈNCIA DE MUNICIPI TURÍSTIC		Nom de la LÍNIA / EIX GOVERNANÇA TURÍSTICA	
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA		Nom de l'ACCIÓ RECERCA INFORMACIÓ ESTADÍSTICA	
Descripció Identificar i fer seguiment de les fonts d'informació supramunicipal on hi ha informació de caire estadístic sobre matèria turística, tant a nivell de municipis com de comarques, Catalunya i nacional. Aquesta informació ha de servir per adquirir un coneixement exhaustiu del sector turístic amb l'objectiu d'identificar tendències o modes, que pugui servir per reorientar, allà on calgui, el producte turístic ofert des de PSiP, com també l'oferta complementària de serveis (restauració, transport, sanitat, comerç, etc.). Es pot complementar aquesta base de coneixement amb diferents formacions que es fan, tant des de la Diputació de Barcelona com de l'Agència Catalana de Turisme, o el mateix Consell Comarcal.			
Objectius operatius de l'acció <u>Objectiu general:</u> obtenir coneixement en l'àmbit turístic general. <u>Objectius específics:</u> 1) Recerca de web com, Labturisme de la Diputació de Barcelona, IDESCAT, INE, assistència a cursos i seminaris. 2) Elaborar informes adaptats a PSiP a partir de la informació recercada. 3) Publicar regularment aquests estudis o parts d'ells, per mantenir i fomentar la difusió del coneixement turístic.			
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) 3 Mitjà	Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) 3 Mitjà	Termini Acció execució (mesos) 3	Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) 2 Baix Involucració Regidoria
Interrelació amb altres accions Alta			
Impactes positius previstos Ajudarà que els diferents agents del municipi prenguin consciència sobre noves tendències en matèria turística, fomentant noves iniciatives a partir del coneixement obtingut.		Riscos previstos Es requereix continuïtat tant en la recerca com en la difusió.	
		Dedicació estimada Ajuntament: 50 hores/ any	
Responsable de l'Acció Regidoria de Comerç i Turisme			
Possibles col·laboradors Consell Sectorial de Turisme			


		Fitxa núm.: M 2.2					
Referència Objectiu	O1	Referència LÍNIA / EIX	L2	Referència MESURA	M 2.2	Data emissió	10-10-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC				Nom de la LÍNIA / EIX			
CREAR CONSCIÈNCIA DE MUNICIPI TURÍSTIC				ADEQUACIÓ DEL DESTÍ			
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ				Nom de l'ACCIÓ			
PROGRAMA DE MENTALITZACIÓ I SENSIBILITZACIÓ COM A DESTÍ TURÍSTIC / SENSIBILITZACIÓ DE L'ATENCIÓ AL TURISTA				ADEQUACIÓ DEL DESTÍ COM A <i>SMART CITY</i>			
Descripció							
<p>Acció encaminada a millorar la comunicació viària al municipi. Aquesta acció reverteix positivament als ciutadans i als turistes, pel fet que hi hagi senyalitzacions clares per a tothom. El fet que es trobi fàcilment la ubicació millora el trànsit, redueix contaminació i millora el benestar de les persones que no perden un temps innecessari. Tots aquests factors repercuteixen en el benestar a PSiP.</p> <p>L'objectiu és millorar les senyalitzacions al municipi, en general, i també les indicacions en els recursos turístics. Un turista no només buscarà un recurs, després de visitar el recurs és possible que vulgui visitar el centre del municipi o senzillament buscar un restaurant, per tant és molt important millorar els indicadors, facilitar pàrquings, indicar clarament els diferents recursos disponibles. L'aportació d'eines tecnològiques diferents i innovadores sota el concepte <i>smart city</i> és fonamental.</p>							
Objectius operatius de l'acció							
<p><u>Objectiu general:</u> reforçar la informació i comunicació del municipi.</p> <p><u>Objectius específics:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Dissenyar les senyalitzacions de PSiP, tant per als turistes com per als habitants. 2) Harmonitzar la comunicació física i la virtual. 3) Plantejar estratègies per millorar la mobilitat i el comerç municipal. 							
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Termini Acció execució (mesos)		Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	
4		4		2 per any		4 Mitjà	
Alt		Alt		Involucració		Regidoria Turisme	
Interrelació amb altres accions							
Alta							
Impactes positius previstos				Riscos previstos			
Millorar la mobilitat i reduir temps per arribar als recursos.				La inversió pot arribar a ser elevada.			
Dedicació estimada Ajuntament:						250 hores/ 1 vegada	
Responsable de l'Acció							
Regidoria de Comerç i Turisme							
Possibles col·laboradors							
Consell Sectorial de Turisme							


		Fitxa núm.: M 2.1					
Referència Objectiu	O1	Referència LÍNIA / EIX	L2	Referència MESURA	M 2.1	Data emissió	06-09-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATEGIC				Nom de la LINIA / EIX			
CREAR CONSCIÈNCIA DE MUNICIPI TURÍSTIC				ADEQUACIÓ DEL DESTÍ			
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ				Nom de l'ACCIÓ			
PROGRAMA DE MENTALITZACIÓ I SENSIBILITZACIÓ COM A DESTÍ TURÍSTIC / SENSIBILITZACIÓ DE L'ATENCIÓ AL TURISTA				XERRADES D'EXPERTS I FÒRUMS DE DEBAT			
Descripció							
<p>Acció encaminada a fomentar la mentalització i la sensibilització del potencial turístic municipal associat als recursos turístics: xerrades i fòrums de debat amb la participació com a ponents d'experts en matèria turística.</p> <p>Adreçades a participants involucrats directament en el tracte amb el turista: restauradors, comerciants, expositors, etc.</p> <p>Objectiu mínim: dues sessions de conscienciació anual.</p>							
Objectius operatius de l'acció							
<p><u>Objectiu general:</u> reforçar el convenciment de la potencialitat turística municipal i la necessitat de millora del servei al visitant.</p> <p><u>Objectius específics:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Dissenyar el missatge de les xerrades, contingut, material a lliurar als assistents, calendari i horaris. 2) Cercar experts en matèria turística i homogeneïtzar missatges i continguts. 3) Disseny promocional i difusió de la xerrada. 							
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Termini Acció execució (mesos)		Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	
4		4		2 per any		3 Mitjà	
Alt		Alt		Involucració		Regidoria Turisme	
Interrelació amb altres accions							
Mitjana: és una acció autònoma i atemporal. Es recomana una primera acció al començament del Pla.							
Impactes positius previstos				Riscos previstos			
Voluntats alineades en matèria turística del màxim de ciutadans, especialment els professionals. Accions úniques i coordinades i missatges homogenis als turistes.				Risc d'aflorar les prioritats sectorials i els interessos particulars per sobre dels interessos generals de la ciutadania de PSiP.			
Dedicació estimada Ajuntament:						30 hores/ any	
Responsable de l'Acció							
Regidoria de Comerç i Turisme							
Possibles col·laboradors							
Consell Sectorial de Turisme							


		Fitxa núm.: M 3.1					
Referència Objectiu	O2	Referència LÍNIA / EIX	L3	Referència MESURA	M 3.1	Data emissió	06-09-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC				Nom de la LÍNIA / EIX			
SINERGIA AMB ALTRES DESTINACIONS I ORGANISMES				SINERGIA AMB EL DESTÍ TURÍSTIC BARCELONA			
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ				Nom de l'ACCIÓ			
NEGOCIAR PAQUETS TURÍSTICS AMB TUOPERADORS				CONFECCIÓ DE CATÀLEG PER A TUOPERADORS			
Descripció							
Confeccionar o recopilar el disseny gràfic dels recursos turístics d'interès com també els continguts tècnics i la informació comercial i logística útil, composant un catàleg per a la seva presentació a empreses de turoperadors, amb l'objectiu de posar en valor l'interès dels recursos de PSiP com a complement a les visites turístiques dels seus clients a Barcelona.							
Objectius operatius de l'acció							
<u>Objectiu general:</u> promocionar i donar a conèixer els recursos de PSiP, fent veure l'interès pel turoperador. <u>Objectius específics:</u> 1) Dissenyar el missatge del catàleg i contingut, d'acord amb el <i>target</i> a qui anirà dirigit (el turoperador). 2) Adequar el catàleg <i>off</i> i <i>on line</i> . 3) Actualitzar el catàleg periòdicament amb noves propostes.							
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Termini Acció execució (mesos)		Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	
4		4		6 mesos		3 Mitjà	
Alt		Alt		Involucració		Regidoria Turisme	
Interrelació amb altres accions							
Alta: segons la posada en funcionament i adequació dels recursos turístics i activitats proposades.							
Impactes positius previstos				Riscos previstos			
Adequar una oferta estandarditzada permet obtenir diversos avantatges en coordinació, logístics, administratius, etc. Possible accés a volums elevats de visitants.				Els grans turoperadors solen imposar comissions altes que poden fer poc atractiu el preu per a un visitant mitjà.			
Dedicació estimada Ajuntament:						100 hores/ 1r any	
Responsable de l'Acció							
Regidoria de Comerç i Turisme							
Possibles col·laboradors							
Consell Sectorial de Turisme							

		Fitxa núm.: M 3.2	
Referència Objectiu	O2	Referència LÍNIA / EIX	L3
Referència MESURA	M 3.2	Data emissió	10-10-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC		Nom de la LÍNIA / EIX	
SINERGIA AMB ALTRES DESTINACIONS I ORGANISMES		SINERGIA AMB EL DESTÍ TURÍSTIC BARCELONA	
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ		Nom de l'ACCIÓ	
COMUNICACIÓ I CAPTACIÓ DE TURISTES		OFERTA ADREÇADA ALS VISITANTS DELS POLÍGONS	
Descripció			
<p>Actualment hi ha una empresa del polígon industrial que està portant persones interessades a comprar els seus productes des de Barcelona.</p> <p>Es tractaria, doncs, d'aprofitar aquests tipus d'oportunitats, atès el volum de gent que arriba als polígons de PSiP, oferint programes de visites als recursos, complementats amb l'ofertament de tots els serveis que poden trobar a PSiP: restauració, comerç, etc.</p>			
Objectius operatius de l'acció			
<p><u>Objectiu general:</u> Estructurar una oferta personalitzada en la qual es facilitin visites o activitats als recursos, per persones que vulguin aprofitar el viatge a PSiP.</p> <p><u>Objectius específics:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Facilitar uns itineraris de visita als recursos amb diferents opcions. 2) Facilitar als turistes una visita guiada. 3) Captar les necessitats dels visitants a partir de l'experiència viscuda i millorar l'oferta. 			
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Termini Acció execució (mesos)	Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)
4	4	Cada any	4 Mitjà
Alt	Alt	Involucració	Regidoria Turisme
Interrelació amb altres accions			
Alta			
Impactes positius previstos		Riscos previstos	
Major connexió dels polígons amb el municipi. Millorar la visibilitat del municipi per als visitants - compradors dels polígons.		Vèncer la restricció inicial del visitant a realitzar activitats, més enllà de la mateixa planificació inicial de la visita.	
Dedicació estimada Ajuntament:		150 hores/ 1r any	
Responsable de l'Acció			
Regidoria de Comerç i Turisme			
Possibles col·laboradors			
Consell Sectorial de Turisme			


		Fitxa núm.: M 4.1	
Referència Objectiu	O2	Referència LÍNIA / EIX	L4
Referència MESURA	M 4.1	Data emissió	06-09-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC		Nom de la LÍNIA / EIX	
SINERGIA AMB ALTRES DESTINACIONS I ORGANISMES		SINERGIA AMB ENTORN: CONSORCI V.OCC., CALDES DE M. I PARC GALLECS	
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ		Nom de l'ACCIÓ	
PLA OPERATIU D'ACTIVITATS		DISSENY DE VISITES GUIADES ALS RECURSOS TURÍSTICS	
Descripció			
<p>L'activitat de la visita guiada als recursos requereix el compromís de complir amb els horaris establerts i les possibles reserves <i>on line</i>. També la possibilitat d'oferir guies turístics facilita la visita i posa en valor el recurs al visitant. Des del Castell a les masies, s'oferirien visites guiades interpretatives de cada recurs, amb un contingut documentat i treballat prèviament, complementant l'oferta a visitants de l'entorn més pròxim.</p>			
Objectius operatius de l'acció			
Objectiu general: ordenar un calendari de visites amb possibilitat de reserves <i>on line</i> .			
Objectius específics:			
<ol style="list-style-type: none"> 1) Optimitzar les visites als recursos. 2) Coordinar i homogeneïtzar la informació dels recursos amb el Consorci de Turisme del V. Occidental. 3) Actualitzar la informació periòdicament. 			
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Termini Acció execució (mesos)	Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)
4	4	3 mesos	4 Alta
Alt	Alt	Involucració	Diverses regidories
Interrelació amb altres accions			
Alta: segons la posada en funcionament i adequació dels recursos turístics i activitats proposades.			
Impactes positius previstos		Riscos previstos	
Adequar una oferta estandarditzada permet obtenir diversos avantatges en coordinació, logístics, administratius, etc. Possible accés a visitants compartits amb l'entorn pròxim.		L'interès dels recursos de PSiP per a un turista compartit pot resultar ser un interès residual per complementar una jornada de visites a indrets propers.	
Dedicació estimada Ajuntament:		125 hores/ 1r any	
Responsable de l'Acció			
Regidoria de Comerç i Turisme			
Possibles col·laboradors			
Consell Sectorial de Turisme			


		Fitxa núm.: M 4.2	
Referència Objectiu O2	Referència LÍNIA / EIX L4	Referència MESURA M 4.2	Data emissió 10-10-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC SINERGIA AMB ALTRES DESTINACIONS I ORGANISMES		Nom de la LÍNIA / EIX SINERGIA AMB ENTORN: CONSORCI V.OCC., CALDES DE M. I PARC GALLECS	
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ PLA OPERATIU D'ACTIVITATS		Nom de l'ACCIÓ DISSENY D'UN PLA DE COMUNICACIÓ	
Descripció Fer un inventari de les activitats que promouen altres agents institucionals en relació amb el municipi de PSiP. A partir d'aquest coneixement, el disseny del Pla de Comunicació haurà de complementar aquelles informacions sobre els recursos turístics i activitats relacionades amb el municipi. El disseny haurà de considerar l'oferta de <i>packs</i> turístics, aportant informació de serveis complementaris per als visitants (restauració, comerç, etc.). Escollir els canals de comunicació més eficients per comunicar els continguts, tant siguin de l'Ajuntament com d'altres institucions en relació amb el municipi.			
Objectius operatius de l'acció <u>Objectiu general:</u> ordenar i encaixar la comunicació de l'Ajuntament amb els altres organismes institucionals, per tal que sigui al més eficient possible. <u>Objectius específics:</u> 1) Que la comunicació sobre els recursos i activitats arribi de forma estructurada i amb continguts homogenis als turistes. 2) Potenciar la col·laboració amb d'altres institucions que puguin fer activitats a PSiP i aprofitar-ne les sinergies. 3) Assegurar que la comunicació <i>off line</i> i <i>on line</i> es fan correctament en temps i en hora.			
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) 4 Alt	Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) 4 Alt	Termini Acció execució (mesos) 3 mesos	Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) 4 Alta Involucració Diverses regidories
Interrelació amb altres accions Alta			
Impactes positius previstos El fet de destacar aquells elements més rellevants, explicant els avantatges que podrà gaudir el turista interessat en l'oferta, reforça la decisió de compra.		Riscos previstos Dificultat a l'hora de destacar de forma clara una oferta diferenciadora i complementària a l'oferta comunicada pels diferents actors institucionals.	
Responsable de l'Acció Regidoria de Comerç i Turisme		Dedicació estimada Ajuntament: 200 hores/ 1r any	
Possibles col·laboradors Consell Sectorial de Turisme			

		Fitxa núm.: M 5.1										
Referència Objectiu O3	Referència LÍNIA / EIX E1	Referència MESURA M 5.1	Data emissió 06-09-18									
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC DESENVOLUPAR PRODUCTE TURÍSTIC PROPI		Nom de la LÍNIA / EIX TURISME CULTURAL, HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC										
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ DEFINICIÓ DEL PRODUCTE I PLA D'ACCIÓ		Nom de l'ACCIÓ DISSENY DE RUTES GUIADES A LES MASIES										
Descripció L'activitat de ruta guiada a les masies de PSiP requereix el compromís de complir amb els horaris establerts i l'atenció de les possibles reserves <i>on line</i> . També la possibilitat d'oferir visites guiades potencia l'experiència de la visita i augmenta el valor del recurs al visitant. Les masies de PSiP poden oferir un relat cultural, històric i arquitectònic per configurar un producte propi.												
Objectius operatius de l'acció Objectiu general: tangibilitzar un producte propi. Objectius específics: 1) Optimitzar les visites als recursos. 2) Recopilar i documentar les principals característiques definitòries del possible interès del visitant per cadascuna de les masies. 3) Actualitzar la informació periòdicament innovant en diferents activitats que complementin la visita guiada.												
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) <table border="1"> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>Alt</td></tr> </table>	4	Alt	Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) <table border="1"> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>Alt</td></tr> </table>	4	Alt	Termini Acció execució (mesos) <table border="1"> <tr><td>6 mesos</td></tr> </table>	6 mesos	Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt) <table border="1"> <tr><td>4</td><td>Alta</td></tr> <tr><td colspan="2">Regidoria Turisme</td></tr> </table>	4	Alta	Regidoria Turisme	
4												
Alt												
4												
Alt												
6 mesos												
4	Alta											
Regidoria Turisme												
Interrelació amb altres accions Mitjana: acció independent, però coordinada amb altres accions de promoció.												
Impactes positius previstos Fer tangible un producte turístic únic facilita la comunicació als potencials interessats i augmenta els resultats de les accions promocionals.		Riscos previstos Alguna masia amb dificultats d'identificar característiques prou atractives per a un visitant de nivell mitjà.										
Dedicació estimada Ajuntament:			75 hores/ 1r any									
Responsable de l'Acció Regidoria de Comerç i Turisme												
Possibles col·laboradors Consell Sectorial de Turisme												

		Fitxa núm.: M 5.2					
Referència Objectiu	O3	Referència LÍNIA / EIX	E1	Referència MESURA	M 5.2	Data emissió	10-10-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC				Nom de la LÍNIA / EIX			
DESENVOLUPAR PRODUCTE TURÍSTIC PROPI				TURISME CULTURAL, HISTÒRIC I ARQUITECTÒNIC			
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ				Nom de l'ACCIÓ			
DEFINICIÓ DEL PRODUCTE I PLA D'ACCIÓ				PLA DE PROMOCIÓ D'ACTIVITATS EN CADA RECURS			
Descripció							
<p>Concretar amb els diferents actors les activitats a desenvolupar per cada àmbit (cultural, històric i arquitectònic) tenint en consideració els recursos turístics com a marc receptor de les activitats.</p> <p>Contactar amb les associacions especialitzades en aquests àmbits, informant sobre els diferents recursos de PSiP. Donar suport i homogeneïtzar les diferents comunicacions.</p> <p>Fer partícips les associacions municipals a l'hora de promocionar les activitats als recursos, i també altres col·lectius especialitzats en temàtiques relacionades.</p>							
Objectius operatius de l'acció							
<p><u>Objectiu general</u>: fer més tangible i conegut el producte turístic propi.</p> <p><u>Objectius específics</u>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Optimitzar / Incrementar les visites als recursos. 2) Recopilar i documentar les principals característiques definidores del possible interès del visitant per cada un dels recursos. 3) Actualitzar la informació periòdicament innovant en diferents activitats que complementin la visita als recursos. 							
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Termini Acció execució (mesos)		Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	
4		4		Anualment		4	
Alt		Alt		Involucració		Regidoria Turisme	
Interrelació amb altres accions							
Mitjana: acció independent, però coordinada amb altres accions de promoció.							
Impactes positius previstos				Riscos previstos			
Clarificar i fer visibles les activitats als diferents recursos.				El recurs turístic ha de tenir interès per si mateix en el Pla de Promoció, més enllà de les activitats que s'hi puguin programar.			
Dedicació estimada Ajuntament:						150 hores/ 1r any	
Responsable de l'Acció							
Regidoria de Comerç i Turisme							
Possibles col·laboradors							
Consell Sectorial de Turisme							

		Fitxa núm.: M 6.2					
Referència Objectiu	O3	Referència LÍNIA / EIX	E2	Referència MESURA	M 6.2	Data emissió	10-10-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC				Nom de la LÍNIA / EIX			
DESENVOLUPAR PRODUCTE TURÍSTIC PROPI				TURISME NATURA I ESPORT			
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ				Nom de l'ACCIÓ			
DEFINICIÓ DEL PRODUCTE I DELIMITACIÓ DE LES ZONES I ESPAIS IDONIS				PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ DELS ESPAIS			
Descripció							
<p>Identificar els diferents actors (municipals o no) que proposen accions a la natura i/o esport a PSiP o el seu entorn, i acordar amb ells noves activitats que es puguin realitzar a PSiP.</p> <p>Actualment hi ha molts col·lectius (pàgs. web) que promocionen activitats de vida sana i saludable, que podrien tenir cabuda en alguns espais de PSiP com poden ser el Parc de l'Hostal del Fum o el Parc Natural de Gallecs.</p>							
Objectius operatius de l'acció							
<p><u>Objectiu general:</u> Donar a conèixer les potencialitats dels recursos en l'àmbit esport i natura.</p> <p><u>Objectius específics:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Augmentar la fidelització de les persones interessades en el turisme de natura i esport. 2) Clarificar els espais concrets i les activitats proposades. 3) Buscar patrocinis per a les diferents activitats proposades. 							
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Termini Acció execució (mesos)		Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	
4		4		Anual		4 Alta	
Alt		Alt		Involucració		Diverses regidories	
Interrelació amb altres accions							
Mitjana: acció independent, però coordinada amb altres accions de promoció.							
Impactes positius previstos				Riscos previstos			
Promoció de la vida sana, l'esport i la natura.				Es limita el <i>target</i> a col·lectius determinats: gent sana i esportiva.			
Dedicació estimada Ajuntament:						80 hores/ 1r any	
Responsable de l'Acció							
Regidoria de Comerç i Turisme							
Possibles col·laboradors							
Consell Sectorial de Turisme							

		Fitxa núm.: M 6.1					
Referència Objectiu	O3	Referència LÍNIA / EIX	E2	Referència MESURA	M 6.1	Data emissió	06-09-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC				Nom de la LÍNIA / EIX			
DESENVOLUPAR PRODUCTE TURÍSTIC PROPI				TURISME NATURA I ESPORT			
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ				Nom de l'ACCIÓ			
DEFINICIÓ DEL PRODUCTE I DELIMITACIÓ DE LES ZONES I ESPAIS IDONIS				CREACIÓ DE ZONA DE DESCANS AL PARC DE L'HOSTAL DEL FUM			
Descripció							
Les activitats que es poden fer al Parc de l'Hostal del Fum poden ser potenciades en crear una zona al costat de la masia, que pugui funcionar com a petit bar per oferir refrescos i entrepans, sobretot en dies festius i caps de setmana, i que a la vegada serveixi com a zona d'espera a familiars de participants actius en activitats de <i>running</i> , bicicleta, etc. En disposar de la masia, se'n podria habilitar una part com a bar i, en èpoques de bon temps, aprofitar els espais exteriors tocant de la masia. L'Ajuntament podria treure a concurs públic l'explotació d'aquest espai.							
Objectius operatius de l'acció							
<u>Objectiu general</u> : oferir un servei addicional al mateix parc per als acompanyants dels participants en activitats. <u>Objectius específics</u> : 1) Augmentar la fidelització dels visitants al Parc de l'Hostal del Fum. 2) Millorar les instal·lacions i serveis del Parc. 3) Augmentar la visibilitat del Parc.							
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)		Termini Acció execució (mesos)		Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	
4		4		12 mesos		4 Alta	
Alt		Alt		Involucració		Diverses regidories	
Interrelació amb altres accions							
Mitjana: acció independent, però coordinada amb altres accions de promoció.							
Impactes positius previstos				Riscos previstos			
Augmentar el valor del recurs en oferir nous serveis adreçats a acompanyants.				Dificultat en provar la viabilitat econòmica del bar en cas de cedir el recurs en concessió.			
Dedicació estimada Ajuntament:						120 hores/ 1r any	
Responsable de l'Acció							
Regidoria de Comerç i Turisme							
Possibles col·laboradors							
Consell Sectorial de Turisme							

		Fitxa núm.: M 7.1	
Referència Objectiu	O3	Referència LÍNIA / EIX	E3
Referència MESURA	M 7.1	Data emissió	06-09-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC		Nom de la LÍNIA / EIX	
DESENVOLUPAR PRODUCTE TURÍSTIC PROPI		TURISME SOCIAL	
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ		Nom de l'ACCIÓ	
DEFINICIÓ DE LES ACTIVITATS I ELS ESPAIS D'ACOLLIDA		DISSENY D'ACTIVITATS PER A EMPRESES AL CASTELL DE PLEGAMANS	
Descripció			
Les activitats que es poden desenvolupar al Castell són diverses, tot i que l'ús actual com a escola de música i Fundació Folch i Torres en limita altres usos, com per exemple el que es proposa en aquesta acció. Consisteix a poder oferir als empresaris del polígon uns espais per fer presentacions de producte, actes d'empresa, etc., amb la possibilitat de poder oferir catèring i serveis complementaris per a jornades senceres d'un o diversos dies.			
Objectius operatius de l'acció			
Objectiu general: augmentar la visibilitat i els visitants al Castell. Objectius específics: 1) Arribar a un públic professional que pot prescriure posteriors visites al Castell i a la resta de recursos. 2) Aprofitar les possibilitats que pot oferir la proximitat del Castell a la gran quantitat d'empreses del polígon. 3) Posicionar el Castell com un recurs d'alta qualitat.			
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Termini Acció execució (mesos)	Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)
4	4	6 mesos	4 Alta
Alt	Alt	Involucració	Diverses regidories
Interrelació amb altres accions			
Mitjana: acció independent, però coordinada amb altres accions de promoció.			
Impactes positius previstos		Riscos previstos	
Augmentar el valor del recurs en oferir nous serveis adreçats a un públic proper, com és l'empresariat del polígon. Augmenta la capacitat de prescripció.		Combinar diversos usos a la vegada pot frenar les empreses, que busquen intimitat i confidencialitat en els seus actes.	
Dedicació estimada Ajuntament:			50 hores/ 1r any
Responsable de l'Acció			
Regidoria de Comerç i Turisme			
Possibles col·laboradors			
Consell Sectorial de Turisme			

		Fitxa núm.: M 7.2	
Referència Objectiu	O3	Referència LÍNIA / EIX	E3
Referència MESURA	M 7.2	Data emissió	10-10-18
Nom de l'OBJECTIU ESTRATÈGIC		Nom de la LÍNIA / EIX	
DESENVOLUPAR PRODUCTE TURÍSTIC PROPI		TURISME SOCIAL	
Nom de la MESURA / ACTUACIÓ		Nom de l'ACCIÓ	
CONTROL I SEGUIMENT. INFORMES DE VALORACIÓ		REALITZAR LA MEMÒRIA ANUAL	
Descripció			
Es tracta de realitzar una memòria anual de les activitats lligades al turisme social, recopilant informació sobre el volum d'assistents, temporades, incidències de servei, suggeriments i aportacions fetes pels mateixos assistents i, en definitiva, obtenir i centrar coneixement sobre els recursos i les activitats lligades a aquests recursos que s'hagin desenvolupat, aprofitant per millorar l'oferta turística futura.			
Objectius operatius de l'acció			
Objectiu general: Millora contínua de l'oferta turística			
Objectius específics:			
1) Millor aprofitament de la visita al recursos per part dels turistes.			
2) Aprofitar millor les possibilitats per oferir activitats als diferents recursos.			
3) Re posicionar els diferents recursos segons la informació real obtinguda.			
Prioritat Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Impacte Acció (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)	Termini Acció execució (mesos)	Transversalitat (Molt baix=0,1,2,3,4,5= Molt alt)
4	4	6 mesos	4
Alt	Alt		Alta
			Involucració
Diverses regidories			
Interrelació amb altres accions			
Mitjana			
Impactes positius previstos		Riscos previstos	
Augmentar el valor del recurs als visitants		Obtenir consciència de millora però no dur a terme les accions correctores corresponents.	
Dedicació estimada Ajuntament:			50 hores/ any
Responsable de l'Acció			
Regidoria de Comerç i Turisme			
Possibles col·laboradors			
Consell Sectorial de Turisme			