



## Pla d'acció de foment de les indústries basades en la creativitat i el turisme de la Riera de Caldes

Setembre 2015

# ÍNDEX

1. Antecedents .....	2
2. Objectius .....	3
3. Diagnosi.....	4
3.1. L'economia taronja, una aproximació conceptual.....	4
3.2. L'economia taronja al territori: una proposta tipològica.....	5
3.3. L'economia taronja al territori: volum i evolució.....	6
3.4. L'economia taronja al territori: inventari d'establiments.....	9
3.5. L'economia taronja al territori: inventari de recursos turístics.....	10
3.6. L'economia taronja al territori: l'economia cultural, les indústries creatives, les àrees de suport per a la creativitat.....	14
3.7. Mapa d'actors rellevants.....	15
3.8. Conclusions i línies estratègiques a prioritzar.....	16
4. Avenç del pla d'actuació.....	18
4.1. Línies d'actuació transversals.....	18
4.1.1. Educació-formació-atracció de talent .....	18
4.1.2.-Administracions orientades a la generació de nova activitat.....	23
4.1.3.-Governança i PPP.....	24
4.1.4.-Valors de futur: una Riera de Caldes acollidora, oberta, emprenedora, creativa, inclusiva i solidària.....	25
4.2. Activitats artístiques i serveis culturals .....	28
4.3. Sinergia dels subsectors B, C i D amb un possible PECT (estratègia RIS3) .....	30
4.4. Turisme.....	31
4.4.1. Senderisme i BTT.....	31
4.4.2. Fires, festes i esdeveniments.....	33
4.4.3. Patrimoni arquitectònic, històric i museus.....	37
4.4.4. Foment de la qualitat de l'hostaleria .....	41
4.5. Cronograma.....	43
5. Annex.....	46
5.1. Actes de les sessions de participació.....	46
5.2. Enquestes als ajuntaments per a la prioritització de les accions del Pla d'acció de foment de les indústries basades en la creativitat i el turisme de la Riera de Caldes.....	52
5.3. Enquesta a les empreses i entitats basades en la creativitat i el turisme de la Riera de Caldes. Informe de resultats.....	56

## 1. Antecedents

L'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda ha obtingut una subvenció, en el marc de la convocatòria de suport i acompanyament a la planificació estratègica 2014-15, per a l'execució de diversos treballs agrupats sota el títol "Especialitzacions productives a la Riera de Caldes".

Un d'aquests treballs és, segons l'anunci de licitació publicat al perfil de contractant de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda<sup>1</sup>, la REDACCIÓ D'UN PLA D'ACCIÓ DE FOMENT DE LES INDÚSTRIES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL TURISME A LA RIERA DE CALDES.

L'objectiu principal d'aquest projecte és facilitar i conduir l'elaboració d'un Pla Estratègic que ha de ser fonamentalment participatiu i que ha d'assolir la definició de les línies estratègiques principals així com una sèrie de mesures transversals que impulsin el desenvolupament sostenible del turisme i les indústries creatives a l'àmbit territorial de la Riera de Caldes.

És objecte d'aquest document la formulació d'una proposta tècnica per a la realització de l'esmentat pla d'acció, en el marc de la licitació convocada a l'efecte per l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.

---

<sup>1</sup>Vegeu: [https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin\\_pscp/AppJava/notice.pscp?idDoc=10324112&reqCode=viewCn&idCap=595743&](https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_pscp/AppJava/notice.pscp?idDoc=10324112&reqCode=viewCn&idCap=595743&)

## 2. Objectius

L'objectiu principal d'aquest projecte és facilitar i conduir l'elaboració d'un Pla Estratègic que ha de ser fonamentalment participatiu i que ha d'assolir la definició de les línies estratègiques principals així com una sèrie de mesures transversals que impulsin el desenvolupament sostenible del turisme i les indústries creatives a l'àmbit territorial de la Riera de Caldes.

En síntesi, el treball es planteja estructurat en quatre objectius operatius, que són els següents:

- a) Disposar d'un coneixement exhaustiu i actualitzat de la situació actual del turisme i les indústries creatives a la zona de l'eix de la Riera de Caldes.
- b) Definir una Visió compartida del desenvolupament turístic i les indústries creatives a la zona de l'eix de la Riera de Caldes.
- c) Dissenyar el model de desenvolupament turístic i les indústries creatives a la zona de l'eix de la Riera de Caldes.
- d) Determinar els alineaments estratègics del desenvolupament turístic i les indústries creatives a la zona de l'eix de la Riera de Caldes per als propers anys.

Al seu torn, es plantegen cinc requeriments tècnics (tasques), que són els següents:

1. Conèixer exactament quina és la situació actual, punt de partida, del turisme i de les indústries creatives a la zona de l'eix de la Riera de Caldes.
2. Diagnosticar adequadament els factors clau, interns i externs, favorables i desfavorables per al desenvolupament turístic i les indústries creatives a la zona de l'eix de la Riera de Caldes.
3. Determinar la visió de futur i definir el model de desenvolupament, i els objectius estratègics que condueixin a la seva implementació.
4. Definir les línies estratègiques i elaborar els plans d'acció necessaris per aconseguir els objectius formulats, en un horitzó temporal de 5 anys.
5. Determinar els mecanismes de gestió i control del Pla Estratègic.

En el capítol següent d'aquest document, s'explicita el plantejament i la metodologia que constitueixen el cos de la nostra proposta tècnica.

Amb tot, i producte de l'experiència que significa haver dut a terme el projecte d'Estudi de viabilitat del servei de lloguer de vehicles elèctrics en el mateix àmbit geogràfic i que una de les parts treballades hagués estat la possibilitat d'estendre aquest servei aprofitant els diversos punts d'interès patrimonial de l'àmbit de la Riera de Caldes i de zones perimetrals, ens permet i ens dirigeix cap una sèrie de consideracions que ja s'han apuntat en l'estudi anteriorment mencionat.

### 3. Diagnosi

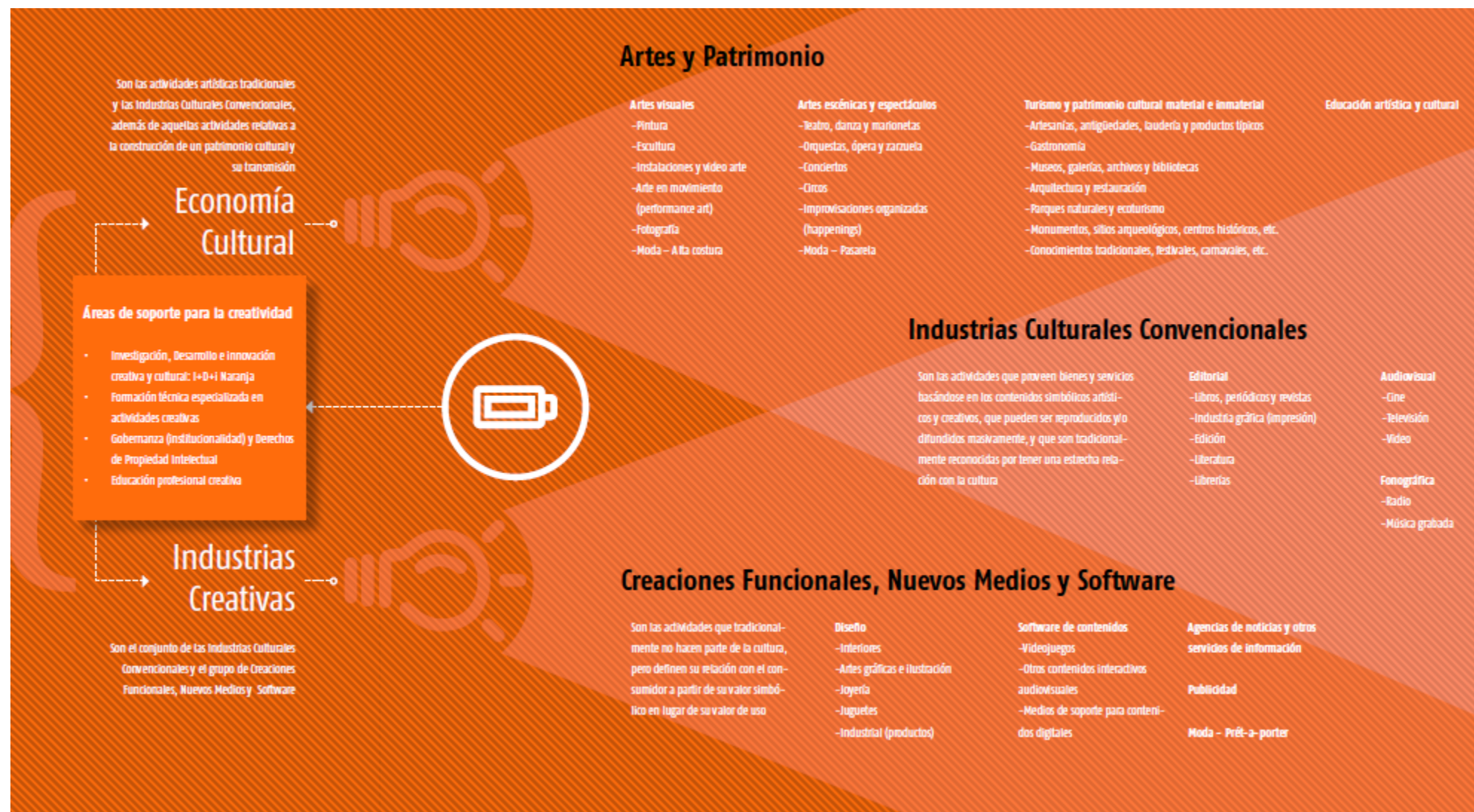
#### 3.1. L'economia taronja<sup>2</sup>, una aproximació conceptual.

L'economia creativa comprèn els sectors en els quals el valor de llurs béns i serveis es fonamenta en la propietat intel·lectual: arquitectura, arts visuals i escèniques, artesanies, cinema, disseny, editorial, recerca i desenvolupament, jocs i joguines, moda, música, publicitat, programari, televisió i ràdio, i videojocs.

John Howkins. *The creative economy*, 2001. <http://www.creativeeconomy.com/john.htm>

L'economia taronja és el conjunt d'activitats que de manera encadenada permeten que les idees es transformin en béns i serveis culturals, el valor de les quals està determinat pel seu contingut de propietat intel·lectual. L'univers taronja està compost per l'economia cultural, les indústries creatives, les àrees de suport per a la creativitat.

*Definició i gràfic de Buitrago i Duque, op. Cit.*



<sup>2</sup> Basat en *La economía naranja, una oportunidad infinita*, Buitrago i Duque. BID, 2013. <http://www.iadb.org/es/noticias/anuncios/2013-10-30/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita,10622.html>

### 3.2. L'economia taronja al territori: una proposta tipològica.

S'estima que l'economia taronja a Catalunya ocupa a l'entorn de **225.000 treballadors, en unes 17.000 empreses, aportant a l'entorn del 3,5% del PIB**. No hi ha, no obstant això, un acord metodològic generalitzat sobre els components de l'economia creativa a considerar, ni sobre les variables d'estudi a emprar<sup>3</sup>. Es fa, doncs, necessari definir una tipologia de caràcter pràctic de les activitats que es tindran en compte a l'anàlisi territorial de l'economia taronja a la Riera de Caldes. A aquest efecte, es realitza una adaptació de les tipologies de Llatxa (2013) i del propi Observatori de la Riera de Caldes (Feiner i Triay, 2012)<sup>4</sup>

#### T) Turisme.

T1. Hostaleria (CCAEE 551, 552, 553, 559, 561, 562).

T2. Altres serveis del turisme.

Activitats de les agències de viatges, operadors turístics i serveis de reserves (CCAEE 79).

Organització de convencions i fires de mostres (CCAEE 823).

Altres activitats esportives, recreatives i d'entreteniment (CCAEE 931 i 932).

#### A) Activitats artístiques i serveis culturals.

A1. Activitats de creació, artístiques i d'espectacles (CCAEE 90).

A2. Activitats de biblioteques, arxius i museus (CCAEE 91).

#### B) Indústries culturals.

B1. Edició de llibres, periòdics i altres activitats d'edició (CCAEE 581).

B2. Edició de programes informàtics (CCAEE 582).

B3. Cinema i vídeo, enregistrament de so (CCAEE 59).

B4. Radio i televisió (CCAEE 60).

#### C) Serveis estratègics.

C1. Publicitat (CCAEE 731 i 732).

C2. Activitats de disseny especialitzat (CCAEE 741).

C3. Serveis tècnics d'arquitectura i enginyeria (CCAEE 711).

C4. Telecomunicacions (CCAEE 61).

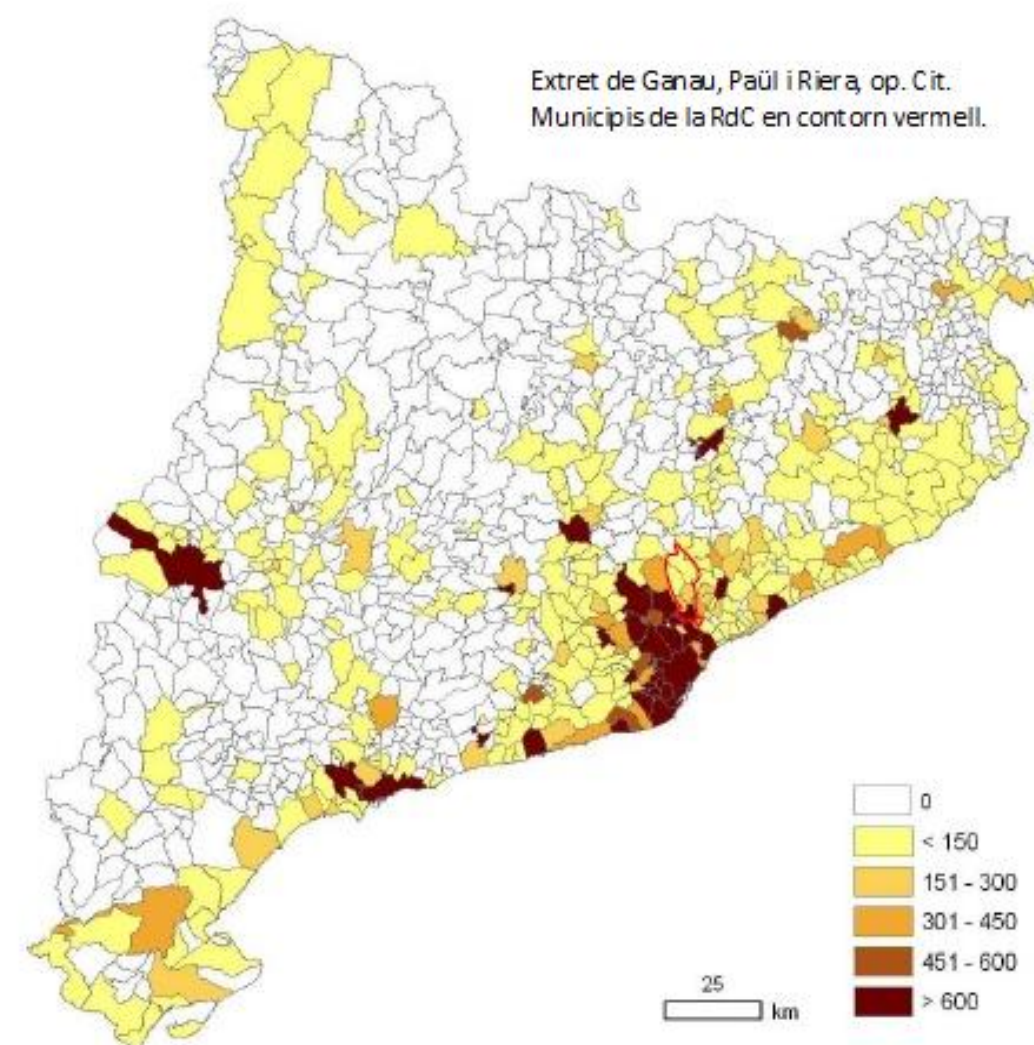
C5. Recerca i desenvolupament (CCAEE 72).

#### D) Altres activitats creatives basades en drets d'autor.

D1. Serveis de tecnologies de la informació (CCAEE 62).

D2. Serveis d'informació (CCAEE 63).

Mapa 7. Total de treballadores en sectors creativos (2009)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Tesorería de la Seguridad Social

<sup>3</sup> Vegeu, a tall d'exemple:

-La distribución de la economía creativa y del conocimiento en Catalunya. Ganau, Paül i Riera, 2012. <http://goo.gl/h1Hzwo>

-Informe Barcelona metròpoli creativa 2013. Ajuntament de Barcelona. <http://goo.gl/l4gv4H>

-El mercat de les indústries culturals i creatives a Europa. Ernst & Young, 2014. <http://goo.gl/xGuaNB>

<sup>4</sup> Vegeu <http://goo.gl/o3MKBJ>

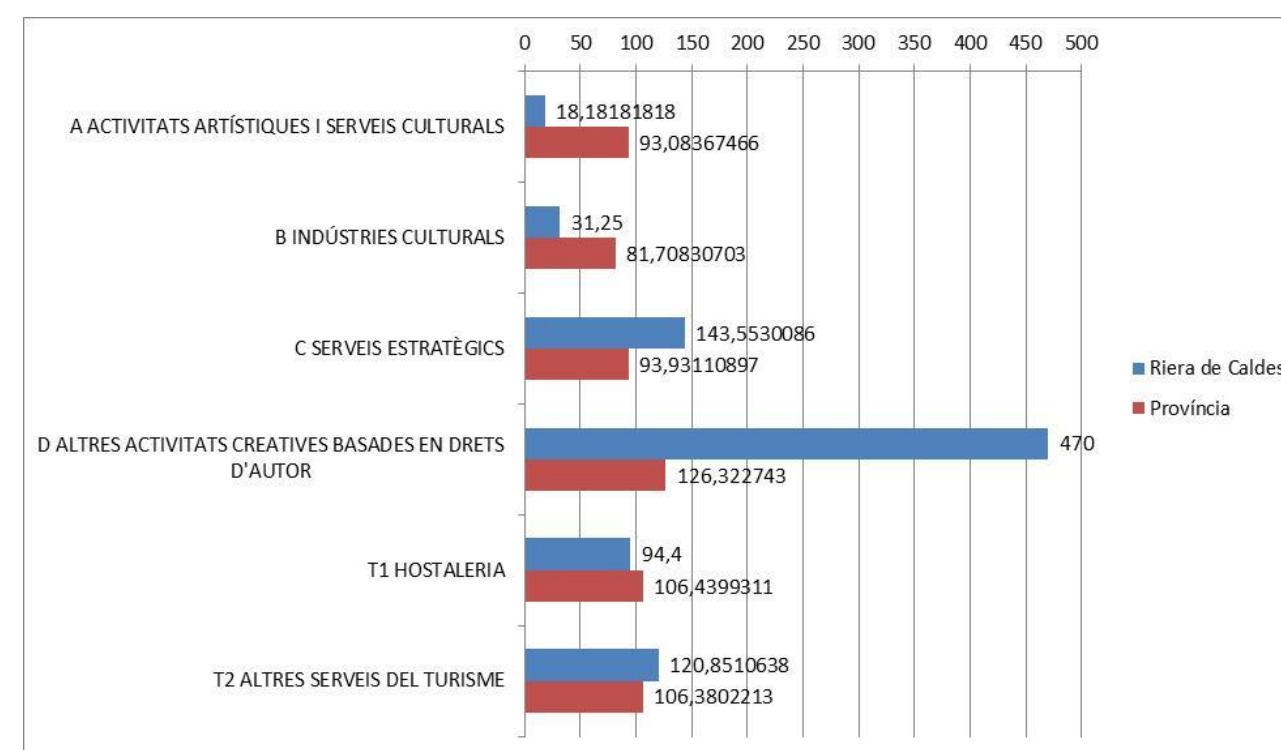
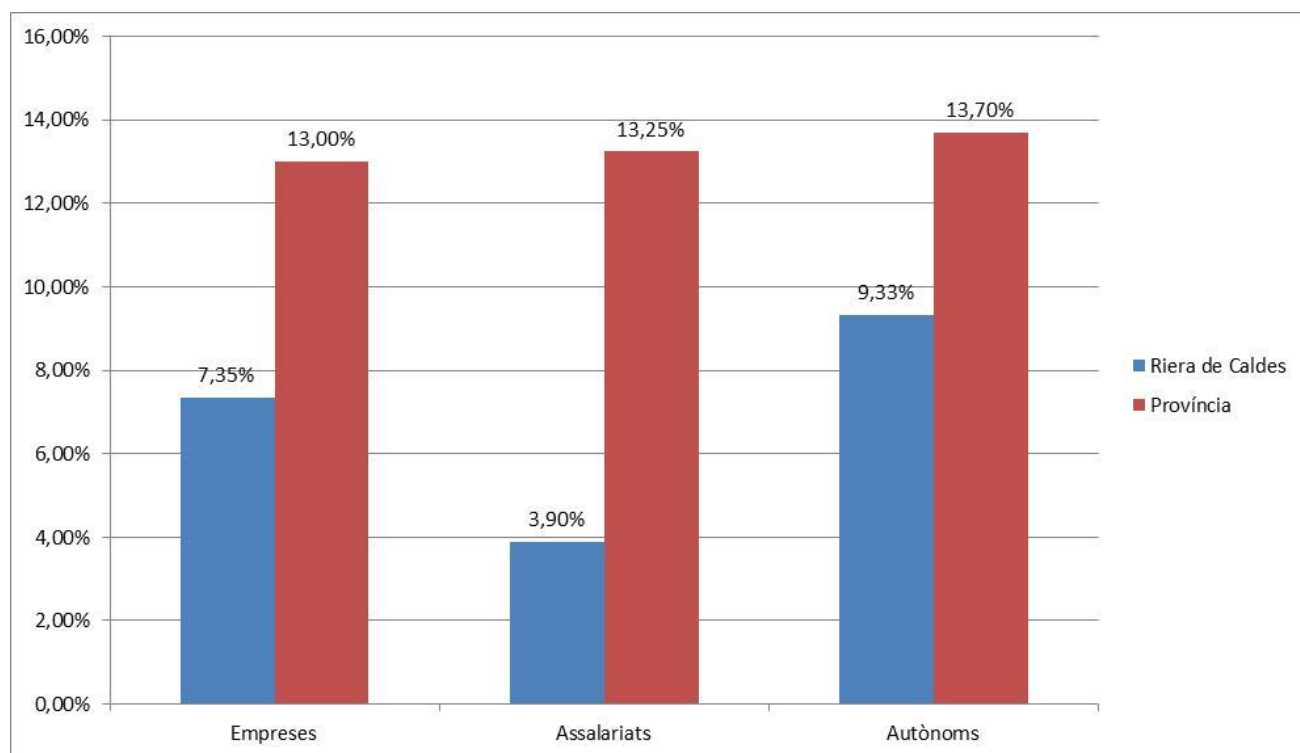
Del grup d'activitats de les Indústries culturals s'han descartat dues: activitats de fotografia (CCAIE 742) i comerç al detall de llibres, periòdics i articles de papereria (CCAIE 4761 i 4762), atès l'elevat nombre d'establiments amb escassa o nul·la activitat creativa que presenten aquests subsectors al territori. Així mateix, s'ha fet una selecció qualitativa dels establiments corresponents als codis CCAIE 62 i 63 per descartar les botigues de material informàtic i establiments de begudes.

### 3.3. L'economia taronja al territori: volum i evolució.

A la Riera de Caldes, en dades de la TGSS (Tresoreria General de la Seguretat Social) corresponents al darrer trimestre de 2014, s'hi comptabilitzen **230 empreses, 1.434 assalariats i 601 autònoms** vinculats a activitats de l'economia taronja. El detall evolutiu 2012-2014 de les mateixes, i la seva comparativa amb el conjunt de la demarcació de Barcelona, es pot visualitzar a l'enllaç <https://drive.google.com/file/d/0B9LdmCmfoBqOMHNIM1NZVFpLSXM/view?usp=sharing>.

Aquests nombres absoluts representen el 7,3% del teixit productiu del territori, el 3,9% de l'ocupació assalariada i el 9,3% dels autònoms, valors significativament inferiors als que representa l'economia taronja en el conjunt de l'activitat econòmica de la província.

En termes d'evolució 2010-2014 (en valor índex, essent el de 2010=100), la Riera de Caldes ha tingut un desenvolupament extraordinàriament positiu en les activitats vinculades als serveis estratègics, les activitats basades en drets d'autor i els serveis associats al turisme. Per contra, l'evolució de les activitats artístiques, les indústries culturals i l'hostaleria ha estat negativa.



Evolució en nombre absolut de 2010 a 2014 de les dades d'afiliació a la TGSS en nombre de comptes de cotització, assalariats i autònoms per als diferents subsectors de l'economia taronja a la Riera de Caldes.

Subsector	Empreses			Assalariats			Autònoms		
	2010	2012	2014	2010	2012	2014	2010	2012	2014
A. ACTIVITATS ARTÍSTIQUES I SERVEIS CULTURALS	4	2	2	11	5	2	41	33	40
B. INDÚSTRIES CULTURALS	14	7	5	32	11	10	31	27	28
C. SERVEIS ESTRATÈGICS	28	23	387	349	214	501	107	124	156
D. ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	6	9	12	10	544	47	46	44	64
T1. HOSTALERIA	129	116	127	625	572	590	224	224	234
T2. ALTRES SERVEIS DEL TURISME	34	37	47	235	237	284	69	75	79
<b>TOTAL</b>	<b>215</b>	<b>194</b>	<b>230</b>	<b>1.262</b>	<b>1.583</b>	<b>1.434</b>	<b>517</b>	<b>527</b>	<b>601</b>



Detall de les dades d'afiliació a la TGSS en nombre de comptes de cotització, assalariats i autònoms per als diferents subsectors de l'economia taronja a la Riera de Caldes, desglossat a 3 dígits de la CCAE. 4rt trimestre de 2014.

Subsector	Activitat	Empreses	Assalariats	Autònoms
A ACTIVITATS ARTÍSTIQUES I SERVEIS CULTURALS	900 -Activitats de creació, artístiques i d'espectacles	0	0	40
A ACTIVITATS ARTÍSTIQUES I SERVEIS CULTURALS	910 -Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals	2	2	0
B INDÚSTRIES CULTURALS	581 -Edició de llibres, periòdics i altres activitats d'edició	2	6	13
B INDÚSTRIES CULTURALS	582 -Edició de programes informàtics	2	2	9
B INDÚSTRIES CULTURALS	591 -Activitats cinematogràfiques, de vídeo i de programes de televisió	1	2	4
B INDÚSTRIES CULTURALS	592 -Activitats d'enregistrament de so i edició musical	0	0	0
B INDÚSTRIES CULTURALS	601 -Activitats de radiodifusió	0	0	2
B INDÚSTRIES CULTURALS	602 -Activitats de programació i emissió de televisió	0	0	0
C SERVEIS ESTRATÈGICS	611 -Telecomunicacions per cable	1	1	3
C SERVEIS ESTRATÈGICS	612 -Telecomunicacions sense fils	0	0	0
C SERVEIS ESTRATÈGICS	613 -Telecomunicacions per satèl·lit	0	0	0
C SERVEIS ESTRATÈGICS	619 -Altres activitats de telecomunicacions	2	3	6
C SERVEIS ESTRATÈGICS	711 -Serveis tècnics d'arquitectura i enginyeria i altres activitats relacionades amb l'assessorament tècnic	17	41	69
C SERVEIS ESTRATÈGICS	721 -Recerca i desenvolupament en ciències naturals i tècniques	6	355	4
C SERVEIS ESTRATÈGICS	722 -Recerca i desenvolupament en ciències socials i humanitats	0	0	17
C SERVEIS ESTRATÈGICS	731 -Publicitat	8	88	41
C SERVEIS ESTRATÈGICS	732 -Estudis de mercat i enquestes d'opinió pública	0	0	4
C SERVEIS ESTRATÈGICS	741 -Activitats de disseny especialitzat	3	13	12
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	620 -Serveis de tecnologies de la informació	6	31	47
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	631 -Processament de dades, hostatge i activitats relacionades; portals web	1	2	4
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	639 -Altres serveis d'informació	5	14	13
T1 HOSTALERIA	551 -Hotels i allotjaments similars	2	37	10
T1 HOSTALERIA	552 -Allotjaments turístics i altres allotjaments de curta durada	0	0	1
T1 HOSTALERIA	553 -Càmpings	1	10	2
T1 HOSTALERIA	559 -Altres tipus d'allotjaments	0	0	3
T1 HOSTALERIA	561 -Restaurants i establiments de menjars	110	484	188
T1 HOSTALERIA	562 -Provisió de menjars preparats per a celebracions i altres serveis de menjars	14	59	30
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	791 -Activitats de les agències de viatges i operadors turístics	10	35	14
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	799 -Altres serveis de reserves i activitats que s'hi relacionen	0	0	3
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	823 -Organització de convencions i fires de mostres	2	11	3
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	931 -Activitats esportives	23	196	22
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	932 -Altres activitats recreatives i d'entreteniment	12	42	37

### 3.4. L'economia taronja al territori: inventari d'establiments.

S'han analitzat, a partir dels censos municipals disponibles i la base de dades Axesor, els establiments existents en l'àmbit de l'economia taronja a la Riera de Caldes i als sistemes territorials més propers\*, amb la finalitat de quantificar la possible competència existent.

\*els municipis més propers del *Catalonia Innovation Triangle* (Badia, Barberà, Cerdanyola, Montcada i Ripollet)

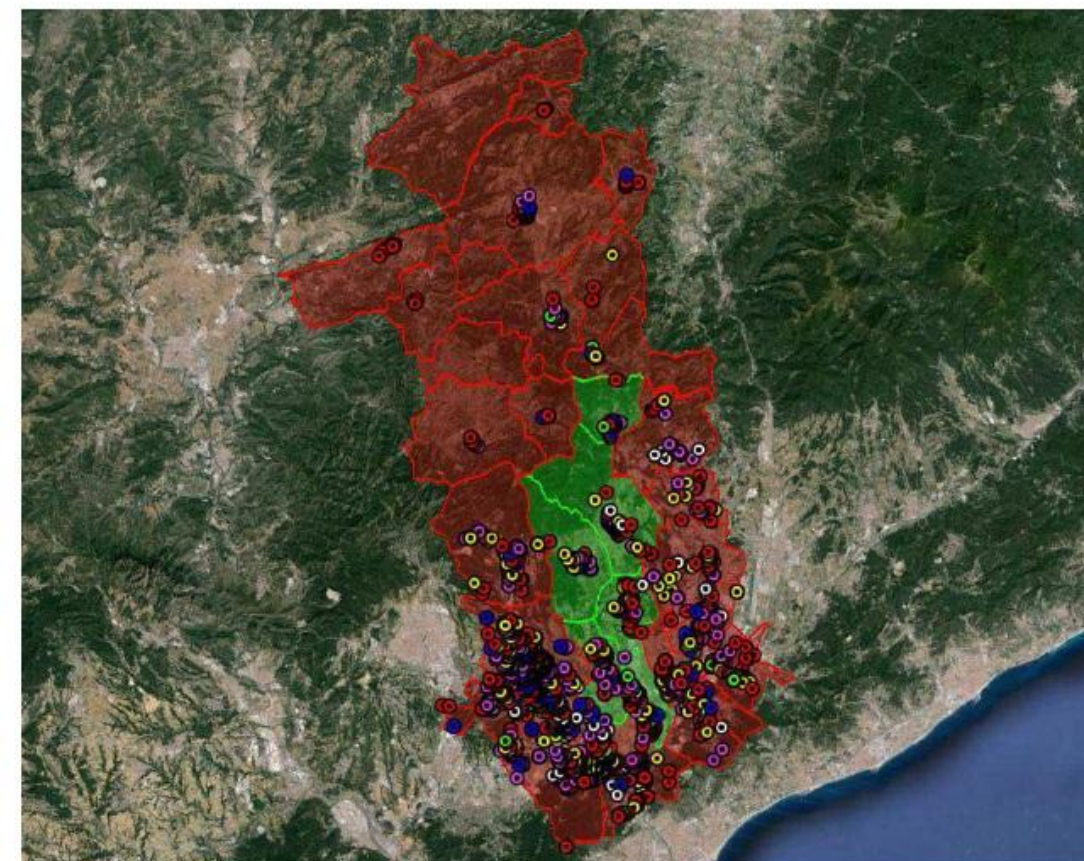
\*el Moianès

\*el sistema territorial de Sabadell (Castellar, Gallifa, Sabadell, Sant Llorenç Savall i Sant Quirze)

\*el Tenes-Besòs

S'han detectat un total de 2.533 establiments, 367 dels quals a la Riera de Caldes. Aquests darrers són objecte d'anàlisi en una enquesta els resultats de la qual s'incorporen com a annex al present treball. La distribució territorial i sectorial dels establiments detectats s'expressa al quadre següent.

<b>EMPRESES</b>	CIT proper	Moianès	<b>Riera de Caldes</b>	Sabadell	Tenes-Besòs	Total general
A ACTIVITATS ARTÍSTIQUES I SERVEIS CULTURALS	6	2	3	12	5	28
B INDÚSTRIES CULTURALS	35	3	8	66	18	130
C SERVEIS ESTRATÈGICS	166	6	70	242	81	565
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	72	3	23	137	44	279
T1 HOSTALERIA	84	11	61	152	60	368
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	39	5	38	97	39	218
<b>TOTALS</b>	<b>402</b>	<b>30</b>	<b>203</b>	<b>706</b>	<b>247</b>	<b>1.588</b>
<b>AUTÒNOMS</b>	CIT proper	Moianès	<b>Riera de Caldes</b>	Sabadell	Tenes-Besòs	Total general
A ACTIVITATS ARTÍSTIQUES I SERVEIS CULTURALS	4		3	3	8	18
B INDÚSTRIES CULTURALS	12	4	8	28	6	58
C SERVEIS ESTRATÈGICS	26	3	17	63	26	135
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR						0
T1 HOSTALERIA	96	32	87	130	105	450
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	82	8	49	80	65	284
<b>TOTALS</b>	<b>220</b>	<b>47</b>	<b>164</b>	<b>304</b>	<b>210</b>	<b>945</b>
<b>TOTAL</b>	CIT proper	Moianès	<b>Riera de Caldes</b>	Sabadell	Tenes-Besòs	Total general
A ACTIVITATS ARTÍSTIQUES I SERVEIS CULTURALS	10	2	6	15	13	46
B INDÚSTRIES CULTURALS	47	7	16	94	24	188
C SERVEIS ESTRATÈGICS	192	9	87	305	107	700
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	72	3	23	137	44	279
T1 HOSTALERIA	180	43	148	282	165	818
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	121	13	87	177	104	502
<b>TOTALS</b>	<b>622</b>	<b>77</b>	<b>367</b>	<b>1.010</b>	<b>457</b>	<b>2.533</b>



Es pot accedir a una visualització detallada dels 2.533 establiments, amb fitxes individualitzades i georeferenciades, a:

-Fusion Tables.

\*Autònoms: <https://www.google.com/fusiontables/DataSource?docid=1rKtH09wXYu5XXicNbiECvLkrCmBUZb-wGQXMbcEU>

\*Empreses: <https://www.google.com/fusiontables/DataSource?docid=1DTS98kFbLyHuS4d8cDRqPTZDC3gA3nDWm5EceFW->

-Google Earth: <https://drive.google.com/file/d/0B9LdmCmfoBqOQllvSHBPcmpXbzQ/view?usp=sharing>

### 3.5. L'economia taronja al territori: inventari de recursos turístics.

S'han detectat, al conjunt de la Riera de Caldes, els següents elements d'interès:

#### Esdeveniments

Caldes de Montbui	La Llagosta	Palau-solità i Plegamans	Polinyà	Santa Perpètua	Sentmenat
-Festa Major. -Aplec de Sant Sebastià. -9º Caminada Popular: La Ruta de St. Sebastià. -Escaldàrium, la festa del foc i l'aigua. -La Capvuitada i Aplec del Remei MIAU, Mostra Internacional d'Art Urbà. -Pessebre Vivent. -TACA'M (Concurs de Teatre Amateur Vila). -Fira d'Antiquaris i BrocanTERS. -25º Fira de Nadal i Mercat d'Artesans. -Fira Botiga. -Fira Sant Jordi. -10º Festival de Titelles Romà Martí Mercat d'Art. -25º Mercat de l'Olla, la Caldera i Artesans. -Mercat Ecològic i artesà. -Caldeja't. -15º Pujada Automobilística. -Jornades Gastronòmiques de la Cirera. Cicle de sopars concert d'estiu. -BEM Festival (Bars Estiu Música). -Festa de Sant Antoni Abat.	-Festa de Nadal, cap d'any i reis. -Carnestoltes (concurs i ball). -Sant Josep (programa d'activitats). -Sant Jordi (llibres i activitat). -Sant Joan. -Castanyada. -Fira Medieval. -Fira de Sant Ponç. -Fira comerciants.	-Fira Medieval- -Fira d'Antiguitats. -Fira de la Terra. -Fira de Sant Jordi. -Fira Palau. -Fira Fora Estocs. -Fira de Santa Llúcia. -Fira Internacional del Formatge (1ª edició). -Cursa Maria Victor. -Festa Major. -Campus Arqueològic.	-Fira Medieval. -Festa Major.	-Fira de Pagesia, Tradició i Gastronomia "Mostra Mogoda". -Fira de BrocanTERS. -Fires de Comerç. -Llotja de Vehicles Clàssics i Motos Antiques. -Fira de Nadal. -Festa major d'estiu. -Festa major d'hivern. -Aplec de Santiga. -Festa de l'Arbre de Santiga. -Aplec de la Sardana.	-Festes de Nadal. -Festa major. -Festival Internacional d'Arpa. -Fira del Cargol. -Fira Medieval.

**Esport i salut**

Caldes	La Llagosta	Palau	Polinyà	Santa Perpètua	Sentmenat
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Golf de Caldes.</li> <li>-L'efervescència balneària.</li> <li>Exposició permanent Museu Thermalia.</li> <li>-Visita Guiada al Circuit de l'Aigua Termal de Caldes.</li> <li>-Hotel Balneari Broquetas.</li> <li>-Hotel Balneari Vila de Caldes.</li> <li>-Hotel Balneari Termes Victòria.</li> <li>-Rutes de natura.</li> <li>-Senders de Caldes.</li> <li>-Càmping Pasqualet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Senderisme.</li> <li>-BTT.</li> <li>-Fondistes (10 km).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Senderisme.</li> <li>-BTT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Senderisme.</li> <li>-BTT.</li> <li>-Hípica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Senderisme.</li> <li>-BTT.</li> <li>-Hípica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Camins i corriols per tot el terme (rutes cap al Puig de la Creu, el Pic del Vent, Sant Sebastià de Montmajor,...)</li> <li>-Pics i turons: El Puig de la Creu, el turó de la Sagrera ...</li> <li>-100 km de camins amb possibilitats d'anar en moto, quad, a cavall, ...)</li> <li>-Riera de Sentmenat (d'utilitat per a ús pedagògic)</li> </ul>
Equipaments esportius Projecte Vallès Natural (CCVOC)					

**Museus i afins**

Caldes	La Llagosta	Palau	Polinyà	Santa Perpètua	Sentmenat
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Museu Thermalia.</li> <li>-Picasso i Manolo Hugué. Exposició permanent.</li> <li>-Museu Romàntic Delger.</li> <li>-Sala Delger.</li> <li>-Museu Farmàcia Codina.</li> <li>-Les Pedreres de Caldes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Arxiu Municipal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Museu Arxiu Fundació Folch i Torres.</li> <li>-Museu de la Pagesia (Can Duran).</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Museu municipal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arxiu municipal: amb documents des del S. XVI.</li> </ul>

**Patrimoni històric i arquitectònic**

Caldes	La Llagosta	Palau	Polinyà	Santa Perpètua	Sentmenat
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pont Romànic.</li> <li>-Torre de la Presó.</li> <li>-Espai Can Rius.</li> <li>-Font del Lleó.</li> <li>-Termes Romanes.</li> <li>-Molí de l'Esclop.</li> <li>-Safareig de la Portalera.</li> <li>-Safareig de la Canaleta.</li> <li>-Safareig dels Calciners.</li> <li>-Banys Termals El Safareig.</li> <li>-Muralla Medieval.</li> <li>-Ermita del Remei.</li> <li>-Església Parroquial de Santa Maria.</li> <li>-Ermita de Sant Sebastià de Montmajor.</li> <li>-Poblat Ibèric Torre Roja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Masia de Can Baquè (pendent rehabilitació).</li> <li>-Masia de Can Peregil.</li> <li>-Masia de la Llebre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Menhir de la Pedra Llarga</li> <li>-Castell de Plegamans</li> <li>-Església de Santa Maria de Palau-solità.</li> <li>-Masia Can Cortès.</li> <li>-Masia Can Malla.</li> <li>-Masia Can Falguera.</li> <li>-El tren de Palau-Parc de l'Hostal del Fum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Via Augusta.</li> <li>-Església romànica (s. XII).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conjunt medieval de Santiga.</li> <li>-Cases de Mogoda.</li> <li>-Castell de Mogoda.</li> <li>-Castell de Can Taió.</li> <li>-Casc antic.</li> <li>-Vapor Arañó.</li> <li>-Masia de ca n'Oller.</li> <li>-Torreferrussa.</li> <li>-Forn romà.</li> <li>-Pou de glaç.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Castell de Sentmenat.</li> <li>- Poblat Ibèric Torre Roja.</li> <li>- Mausoleu romà Can Palau.</li> <li>- Campanar romànic S. XI i espais annexos .</li> <li>- Dolmen Serra Cavallera.</li> <li>- Fonts per tot el terme moltes recent restaurades (Can Rora, La font de la Fagina, La Font de Bou...).</li> <li>- Barraques de Vinya .</li> <li>- Masies-edificis modernistes nucli urbà.</li> <li>- Conjunt Can Milionari.</li> </ul>

**Complementarietat i competència** amb l'oferta turística de les dues comarques del Vallès i el conjunt d'elements d'interès detectats en el procés d'elaboració de l'inventari de productes turístics associats al projecte RiCaVel.

Per a una anàlisi descriptiva detallada de l'oferta turística detectada, es pot consultar:

- Oferta turística del Vallès: <https://drive.google.com/file/d/0B9LdmCmfoBqOQWhzUm41WWw0Qjg/view?usp=sharing>
- Inventari turístic del projecte RiCaVel: <https://drive.google.com/file/d/0B9LdmCmfoBqOaG9oR0dLYXFQQnc/view?usp=sharing>

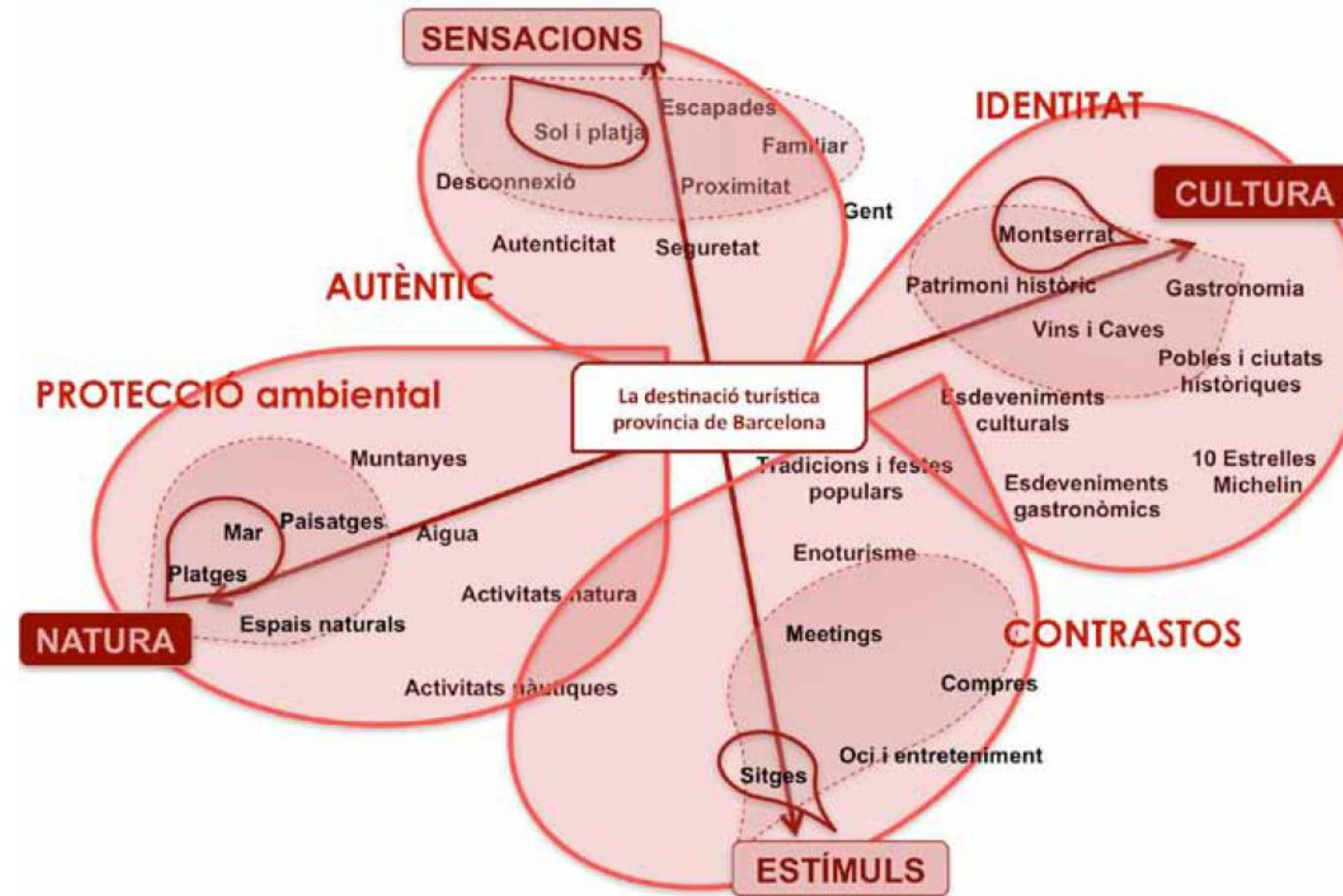
Relació resumida dels productes turístics més rellevants del Vallès, segons el **Pla de màrqueting turístic de la província de Barcelona**<sup>5</sup> (Diputació de Barcelona, 2012)

TIPUS	NOM	MUNICIPI	
PATRIM	La ciutat de Terrassa	Terrassa	1 "ESTRELLA"
GASTR-PROD	DOP Mongeta del Ganxet	Vallès Occidental	8 PRODUCTES "A"
PR	La Seu d'Ègara - Conjunt monumental de les esglésies de Sant Pere	Terrassa	
PR	Monestir de Sant Llorenç del Munt	Matadepera	
CULT-MUS	Museu de Paleontologia Miquel Crusafont	Sabadell	
GASTR-REST.REC	Rest. Capritx (recentment estrella Michelin)	Terrassa	
PI	Vapor Aymerich - Amat i Jover (MNATEC)	Terrassa	
ESD-CULT	Castellers (Patrimoni de la Humanitat-Unesco)	Terrassa	
VGUI	La seu Egara: Conjunt Monumental únic Europa	Terrassa	
PC	Masia Freixa	Terrassa	8 PRODUCTES "B"
CULT-MUS	MNATEC - Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya	Terrassa	
RUT-NAT	Ruta dels 3 Monts	Vallès Occidental	
ESPORT-GOLF	Real Club de Golf el Prat	Terrassa	
PR	Monestir de Sant Cugat del Vallès	Sant Cugat del Vallès	
NAT-PN	Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i Serra de l'Obac	Matadepera	
EST	Campus de la UAB	Bellaterra	
RUT-ALTRES	Ruta Equustur Paisatge Barcelona	Vallès Occidental	

TIPUS	NOM	MUNICIPI	
GAST-REST.REC	Rest. Racó de Can Fabes (3* Michelin i 3 sols Repsol)	Sant Celoni	3 PRODUCTES "ESTRELLA"
NAT-PN	Parc Natural (PN) del Montseny (Reserva Biosfera-Unesco)	Montseny	
ESP-ALTRES	Circuit de Catalunya	Montmeló	
TERMALISME	Termalisme a Caldes de Montbui (dels romans a l'actualitat)	Caldes de Montbui	9 PRODUCTES "A"
TERMALISME	Termalisme a La Garriga (del modernisme a l'actualitat)	La Garriga	
GAST-REST.REC	Rest. Fonda Europa	Granollers	
ESD-ESP	24 hores de Resistència de Motociclisme a Lliçà d'Amunt	Lliçà d'Amunt	
ESD-ESP	Gran Premi de Fórmula 1-Circuit de Catalunya	Montmeló	
ESD-ESP	Mundial Moto GP-Circuit de Catalunya	Montmeló	
COMP-CC	La Roca Village	La Roca del Vallès	
PC	La ciutat de Granollers i la seva Porxada	Granollers	
RUT-NAT	Ruta dels 3 Monts	Vallès Oriental	
CULT-FUND	Fundació Municipal Joan Abelló	Mollet del Vallès	11 PRODUCTES "B"
CULT-MUS	Museu Thermalia	Caldes de Montbui	
MEET-SING	Circuit de Catalunya	Montmeló	
ESD-ESP	24 Hores de Motociclisme (Circuit de Catalunya)	Montmeló	
ESD-ESP	La Mitja (cursa)	Granollers	
VGUI	Ruta modernista per L'Ametlla del Vallès	Ametlla del Vallès	
VGUI	Ruta modernista per Cardedeu	Cardedeu	
VGUI	Visita Cultural Guiada: El Noucentisme a Cardedeu	Cardedeu	
VGUI	Ruta modernista per Granollers	Granollers	
VGUI	Ruta modernista per La Garriga	La Garriga	
VGUI	Ruta Raspall (Ruta modernista Vallès Oriental)	Vallès Oriental	

<sup>5</sup> Vegeu [http://www.diba.cat/c/document\\_library/get\\_file?uuid=e8f3da35-da13-440d-a89f-f8a87d0e39a4&groupId=74348](http://www.diba.cat/c/document_library/get_file?uuid=e8f3da35-da13-440d-a89f-f8a87d0e39a4&groupId=74348)

La demarcació de Barcelona (exclosa Barcelona ciutat) és definida a l'esmentat pla de màrqueting com una destinació multi-producte amb quatre factors clau: la natura i la cultura del lloc, per una banda, i els estímuls agregats i les sensacions que la destinació genera en el visitant, per l'altra.



A partir dels elements turístics d'interès detectats, i prenent com a eix conductor el concepte de la **transformació cultural dels espais naturals**, es poden desenvolupar tres grans conjunts d'activitats, considerant la Riera de Caldes com a espai geogràfic complementari del Vallés Oriental, el Vallés Occidental i el Maresme, i prioritant les visites sense pernoctar (a excepció feta de l'oferta balneària de Caldes de Montbui) atesa la infraestructura existent al territori:

- 1) El territori com a font de salut, integrant:
  - les activitats esportives i de natura als espais de Gallecs i la Conreria,
  - la potenciació de l'agroturisme,
  - les infraestructures balneàries,
  - la promoció de la gastronomia km. 0.

2) El territori com a espai estructurant de la memòria i la cultura:

- el patrimoni arqueològic,
- les restes de l'època romana,
- el patrimoni medieval,
- el patrimoni industrial,
- l'herència del modernisme,
- els espais associats a la guerra civil espanyola,
- els museus del territori,
- les festes i fires.

3) El respecte al territori:

- rutes a peu i a cavall,
- rutes en bicicleta,
- rutes en vehicle elèctric.

### 3.6. L'economia taronja al territori: l'economia cultural, les indústries creatives, les àrees de suport per a la creativitat.

L'ecosistema d'innovació empresarial al territori de la Riera de Caldes es basa, fonamentalment, en l'activitat industrial. En el període 2005-2015 s'han originat a l'Eix de la Riera de Caldes un total de 482 sol·licituds de patents i models d'utilitat<sup>6</sup>, amb una mitjana d'unes 48 sol·licituds per any. El 65% de les sol·licituds són d'empreses industrials, el 34% de serveis, i l'1% de construcció. Respecte els serveis, la gran majoria respon a la categoria de distribució a l'engròs (com és el cas de l'empresa JANÉ, líder en el territori pel que fa a volum de patents presentades). Respecte a la indústria, els sectors més intensius en la presentació de patents i models d'utilitat han estat la metal·lúrgia, la fabricació de maquinària, les indústries plàstiques, i la fabricació de materials i equips elèctrics, juntament amb altres indústries manufactureres.

Pel que fa als serveis terciaris avançats<sup>7</sup>, i en termes generals, els serveis més requerits per les empreses de la Riera de Caldes són de tipus administratiu i de provisió de serveis TIC. En segona posició hi ha la formació i els serveis de transport i auxiliars. Menys utilitzats són els serveis d'imatge i comunicació, i tècnics i d'enginyeria.

L'economia cultural es troba en una situació d'escàs desenvolupament, essent la majoria d'actors existents entitats sense ànim de lucre. Vegeu apartat "mapa d'actors" per a la relació detallada.

<sup>6</sup> Recentment s'ha publicat l'estudi **Patents i models d'utilitat originats a la Riera de Caldes**. El document complet es pot consultar a <http://goo.gl/bf6QKH>

<sup>7</sup> Vegeu el treball **Serveis Terciaris Avançats a la Riera de Caldes 2014** per als detalls, a <http://goo.gl/oE3iKX>

### 3.7. Mapa d'actors rellevants

S'incorporen les empreses i autònoms que s'han considerat claus, així com els actors públics i socials que han estat detectats en la primera recopilació d'informació.

	<b>Caldes</b>	<b>La Llagosta</b>	<b>Palau</b>	<b>Polinyà</b>	<b>Santa Perpètua</b>	<b>Sentmenat</b>
<b>Administració pública</b>	-Tècnica PromoEco. -Regidor PromoEco. -Tècnica Turisme. -Regidor Turisme.	-Tècnica PromoEco. -Regidor PromoEco. -Tècnic de Cultura. -Regidor de Cultura. -Arxiu. -Biblioteca.	-Tècnica PromoEco. -Regidor PromoEco. -Tècnica Comerç i Turisme. -Regidor Indústria, Comerç i Turisme.	-Regidora PromoEco. -Regidora de Cultura. -Cap PromoEco. -Tècnica Turisme. -Tècnica de Cultura. -Arxivera municipal.	-Tècnic PromoEco. -Direcció PromoEco. -Director de l'Àrea de Ciutadania i Promoció Local. -Tècnica de Comerç i Promoció Local.	-Biblioteca. -Arxiu. -Regidor PromoEco. -Tècnic PromoEco.
<b>Activitats artístiques i serveis culturals</b>	-ASPEX DE COMUNICACIO SL. -Ball de Diables de Caldes de Montbui.	-Grup de teatre TELL.	-Teia Moner.	-Director de l'Escola de Música i Dansa. -Jove Orquestra de SPM.	-Grup Tàndem.	
<b>Indústries culturals</b>	-CARRERA CONTINUA SL.		-Fundació Folch i Torres.	-WE LOVE ASERE SL.	-EDICIONES BRONTES SL.	
<b>Serveis estratègics</b>	-IRTA.		-Musaranya Productions S.L. -Comercial de Festes i Revetlles S.L. -Petardos CM S.L. -WÜRTH. -MANGO. -URIACH.			-CAT SISTEMES.
<b>Activitats basades en drets d'autor</b>			-4 Pins (Amics del patrimoni)	-VACUNE.	-DRACO SYSTEMS. -HARLAN LABORATORIES.	
<b>Hostaleria</b>	-Hotel Balneari Broquetas. -Hotel Balneari Vila de Caldes. -Hotel Balneari Termes-Victòria. -Robert de Nola.	-Rte. Gentilicis. -Rte. Vostra Vite. -Llagotel (hotel la Llagosta).	-Cal Sidro. -Can Burguès. -Can Duran. -Can Joan.	-Can Coll. Elisenda Solà. -Restaurant Can Mauri.	-Can Rectoret. -Font del Pi. -Rambla Quarantaú. -Can Llobet. -Can Montsenya. -Los Choqueros.	- Mas Can Riera. - Restaurant Can Canyameres. - Restaurant Mas Ventós. - Castell de Guanta. - Can Morera. - Can Montllor.
<b>Altres serveis turístics</b>	-Casino de Caldes. -Càmping Pasqualet.			-Hípiques: Can Padrós i Can Alzina.		- Hípica Pelham. - Caminaires societat Coral. - Sentmenat bici.
<b>Miscel·lània</b>	-Club Hoquei Caldes. -Club Natació Caldes.	-Gegants.	-Patronat de Sant Isidre. -El Ramat. -Els deixebles del Dimoni de la Pedra Llarga. -Geganters. -Taller dels amics de les arts. -Pessebristes.	-Empresariat de Polinyà. -Carme Formigón. -Albert Merino.		-Societat Coral. -Amics del Museu Arxiu. -Geganters. -Diables. -Taller d'Art.
<b>Actors supralocals</b>	-PIMEC. -CCVOC. -CCVOR. -DIBA.					



### 3.8. Conclusions i línies estratègiques a prioritzar.

#### 1-Línies d'actuació transversals.

##### 1.1.-Educació-formació-atracció de talent

El [Programa de Foment de la Formació i el Talent a la Riera de Caldes](#) impulsat per l'AMERC, actualment en execució, mostra una clara sinergia amb el desenvolupament de l'economia taronja al territori. Fóra interessant integrar-hi els ensenyaments artístics, el foment de la creativitat i la detecció precoç i la captació de talent creatiu.

##### 1.2.-Administracions orientades a la generació de nova activitat

El dispositiu [Catalunya Emprèn](#) de la Riera de Caldes podria ser susceptible d'engegar línies de treball proactives, superadores de l'actual orientació d'atenció a la demanda i per tant generadores de nova activitat. En aquest sentit, línies planificades i sistemàtiques de foment de l'emprenedoria cultural, artística, creativa, al costat de les ja existents d'economia social i de re-emprenedoria, poden considerar-se.

##### 1.3.-Governança i PPP (Partenariats públic-privat)

Orientar la futura governança del pla estratègic de foment del turisme i l'economia taronja a la RdC cap a un model participatiu basat en la presència dels actors més rellevants de la quàdruple hèlix (administracions públiques, empreses, centres de recerca i societat civil) i basar el seu finançament en l'establiment de partenariats públic-privats (PPP).

##### 1.4.-Valors de futur: una Riera de Caldes acollidora, oberta, emprenedora, creativa, inclusiva i solidària.

En el mandat 2015-2019 serà una necessitat inajornable (per imperatiu de la normativa del SOC per als projectes agrupats, entre d'altres motius no menors) la formulació i aprovació formal d'un [Pla d'acció de desenvolupament econòmic de l'eix de la Riera de Caldes](#). Aquest pla d'acció, al costat dels actius històrics i consolidats del territori, representa una oportunitat de desenvolupament de valors basats en el bé comú i en el desenvolupament de la creativitat.

##### 1.5.-Incorporació als mercats mundials: ampli coneixement d'idiomes, foment de connexions internacionals.

La Riera de Caldes és un territori amb vocació d'atraure inversió forània. En aquest sentit, la futura implementació del projecte [Agència](#) hauria d'incorporar la promoció turística del territori, tant a nivell domèstic com internacional. Tanmateix, cal considerar dos actius addicionals a potenciar: la funció de prescriptors dels originaris de la Riera de Caldes residents a l'exterior, i la millora de la competència en idiomes de la força de treball local.

#### 2-Activitats artístiques i serveis culturals

Es detecta una baixa densitat de creadors artístics i culturals instal·lats al territori. L'abordatge d'aquest tema es pot fer per la via de la detecció i atracció del talent, per la via de la promoció d'infraestructures i serveis culturals, o per una combinació d'ambdues línies de treball. D'acord amb les prioritats programàtiques dels municipis de l'AMERC i de les restriccions econòmiques existents, quina via d'abordatge es considera més realista i recomanable?

#### 3-Sinergia dels subsectors B, C i D amb un possible PECT (estratègia RIS3)

Les indústries culturals, serveis estratègics i activitats basades en drets d'autor que s'han detectat en la realització dels treballs preliminars presenten fortes afinitats electives amb l'activitat industrial manufacturera tradicional de la Riera de Caldes. En aquest sentit, seria convenient incorporar el foment i promoció de l'economia taronja al disseny i formulació del futur [Projecte d'especialització i competitivitat territorial \(PECT\)](#) de la Riera de Caldes.

#### 4-Turisme.

El subsector turístic presenta a la Riera de Caldes un nodrit catàleg d'actius amb potencial, que s'estructuren en un conjunt de línies temàtiques, a saber:

-Senderisme i BTT

-Fires, festes i esdeveniments

-Patrimoni arquitectònic-històric

-Els museus

-La singularitat termal

-Foment de la qualitat de l'hostaleria

-Sinèrgies turisme-comerç

L'abordatge simultani de totes elles pot generar problemes de dispersió i asimetria territorial en l'aplicació de recursos, per la qual cosa es considera adequat formular una prioritització de les mateixes.

### Priorització estratègica

Línia estratègica	Caldes	La Llagosta	Palau	Polinyà	Santa Perpètua	Sentmenat	TOTALS
Senderisme i BTT		√	√	√	√	√	5
Fires, festes i esdeveniments	√	√	√	√		√	5
Patrimoni arquitectònic històric	√*		√		√		3
Els museus							1
La singularitat termal	√						1
La qualitat de l'hostaleria		√		√	√	√	4
Sinèrgies turisme-comerç	√						1

\*Caldes considera que valdria la pena agrupar ambdues línies estratègiques. Les sinèrgies turisme-comerç les veuen, així mateix, pròximes a l'apartat de fires, festes i esdeveniments.

## 4. Avenç del pla d'actuació.

Amb la consecució del conjunt de 22 accions proposades en el Pla d'actuació de l'Eix de la Riera de Caldes es pretén, prioritàriament, impulsar el desenvolupament de dues activitats que es preveuen claus en el territori: la **indústria creativa** i l'**activitat turística** que se'n pugui derivar, mitjançant les múltiples oportunitats que ofereixen el conjunt de municipis de l'àrea d'estudi. Potenciant aquests dos àmbits s'aconseguirà que les poblacions implicades tinguin l'oportunitat de rebre un important impuls econòmic, social i cultural, apostant per la col·laboració intensa entre els diversos ajuntaments, així com el treball cooperatiu entre els protagonistes d'aquestes activitats, garantint un desenvolupament econòmic òptim i competitiu. Amb aquest impuls i aprofitant les majors potencialitats que ofereix el territori, es crearan noves inèrcies a partir de les quals serà possible iniciar línies de treball pioneres amb l'objectiu final de generar noves demandes a nivell social.

Amb tot plegat s'espera en un període de 5 anys (2016 i 2020), millorar notablement el posicionament industrial i turístic d'aquesta zona apostant pel patrimoni, tangible i intangible, d'aquest territori amb una llarga tradició industrial i estratègicament ubicat respecte als potents nuclis de desenvolupament econòmic propers de l'àrea metropolitana de Barcelona. La consecució de les diferents accions proposades en el Pla permetrà aspirar a la dinamització de la major part de sectors de la societat vinculats amb el món professional més creatiu i intel·lectual. Alhora, es pretén generar activitat i riquesa que, de retruc, desemboqui en la creació progressiva de noves dinàmiques sobre activitats que involucrin a nous sectors.

La voluntat principal d'aquest projecte és la de generar un document útil i consensuat amb tots els agents actors de la Riera de Caldes. La participació és una eina de gran utilitat i permet aprofitar el coneixement del territori de cada participant per extreure'n opcions més realistes i de més fàcil execució. És per aquest motiu que el document ha estat posat diverses vegades en mans dels agents actors de la zona estudi, amb la finalitat d'elaborar un document creïble per tots ells. L'objectiu d'aquest document és facilitar l'execució del Pla Estratègic, i això no es pot donar de cap altre manera que implicant i vinculant tots aquells que participen en el desenvolupament del territori.

### 4.1. Línies d'actuació transversals.

#### 4.1.1. Educació-formació-atracció de talent

El [Programa de Foment de la Formació i el Talent a la Riera de Caldes](#) impulsat per l'AMERC, actualment en execució, mostra una clara sinergia amb el desenvolupament de l'economia taronja al territori. Fóra interessant integrar-hi els ensenyaments artístics, el foment de la creativitat i la detecció precoç i la captació de talent creatiu. Es proposen 4 accions complementàries:

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>1. Creació de l'espai de divulgació "AulaRiera"</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Educació-formació-atracció de talent.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Divulgar i sensibilitzar a la ciutadania sobre la importància del coneixement científic, artístic i creatiu.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>L'acció es basa en la creació d'un espai de divulgació on personatges reconeguts o emblemàtics de la zona, experts en matèries molt específiques, autors de treballs destacats, etc. puguin fer arribar els seus coneixements i experiència als professionals i al conjunt de la ciutadania.</p> <p>Aquest espai pretén aportar nous enfocaments a qüestions concretes i lligades amb el món professional, utilitzant elements comuns com la creativitat i el treball cooperatiu com a bases fonamentals per l'èxit empresarial i personal. Al mateix temps, es pretén despertar l'interès dels potencials assistents a les qüestions tractades, essent el punt de partida de possibles noves activitats i dinàmiques a desenvolupar en un futur no molt llunyà.</p> <p>Es realitzaran cicles de conferències, jornades pedagògiques, tallers i concursos de joves talents, campaments, etc. tots ells dirigits al públic en general i, puntualment, a grups d'especial interès, principalment professionals i joves amb potencial. Relacionat amb les activitats proposades, és important buscar la col·laboració de professionals del camp de l'educació, la psicologia, l'art i l'esport per passar a formar part activa de dites experiències.</p> <p>El cost de l'acció és reduït en tant que s'utilitzarà com a espai-aula un equipament públic adequat del conjunt de municipis de la Riera de Caldes. S'haurà d'adquirir un material bàsic per reproducció de vídeos, imatges, presentacions, ... cost al que s'afegirà al cost "simbòlic" que cobren els ponents que hi assisteixen, i el material informatiu que es pugui repartir entre els assistents.</p> <p>L'espai AulaRiera disposarà de la seva pròpia web, així com la seva presència en les principals xarxes socials, on es farà difusió de les activitats programades, notícies i vídeos relacionats amb les activitats desenvolupades, així com un espai on els interessats puguin fer donacions.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Programa de Foment de la Formació i el Talent a la Riera de Caldes. <a href="#">Catalunya Emprèn</a> . Ajuntaments.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Aula Blanes</a> .		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Mig (2018).	<b>COST</b>	1.800 € (compra inicial de material informàtic i de reproducció) i 1.950 €/anual (material de treball bàsic i conferenciants).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (70%) i privat (30% patrocini particulars i empreses).		

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>2. Creació del <i>Living Lab Innova</i></b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Educació-formació-atracció de talent.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Crear i/o captar projectes innovadors que dinamitzin el territori.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>La capacitat innovadora de les diferents activitats econòmiques d'una regió és una eina fonamental pel seu desenvolupament social i, sobretot, econòmic. Els processos d'innovació necessiten principalment de dos motors: el coneixement i la creativitat. La suma de tots dos permet generar idees i nous conceptes d'aplicació útil, per tant, més competitivitat. Per a que es desenvolupi el coneixement i la creativitat cal disposar de dos elements: el factor humà, és a dir, gent amb talent i motivació, i l'entorn fonamentalment econòmic, és a dir, equipaments, subvencions, línies de crèdit, etc.</p> <p>Tenint en compte aquestes qüestions fonamentals, es pretén crear un espai permanent d'innovació adreçat als estudiants universitaris més ben qualificats al finalitzar les seves titulacions i que volen continuar evolucionant i especialitzant-se en els seus estudis. A més, serà una plataforma ideal per incorporar-los al món laboral i formar-los de manera específica amb la finalitat de donar-los un valor afegit en progrés i innovació.</p> <p>Aquesta plataforma serà com els coneguts <i>Living Labs</i> "laboratoris vivents" on es desenvoluparan processos d'investigació multidisciplinària i plataformes de proves, dirigides a l'entorn immediat de l'usuari o ciutadà que en forma part. Es posa èmfasi en els nous productes i serveis de TIC que van apareixent en el mercat i que són demandats per la societat en un entorn canviant on predomina la integració tecnològica. Bàsicament s'aborden dues qüestions: que volen els usuaris? I com poden ser produïts?.</p> <p>A dia d'avui existeixen nombroses experiències de <i>Living Labs</i> que poden ser agafades com a referència. Concretament, la <a href="#">Red Europea de Living Labs</a> està creant <i>Networkings</i> en tots els continents, no només per compartir experiències, sinó també per generar sinèrgies i recolzar el desenvolupament de nous models, mitjançant la canalització de cooperació internacional.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Universitats. Administracions locals. Empreses locals. Organitzacions empresarials. Sindicats.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Future Logistics Living Lab, Austràlia.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2020).	<b>COST</b>	100.000 € (condicionament del centre) i 40.000 € / anuals pel funcionament del mateix.
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (80%) i privat (20% patrocini empreses).		

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>3. Creació de l'Escola d'Art i Disseny de la Riera de Caldes</b>	
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Educació-formació-atracció de talent.	
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.	
<b>OBJECTIU</b>	Crear futurs professionals molt ben qualificats de les Arts Gràfiques per satisfer una demanda important d'empreses capdavanteres en aquest sector al territori.	
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Crear un Batxillerat d'Arts i Cicles Formatius de Grau Mitjà i Superior per la via de les Arts Plàstiques, Imatge i Disseny que aplega un alumnat amb inquietuds entorn de les Belles Arts (dibuix, pintura i escultura), de les Arts Plàstiques (joieria, esmalts, ceràmica, escultura, arts del mur, arts del llibre: enquadernació i gravat, tèxtil, indumentària, ...), del món audiovisual, les arts gràfiques, el disseny: gràfic, d'interiors, industrial i de moda, els mitjans de comunicació, la publicitat, la producció i gestió d'empreses del sector cultural o l'animació cultural i social.</p> <p>L'espai comptarà amb tallers adaptats i equipaments totalment adients (tallers de pintura, escultura, gravat, laboratori de fotografia, disseny gràfic, disseny d'interiors, ...), tot plegat per oferir una formació oficial de qualitat i futurs professionals que augmentin la importància d'aquest sector al territori.</p> <p>Més enllà de formar nous talents en l'art i el disseny procedents del territori de la Riera de Caldes i proximitats, també es pretén atreure l'atenció de joves talents d'arreu de Catalunya, de l'estat espanyol i també de l'estranger.</p> <p>La pròpia escola anirà més enllà de la formació d'estudiants i procurarà per donar sortida professional als millors qualificats per a les empreses locals i també per a les empreses i professionals forans interessats, apostant per la formació en modalitat dual.</p>	
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya.	
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Escola d'Art d'Olot.</a> <a href="#">Escola Pau Gargallo de Badalona.</a>	
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2020).	<b>COST</b> 140.000 € (condicionament del centre) i 40.000 € / anuals (funcionament del mateix).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (70%) i privat (30% de matrícules).	

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>4. Creació de les Aules Musicals de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Educació-formació-atracció de talent.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Estimular i atraure talents musicals.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Existeixen escoles de música a tots els municipis de l'àrea de la Riera de Caldes que funcionen de forma independent les unes de les altres. En aquest sentit, és molt interessant treballar conjuntament ja que hi ha clares possibilitats de col·laboració entre dites escoles.</p> <p>La idea és que tots els municipis segueixin portant a terme la seva activitat musical a les escoles però que hi hagi una persona o grup de persones que s'encarreguin de dinamitzar la mobilitat de músics i professors entre les aules. Això permetrà poder gaudir d'un ensenyament de major qualitat i poder oferir un repertori musical més ampli, al mateix temps que entraran en contacte un bon grup de músics amb la conseqüent tasca formativa i social que suposarà.</p> <p>Es poden utilitzar fórmules diverses com: treballar per grups d'instruments, amb grups específics per perfeccionar un únic instrument, amb equip per preparar una actuació, activitats puntuals de trobada, masterclas, etc., tot plegat per consolidar una oferta formativa musical atractiva, integradora, integral i de qualitat.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Escoles de música. Ajuntaments.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	No se'n coneix.		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2019).	<b>COST</b>	8.000 € /anual (professorat a temps parcial) i 1.000 € /anual (material bàsic).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (40%) i privat (60% escoles de música amb matrícules de l'alumnat).		

#### 4.1.2.-Administracions orientades a la generació de nova activitat

El dispositiu [Catalunya Emprèn](#) de la Riera de Caldes podria ser susceptible d'engegar línies de treball proactives, superadores de l'actual orientació d'atenció a la demanda i, per tant, generadores de nova activitat. En aquest sentit, línies planificades i sistemàtiques de foment de l'emprenedoria cultural, artística i creativa, al costat de les ja existents d'economia social i de re-emprenedoria, cal considerar-les.

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>5. Ampliar els vivers d'empreses de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Administracions orientades a la generació de nova activitat.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Generar nova activitat empresarial i professional.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Ampliar i diversificar els espais actualment disponibles (<a href="#">Can Gavarra</a> i <a href="#">Caldes Emprèn</a>) on les joves empreses que comencen puguin instal·lar-se i donar les seves primeres passes amb les màximes facilitats possibles i amb un recolzament professional adequat. Es donarà prioritat a les empreses que apostin per l'emprenedoria social i cultural, artística, creativa, abocades a les noves tecnologies i a R+D.</p> <p>Es proporcionarà l'espai necessari, material d'oficina bàsic, bona connexió a internet, etc., així com assessorament empresarial, al mateix temps que estaran en contacte amb altres empreses similars i d'altres més grans i amb més experiència, fet que comportarà una excel·lent oportunitat de creixement.</p> <p>Una vegada assoleixin un determinat nivell d'autonomia i funcionament, i en funció de la demanda de nous emprenedors que vulguin entrar al viver d'empreses, caldrà que abandonin l'espai.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Sector privat. Ajuntaments. Consells Comarcals. El dispositiu de suport a l'emprenedoria de la Riera de Caldes i Parets del Vallès (Catalunya Empren).		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Nau Ivanow</a> .		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Curt (2017).	<b>COST</b>	60.000 € (condicionament de l'espai) i 30.000 € / anuals (funcionament del mateix).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (50%) i privat (50% empreses).		



### 4.1.3.-Governança i PPP

Orientar la futura governança del pla estratègic de foment del turisme i l'economia taronja a la RdC cap a un model participatiu basat en la presència dels actors més rellevants de la quàdruple hèlix (administracions públiques, empreses, centres de recerca i societat civil) i basar el seu finançament en l'establiment de partenariat público-privats (PPP).

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>6. Creació d'una Comissió d'experts pel desenvolupament i seguiment del Pla d'Acció</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Governança i partenariat públic i privat.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Vetllar pel correcte compliment de les accions proposades en el Pla.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Per garantir l'execució de les accions previstes en els terminis i de la forma més adequada, és molt important la presència d'un grup de persones; coneixedores del territori i les sinergies que s'esdevenen, amb càrrecs destacats, de reputació i compromeses, que s'impliquin en les següents cinc tasques:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prendre decisions a l'hora d'executar les accions previstes en el pla.</li> <li>2. Fer partícips a tots els agents del territori (administracions públiques, empreses, centres de recerca i societat civil) de les accions a executar.</li> <li>3. Impulsar l'execució de les accions escollides.</li> <li>4. Fer el seguiment de l'execució, implantació i desenvolupament de l'acció en el temps.</li> <li>5. Difondre l'acció entre la ciutadania per tal que arribi al màxim nombre de gent possible.</li> </ol> <p>La Comissió serà l'encarregada d'engegar el Pla a partir d'una primera sessió on es realitzarà la validació inicial de la metodologia de treball i el programa d'accions, marcant les bases definitives del seu desenvolupament i establint el tret de sortida del conjunt de mesures a portar a terme fins a l'any 2020.</p> <p>La Comissió estarà encapçalada per la figura d'un director a qui se li donarà tota la potestat per a desenvolupar el pla amb el recolzament de la Comissió. Caldrà determinar la dedicació necessària del director, ja sigui jornada partida o completa.</p> <p>A més, la Comissió serà una entitat dinàmica en tant que els membres que la conformen es podran anar renovant amb els anys, dotant-la de major frescor i vitalitat. A més, la Comissió possibilitarà la creació de noves sinergies i idees de desenvolupament per al territori de la Riera de Caldes.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Comissió de la Riera de Caldes.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Fòrum de col·laboració público-privada de Granollers.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Curt (2016).	<b>COST</b>	15.000 €/anuals sou director.
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (100% ajuntaments).		

#### 4.1.4.-Valors de futur: una Riera de Caldes acollidora, oberta, emprenedora, creativa, inclusiva i solidària.

En el mandat 2015-2019 serà una necessitat inajornable (per imperatiu de la normativa del SOC per als projectes agrupats, entre d'altres motius no menors) la formulació i aprovació formal d'un [Pla d'acció de desenvolupament econòmic de l'eix de la Riera de Caldes](#). Aquest pla d'acció, al costat dels actius històrics i consolidats del territori, representa una oportunitat de desenvolupament de valors basats en el bé comú i en el desenvolupament de la creativitat.

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>7. Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Valors de futur: una Riera de Caldes acollidora, oberta, emprenedora, creativa, inclusiva i solidària.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Millorar les sinèrgies i impulsar activitat econòmica de qualitat.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Explorar les possibilitats de cooperació sistemàtica i planificada entre les associacions empresarials existents al territori, tant comercials i de serveis (bàsicament les associacions de comerciants locals) com de caràcter industrial (Empresariat de Polinyà, Associació d'empresaris del PI La Llagosta, juntes de conservació dels PAE, etc.).</p> <p>Un teixit associatiu de qualitat, integral i transversal d'una zona com és el conjunt de municipis que constitueixen l'Eix de la Riera de Caldes, aportarà molts beneficis als empresaris i al municipi, i de retruc, als propis municipis.</p> <p>Es promourà el desenvolupament de projectes conjunts, per exemple targetes de fidelitzacions, etc., fet que permetrà unir idees, esforços i recursos. Els serveis compartits permetran millorar les economies d'escala, així com les compres de materials i serveis conjunts. De la mateixa manera, s'afavorirà l'increment d'intercanvis de proximitat, en la línia del <a href="#">Projecte Km 0</a> actualment en execució.</p> <p>Entre les associacions es promourà la col·laboració en les activitats que s'hi desenvolupin, integrant associacions d'altres municipis a les pròpies de la zona d'estudi. Tanmateix, s'incentivarà l'intercanvi d'experiències entre les mateixes associacions, els sectors comercials i la resta de sectors econòmics.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Empreses. Administració pública.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Pla de comerç del districte de l'Eixample 2014-2017</a> .		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Curt (2017).	<b>COST</b>	18.000 € / anual (dinamitzador) i 1.500 € / anual (desenvolupament de projectes).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (20%) i privat (80% d'empreses participants).		

#### 4.1.5.-Incorporació als mercats mundials: ampli coneixement d'idiomes, foment de connexions internacionals.

La Riera de Caldes és un territori amb vocació d'atraure inversió forània. En aquest sentit, la futura implementació del projecte [Agència](#) hauria d'incorporar la promoció turística del territori, tant a nivell domèstic com internacional. Tanmateix, cal considerar dos actius addicionals a potenciar: la funció de prescriptors dels originaris de la Riera de Caldes residents a l'exterior, i la millora de la competència en idiomes de la força de treball local.

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>8. Creació d'una plataforma interactiva d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Incorporació als mercats mundials: ampli coneixement d'idiomes, foment de connexions internacionals.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Fomentar les connexions internacionals mitjançant la funció de prescriptors de persones de la terra residents a l'estranger per atraure inversió.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Molta gent, especialment joves, viuen i treballen a l'estranger en empreses diverses. Aquestes persones es converteixen en potencials enllaços entre les empreses locals del territori de l'Eix de la Riera de Caldes i aquestes empreses a l'estranger. Aquests enllaços afavoriran la creació de sinergies fins al punt de desenvolupar punts d'interès d'instal·lació per les empreses estrangeres.</p> <p>Primer de tot caldrà localitzar i entrevistar aquestes persones que viuen a l'estranger i que tenen capacitat d'influenciar i crear dinàmiques amb empreses locals. Una vegada establert el contacte, caldrà crear una plataforma interactiva que permeti mantenir un vincle directe i permanent entre aquestes persones i els diferents agents econòmics locals.</p> <p>S'intercanviaran experiències, estudis i projectes, es realitzaran visites, etc., tot plegat per establir nexes amb possibilitats de fructificar en futures col·laboracions, negocis i treballs en xarxa, així com per millorar els seus propis processos i els seus treballadors i directius.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Projecte Agència. Empresaris locals i a l'estranger. Administració local. Cambra de Comerç.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Catalans al món.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Mig (2018).	<b>COST</b>	18.000 € / anual (personal i manteniment plataforma virtual).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (20%) i privat (80% amb patrocini empreses participants).		

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>9. Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Incorporació als mercats mundials: ampli coneixement d'idiomes, foment de connexions internacionals.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Millorar la capacitat comunicativa dels nostres treballadors i empreses per tal de millorar vincles i processos amb empreses i professionals a l'estranger.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Creació de cursos pels diferents nivells requerits d'idiomes (anglès, francès, alemany, etc.) dirigits als treballadors i directius de les empreses, així com professionals en general dels municipis que conformen l'Eix de la Riera de Caldes.</p> <p>Per una banda es pretén que el nivell mig de la població activa augmenti significativament, mentre que pels professionals que poden estar en comunicació amb empreses foranies, es pretén que assoleixin un nivell elevat de l'idioma requerit.</p> <p>Paral·lelament també caldrà sensibilitzar a les pròpies empreses per a que exigeixin als seus treballadors dita formació i uns nivells mínims en idiomes que els permeti mantenir una conversa fluida amb l'idioma d'estudi.</p> <p>Si es tenen en compte les recomanacions del <a href="#">Fòrum Empresarial sobre Multilingüisme</a> creat per la Comissió Europea, les llengües fan negoci i les empreses rendeixen millor si parlen idiomes.</p> <p>Aquest enfocament requerirà la participació activa de les acadèmies locals, professionals experts en la matèria, així com la implantació de noves acadèmies i professionals que tinguin capacitat per oferir aquesta ensenyança.</p> <p>Pel que fa als programes d'idiomes ja existents, cal coordinar-los adequadament i complementar-los amb els nous per tal que arribin correctament a tot el territori i amb la màxima efectivitat.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Projecte Agència. Empreses locals. Associacions empresarials. Acadèmies i professors d'idiomes.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	No se'n coneix.		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Curt (2017).	<b>COST</b>	5.000 € (sensibilització) i 20.000 € / anuals (cursos).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (20%) i privat (80% alumnat i patrocini empresarial).		

## 4.2. Activitats artístiques i serveis culturals

Es detecta una baixa densitat de creadors artístics i culturals instal·lats al territori. L'abordatge d'aquest tema es pot fer per la via de la detecció i atracció del talent, per la via de la promoció d'infraestructures i serveis culturals, o per una combinació d'ambdues línies de treball. En l'àmbit de les actuacions transversals s'han proposat les accions adreçades a la detecció i atracció de talent. Pel que fa a la promoció cultural, es proposa l'actuació descrita a continuació amb caràcter indicatiu:

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>10. Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes</b>	
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Generació de nova activitat artística i serveis culturals.	
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.	
<b>OBJECTIU</b>	Dinamitzar l'activitat cultural i crear un element d'interès i atracció.	
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Aprofitant la figura del novel·lista, narrador i autor teatral Josep Maria Folch i Torres, creador de Els Pastorets o l'Adveniment de l'infant Jesús del 1916, així com la Fundació Folch i Torres situada a Palau-solità i Plegamans, es crearà un espectacle dedicat a la representació de l'emblemàtica obra teatral de Els Pastorets.</p> <p>S'escollirà un local d'assaig o varis d'itinerants on s'aniran formant i preparant als actors de l'obra vinguts d'arreu del territori que constitueix la Riera de Caldes. L'objectiu es crear un espectacle potent i de referència, que desperti l'interès del conjunt de la ciutadania dels 6 municipis d'estudi, però també del municipis veïns que s'apropin per veure la representació que any rere any anirà guanyant reputació.</p> <p>Aquesta representació es plantejarà fer itinerant pels 6 municipis, a mode de gira, de manera que es crearà un calendari de representacions. Amb el temps i a mesura que la reputació augmenti, es podria plantejar l'opció de fer representacions per altres municipis interessats de fora de l'àmbit de l'Eix de la Riera de Caldes.</p>	
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Associació Catalana d'Escoles de Teatre (ACET). Associacions locals. Administració pública.	
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="http://www.festes.org/directori.php?id=76">http://www.festes.org/directori.php?id=76</a> .	
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Mig (2018).	<b>COST</b> 30.000 € (inversió inicial en material de l'espectacle) i 6.000 € / anual (muntatge i despeses associades)
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (70%) i privat (30% esponsorització).	

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>11. Festival escolar de literatura catalana de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Generació de nova activitat artística i serveis culturals.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Dinamitzar l'activitat cultural i crear un element d'interès i atracció.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Organitzar un festival literari escolar on hi participin totes les escoles dels municipis que formen part de la Riera de Caldes, i fins i tot d'altres municipis veïns, amb la finalitat d'esdevenir-lo una cita anual on els alumnes presentin els seus treballs i demostrin l'aprenentatge adquirit al llarg del curs.</p> <p>Actualment ja hi ha un ajuntament de l'àmbit de la Riera de Caldes, el de Sentmenat, que està treballant amb aquesta idea de festival literari escolar en català, despertant un gran interès entre els alumnes i també entre els pares.</p> <p>El festival tindrà una línia de treball comuna per a totes les escoles, línia escollida pel grup de professorat i que s'aniria modificant any a any, amb múltiples modalitats, tant d'escriptura com de lectura, per gèneres, per edats, etc. sempre amb l'element comú de la llengua catalana.</p> <p>El potencial d'aquest festival, que adquirirà un aire de concurs amb els seus corresponents guardonats, és molt gran en tant que no només atraurà una gran atenció entre l'alumnat i professorat, sinó també aconseguirà una gran implicació de pares i familiars en general. D'aquesta manera, el festival es convertirà en un esdeveniment multitudinari amb un important caire festiu.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Consorci de Normalització Lingüística. Administració pública. Escoles i professorat.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="http://www.festes.org/directori.php?id=76">http://www.festes.org/directori.php?id=76</a> .		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Mig (2018).	<b>COST</b>	5.000 € (inversió anual en material de l'espectacle)
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic 100%		

### 4.3. Sinergia dels subsectors B, C i D amb un possible PECT (estratègia RIS3)

Les indústries culturals, serveis estratègics i activitats basades en drets d'autor que s'han detectat en la realització dels treballs preliminars presenten fortes afinitats electives amb l'activitat industrial manufacturera tradicional de la Riera de Caldes. En aquest sentit, seria convenient incorporar el foment i promoció de l'economia taronja al disseny i formulació del futur [Projecte d'especialització i competitivitat territorial \(PECT\)](#) de la Riera de Caldes.

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>12. Plataforma pel treball cooperatiu empresarial</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Sinergia dels subsectors B,C i D amb un possible PECT (estratègia RIS3).		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu / Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Crear nous projectes I+D a partir del treball cooperatiu entre empreses del sector.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>La major part dels 367 establiments que hi ha al conjunt de municipis que conformen l'Eix de la Riera de Caldes són proveïdors industrials.</p> <p>Algunes d'aquestes empreses més creatives amb interès en R+D i manufactura 4.0, tenen la capacitat de crear sinergies amb altres empreses del territori per desenvolupar projectes conjunts.</p> <p>En aquest context favorable, caldrà primerament per adherir-se al programa Municipi Cooperatiu impulsat per la <a href="#">Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya</a>. Aquest programa promou la implicació de les administracions locals, entitats i agents econòmics i socials en la difusió, creixement i consolidació de l'economia cooperativa al territori. S'esdevindran contactes i col·laboracions amb trobades on periòdicament s'exposaran i es treballaran idees i possibles línies de treball.</p> <p>La pròpia Federació disposa del <a href="#">Programa d'Orientació Financera</a>, executat per la Fundació Seira, on les empreses federades disposen d'un ampli ventall d'opcions per posar en marxa una cooperativa, fer-la créixer, consolidar-la, concedir crèdit als clients, diversificar negoci, ampliar instal·lacions, comprar maquinària, internacionalitzar-se, etc.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Empreses locals i empreses creatives. Administració pública.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Emprenedoria cooperativa de Sant Cugat</a> .		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Curt (2017).	<b>COST</b>	5.000 € / anual (tràmits, gestions i treball coordinació).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (30%) i privat (70% sector empresarial).		

#### 4.4. Turisme.

El subsector turístic presenta a la Riera de Caldes un nodrit catàleg d'actius amb potencial. Hi ha municipis, com Caldes de Montbui que presenten certes particularitats a nivell turístic, i per tant tenen una oferta generada al voltant d'una temàtica molt concreta. Tanmateix, la zona en general presenta una oferta molt variada de; senderisme, fires, festes i esdeveniments, i patrimoni arquitectònic-històric.

##### 4.4.1. Senderisme i BTT

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>13. Elaboració de la Guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Desenvolupament d'activitats de senderisme i BTT.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Impuls a una activitat amb un gran potencial i interès al territori.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Els municipis que conformen l'Eix de la Riera de Caldes gaudeixen de la presència d'una xarxa molt extensa de camins i corriols amb un enorme potencial per a la pràctica del senderisme i la BTT. Cal tenir present que els senders i rutes no entenen de límits municipals, ans el contrari, es tracta de recorreguts de llargues distàncies que transcorren per múltiples municipis.</p> <p>Per aquest motiu és molt interessant elaborar primerament una cartografia amb els camins i rutes de tot el territori. A partir d'aquesta s'elaborarà una guia àgil i amb un gran potencial per al turista de proximitat, on s'inclouran els recorreguts amb totes les indicacions pertinents per fer de l'activitat a la natura una experiència fascinant. També s'indicaran punts d'interès paisatgístic, cultural, arquitectònic, gastronòmic, ..., per tal de vincular aquest activitat a l'aire lliure amb els altres recursos turístics existents al territori, potenciant-se els uns als altres.</p> <p>Estarà disponible en format paper i també en digital ja que resulta especialment útil que estigui sempre el màxim d'actualitzada. A més, resulta molt interessant que els usuaris puguin copsar les seves experiències, interactuïn entre ells i proposin noves rutes i sortides. Es podrà trobar a les oficines municipals, centres cívics, pavellons, i biblioteques i centres BTT.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Ajuntaments, veïns dels municipis d'estudi i associacions.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Guia de rutes BTT i senderisme de Vidreres.</a> <a href="#">Senderisme i BTT al Penedès.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2019).	<b>COST</b>	18.000 € (elaboració de la guia) i 5.000 €/anuals (actualització).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (70% ajuntaments) i privat (30% esponsorització).		



<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>14. Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Desenvolupament de les activitats de senderisme i BTT.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Dinamitzar activitats periòdiques al territori al voltant del BTT i el senderisme.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>La creació d'un local situat en un punt estratègic de l'àrea d'estudi, així com la determinació d'un grup de gent dedicada a temps parcial, o fins i tot a jornada completa, a les activitats de senderisme i BTT, esdevenen elements claus a l'hora de donar una empenta important a un sector amb un gran potencial a l'àrea d'estudi i que aixeca l'interès de molts practicants.</p> <p>Aquest espai permetrà posar en contacte gent aficionada al món de la bici de muntanya i el senderisme. Serà doncs un espai per compartir experiències, fer cursos d'aprenentatge, d'entrenament, de preparació, etc.</p> <p>Des del Centre es prepararan sortides setmanals i també de més puntuals amb recorreguts especials. També resultarà especialment interessant la creació d'una cursa de prestigi a celebrar anualment amb l'objectiu d'acaparar l'atenció de tots els entusiastes de la bici i el senderisme del territori i de fora.</p> <p>Les sinergies d'aquesta activitat esportiva i d'oci s'aprofitaran per incentivar a nous emprenedors amb ganes d'obrir els seus negocis relacionats amb el món del senderisme i la BTT (botigues de bicis, de roba esportiva, tallers de reparació, etc.).</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Associació de municipis de l'Eix de la Riera de Caldes com a gestor. Empresa organitzadora d'esdeveniments esportius i manteniment. Associacions/clubs de ciclistes i excursionistes.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Centre BTT Salines Bassegoda – Alt Empordà.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2019).	<b>COST</b>	10.000 € (condicionament d'espais) i 9.000 € / anual (sous treballadors).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (70% ajuntaments) i privat (30% esponsorització).		

#### 4.4.2. Fires, festes i esdeveniments

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>15. Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments</b>	
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Fires, festes i esdeveniments.	
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.	
<b>OBJECTIU</b>	Augmentar el nombre de visitants de les diferents fires locals evitant la duplicitat i el solapament d'activitats.	
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Tots els municipis que conformen l'Eix de la Riera de Caldes celebren anualment un bon nombre de fires i celebracions diverses de forma independent al que facin els municipis veïns.</p> <p>Amb la idea que els municipis puguin obtenir un benefici mutu, és important plantejar la creació d'una agenda única on es distribueixin estratègicament l'esdeveniment de totes les fires i festes, inclòs, permetent crear noves celebracions o ajuntar-ne de varies en un mateix espai i moment.</p> <p>Paral·lelament s'elaborarà un protocol de comunicació sistemàtic amb la finalitat de tenir l'agenda d'esdeveniments sempre actualitzada, de la mateixa manera que s'implicarà a les associacions en la comunicació per tal que els interessats estiguin assabentats amb antelació de tots els esdeveniments.</p> <p>És important que el desenvolupament de les fires estigui liderat per les associacions de comerciants de la zona, així com també que es deixi espai per a la participació de comerços del voltant per tal de donar-se a conèixer i crear sinèrgies.</p> <p>Tot plegat per oferir un calendari de fires i esdeveniments amb un alt interès pel potencial públic, no només local, sinó d'altres poblacions. La suma d'esforços i la no duplicitat d'esdeveniments permet obtenir productes de major qualitat i, per tant, interès, on es puguin vincular activitats culturals tradicionals.</p>	
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Associacions de comerciants. Tècnics municipals.	
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Pla de comerç del districte de l'Eixample 2014-2017.</a>	
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Curt (2016).	<b>COST</b> 3.000 € (elaboració del Pla) i 1.500 € / anual (sensibilització i comunicació).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (100% ajuntaments).	

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>16. Celebració de les setmanes temàtiques de l'Art i la Ciència</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Fires, festes i esdeveniments.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Divulgació i detecció de nous talents.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Anualment es celebrarà, durant una setmana sencera, un conjunt d'activitats relacionades amb l'Art i la Ciència. Aprofitant el calendari escolar, es realitzaran activitats entre setmana als diferents centres educatius de tots els municipis de l'Eix de la Riera de Caldes participants. Al cap de setmana es presentaran els treballs resultants i es realitzaran noves activitats adreçades als joves i també als adults en general.</p> <p>Durant aquest dies es pretén despertar l'interès del públic en general, però sobretot el dels més joves, per l'Art i la Ciència, al mateix temps que donar ressò de la feina i les obres realitzades durant l'any pels artistes i científics locals.</p> <p>La projecció d'aquesta setmana també pretén ser d'àmbit internacional, de manera que participin artistes i personatges del món de la ciència d'altres poblacions i països.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Administració pública. Centres educatius i AMPAS.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Festival de Ciència, Tecnologia i Innovació de Barcelona (Novum).</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Mig (2018).	<b>COST</b>	17.000 € / anual (celebració) i 3.000 € / anual (difusió i sensibilització).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (50%) i privat (50% patrocinis).		

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>17. Creació de la Revista/butlletí local de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Fires, festes i esdeveniments.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Divulgació i promoció d'activitats dinamitzadores així com notícies d'interès per la zona.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Crear una revista/butlletí pel conjunt de municipis que conformen l'Eix de la Riera de Caldes amb la idea de fer una publicació quinzenal o mensual sobre les qüestions d'actualitat i més rellevància que tenen lloc a la zona sobre temàtiques diverses com l'art, la ciència i investigació, el món empresarial, la cultura, la gastronomia, espectacles, medi natural, etc.</p> <p>Sovint la informació del que està passant o d'esdeveniments previstos als municipis de l'Eix de la Riera, no arriben a fer-se coneixedors entre els propis municipis, de manera que es deixen d'establir llaços i interaccions generadors de riquesa en el sentit ampli de la paraula. El butlletí/revista serà doncs la finestra oberta a la interconnexió informativa entre els municipis de la Riera de Caldes, alhora que també amb els municipis de l'entorn.</p> <p>En la redacció mensual dels diferents articles de la revista/butlletí s'involucrarà els diferents agents socials del territori (particulars, associacions, empresaris, professionals, artistes, polítics, esportistes, etc., així com també estudiants procedents de diferents disciplines relacionades amb les anteriorment esmentades).</p> <p>La revista/butlletí es publicarà en format físic i també en format digital, accessible des de les diferents webs municipals i d'associacions vinculades a la mateixa.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Administracions locals. Associacions i societat civil. Centres educatius.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	No se'n coneix.		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Curt (2016).	<b>COST</b>	18.000 € / anual (creació de la revista i redactors) i 2.500 € / anual impressió i distribució).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (70% ajuntaments) i privat (30% anunciants a la publicitat).		

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>18. Creació del Cicle de concerts de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Fires, festes i esdeveniments.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Impulsar músics locals i l'aparició de nous.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Desenvolupament d'un programa variable de concerts i activitats directament relacionades amb la música de forma periòdica, principalment durant els caps de setmana de primavera i estiu que és quan el públic té més disposició a assistir a espectacles musicals.</p> <p>Aquest programa pretén convertir-se en una plataforma ideal per l'actuació de bandes i artistes locals, que compartiran escenari amb altres músics de més renom d'altres contrades per tal d'atraure un major interès de persones provinents dels propis municipis, però sobretot d'altres municipis.</p> <p>Serà fonamental elaborar una programació actualitzada i amb una molt bona difusió, tant a les agendes locals com a d'altres enllaços d'esdeveniments, etc. que permeti arribar a quanta més gent millor. Cal tenir present que la competència en aquest àmbit és, actualment, molt alta per la gran quantitat d'esdeveniments de similar naturalesa que s'organitzen arreu, de manera que caldrà trobar-hi un enfocament, pel que fa als estils musicals, el format i la difusió molt clars i adients.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Ajuntaments. Grups locals.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Festival Castell de Peralada</a> i el <a href="#">Cicle de Concerts Claustre de Sant Domènec</a> .		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2019).	<b>COST</b>	10.000 € (creació del Cicle de concerts) i 50.000 € / anuals (muntatges, difusió i contractacions).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (30% ajuntaments) i privat (70% patrocinadors).		

#### 4.4.3. Patrimoni arquitectònic, històric i museus

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>19. Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Patrimoni natural-arquitectònic-històric.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Preservar el paisatge com a valor social i econòmic.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>La Riera de Caldes és un afluent del Riu Besòs, de caràcter torrencial, que transcorre per la plana agroforestal del Vallès, visitant les poblacions de Caldes de Montbui, Palau-solità, Santa Perpètua de Mogoda i desembocant al Besòs entre Mollet i la Llagosta. La seva longitud total és de 22,6 km al llarg dels quals es poden visitar tot un seguit d'elements amb valor arquitectònic i natural estretament vinculat al riu com: rescloses i molins, indústries, extensions de conreus, vegetació de ribera, etc.</p> <p>Aprofitant el potencial històric, cultural i natural de l'espai, es planteja la creació d'una ruta al llarg de tota la conca del riu i resseguint la seva llera durant la qual els usuaris puguin anar descobrint tots els seus elements de major interès, alhora que practicar esport a l'aire lliure. Aquesta activitat que es podrà fer a peu o en bicicleta, i porta associada altres activitats com l'hostaleria, essent un atractiu afegit pels potencials usuaris tant de les poblacions locals com forans amb ganes de gaudir i descobrir.</p> <p>Caldrà col·locar plafons informatius i punts d'interpretació de diferents temàtiques (natural, històrica, literària, ...), punts de descans, etc. al mateix temps que caldrà condicionar un camí senyalitzat amb possibles alternatives pels més aventurers.</p> <p>Els valors impulsats pels creadors de la ruta són: la preservació de la matriu biofísica (espais naturals i agraris), i el garantir la biodiversitat i la funcionalitat ecològica dels espais protegits i interessants a ser protegits. Per aquest motiu cal millorar notablement la manca de protecció i de connectivitat ecològica del conjunt.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Consorti per a la Defensa de la Conca del Besòs.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">La Ruta del Ter.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2020).	<b>COST</b>	45.000 € (creació i difusió de la ruta) i 2.000 / anual € (manteniment).
<b>FINANÇAMENT</b>	<a href="#">Pla de foment del turisme de natura als espais naturals</a> (Pla estratègic de turisme de Catalunya 2013-2016)		

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>20. Creació de la Ruta del Patrimoni Històric de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Patrimoni natural-arquitectònic-històric.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Posar en valor el ric patrimoni històric existent al territori per crear activitat cultural i econòmica.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Els municipis que conformen la Riera de Caldes disposen d'un conjunt de patrimoni arqueològic i arquitectònic molt destacable, fins al punt que permet la creació d'un recorregut que possibilita als seus potencials usuaris fer un recorregut per les principals etapes històriques des de la prehistòria fins al modernisme. Un bon exemple d'aquest tresor dels nostres avantpassats són els testimonis arquitectònics de Sentmenat, amb un força desconegut dolmen de la Serra Cavallera, així com les nombroses restes romanes repartides per múltiples punts dels municipis com les restes del mausoleu romà a Can Palau.</p> <p>Per tot plegat, es tracta de crear un producte potent i a l'abast de tothom que permeti posar a disposició tot aquest patrimoni utilitzant i aprofitant el fil conductor de la història. Amb aquesta visió, l'espectador usuari de la ruta aconseguirà enriquir la seva experiència que, a més, els apropa a la natura i també a fer una activitat de salut com és el caminar a l'aire lliure.</p> <p>La creació del recorregut i els continguts històrics a incloure es basaran en un inventari previ de tots els elements d'interès arquitectònic i arqueològic del conjunt de la Riera de Caldes. Una vegada creada la ruta, s'elaborarà una guia pràctica i atractiva per tot tipus d'espectador amb les descripcions dels punts d'interès, juntament amb tot un seguit d'informació útil per als usuaris en els seus recorreguts (restaurants, hostals i hotels, botigues amb especial interès).</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Consorti per a la Defensa de la Conca del Besòs. Associacions, personatges i historiadors locals.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="http://www.rutespirineus.cat/rutes/patrimoni-historic-cultural">http://www.rutespirineus.cat/rutes/patrimoni-historic-cultural</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Mig (2018).	<b>COST</b>	10.000 € (creació i difusió de la ruta) i 2.000 / anual € (manteniment).
<b>FINANÇAMENT</b>	<a href="#">Pla de foment del turisme de natura als espais naturals</a> (Pla estratègic de turisme de Catalunya 2013-2016).		

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>21. Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Els museus.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Incrementar l'activitat cultural i d'oci al voltant dels museus.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Els municipis que conformen l'Eix de la Riera de Caldes gaudeixen de la presència de diversos museus; a Caldes de Montbui hi ha el Museu Thermalia, el Museu Romàntic Delger, el Museu Farmàcia Codina, l'Exposició permanent Picasso i Manolo Hugué; a Palau-solità hi ha el Museu Fundació Folch i Torres i el Museu de la Pagesia (Can Duran); i a Santa Perpètua hi ha el Museu Municipal.</p> <p>Una bona manera d'aprofitar el potencial de tots ells i generar un producte potent és unint-los sota l'actiu d'una ruta que, a gust de l'usuari, es pugui anar fent visitant-los tots ells.</p> <p>La difusió serà clau i per això es crearà un tríptic i s'utilitzaran els webs municipals i les xarxes socials, amb la possibilitat d'adquirir una entrada única per a tots els museus a un preu molt competent. Una vegada a l'any se celebrarà la setmana dels museus, amb entrades gratuïtes a tots ells i amb activitats culturals i d'oci relacionades per a tot tipus de públic, però especialment per als més joves.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Tècnics municipals. Museus.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Ruta dels museus del Patronat de Turisme del Pla d'Urgell.</a> <a href="#">Ruta del Vi DO Empordà.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Mig (2018).	<b>COST</b>	9.000 € (creació i difusió).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (80%) i privat (20% esponsoritzacions).		



<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>22. Museïtzació d'edificis i espais singulars</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Els museus.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Augmentar l'oferta cultural i turística.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Aplicació de tècniques museogràfiques a tot aquell patrimoni cultural o natural que tingui prou potencial com per convertir-se en un punt d'interès per a visitants. Amb el fet de convertir-lo en museu, i per tant en un lloc on s'exposaran objectes i elements pertanyents al món de l'art, la ciència o la tècnica, s'aconsegueix que l'element guanyi en atractiu i accessibilitat de cares als visitants.</p> <p>A nivell patrimonial, s'aconsegueixen uns recursos econòmics que permeten invertir en la millora de l'edifici; restauració i conservació, així com la incorporació de nous elements que fa que l'experiència dels visitants sigui més gratificant.</p> <p>Entre el nombrós nombre d'elements potencialment convertibles en museus, destaquen l'Arxiu Municipal de Sentmenat amb documents del s. XVI, el Tren de Palau-Parc de l'Hostal del Fum, les Pedreres de Caldes o les Termes Romanes també de Caldes.</p> <p>També és interessant estudiar la possibilitat d'incloure algunes de les esglésies més emblemàtiques des del punt de vista històric i arquitectònic per tal de convertir-les en espais multifuncionals on es combini l'ofici religiós amb altres funcions com la de centre d'interpretació que doni a conèixer, per exemple, part de la història industrial del territori.</p> <p>Tots aquests espais museïtzats s'han d'incloure a la Ruta dels museus de l'Eix de la Riera de Caldes.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Ajuntaments. Diputació. Particulars.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Projecte museïtzació de l'antiga Confraria de Pescadors de Calafell.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2020).	<b>COST</b>	120.000 € (adaptació museogràfica d'edificis i espais singulars i 1.000 € / anuals (campanya difusió).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (50% Generalitat de Catalunya i ajuntaments) i privat (50% particulars).		

#### 4.4.4. Foment de la qualitat de l'hostaleria

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>23. Creació del portal interactiu Hostaleria</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Pla de millora de l'hostaleria.		
<b>ÀMBIT</b>	Turisme creatiu.		
<b>OBJECTIU</b>	Atraure l'interès dels usuaris potencials de restaurants i allotjaments.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Els usuaris de restaurants i allotjaments busquen, cada vegada més, informació a la web i les xarxes socials per estar al dia de l'oferta i la qualitat dels serveis hostalers.</p> <p>Actualment existeixen alguns portals molt coneguts, malgrat aquests no permeten als interessats disposar d'una informació detallada sobre l'oferta disponible.</p> <p>Al tractar-se l'Eix de la Riera de Caldes d'un àmbit territorial relativament reduït, es pot facilitar una informació molt detallada i actualitzada, amb possibilitat que els seus visitants puguin obtenir promocions, fer reserves anticipades, etc.</p> <p>Per mostrar tota la informació sobre l'oferta d'hostaleria, es crearà un portal web amb la corresponent aplicació per mòbil. En aquesta plataforma també hi haurà vinculats, directa o indirectament, l'ampli ventall d'activitats turístiques i d'oci de la zona.</p> <p>En la tasca de creació i actualització del web hi podrien participar els propis estudiants en pràctiques d'hostaleria. El finançament caldria obtenir-lo majoritàriament dels propis establiments d'hostaleria a canvi de disposar d'una excel·lent plataforma per anunciar-se.</p> <p>Els usuaris hostalers tindran un paper important en el desenvolupament del web en tant que avaluaran les experiències, deixaran comentaris i consells per altres usuaris, etc.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Dispositiu Catalunya Emprèn de la Riera de Caldes. Patronat de Turisme.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Portal del gremi d'Hostaleria de La Garrotxa.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Curt (2016).	<b>COST</b>	3.500 € (creació del Portal) i 1.500 € / anual (manteniment i difusió).
<b>FINANÇAMENT</b>	Privat (100% sector hostaleria).		

<b>TÍTOL DE L'ACCIÓ</b>	<b>24. Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes</b>		
<b>LÍNIA ESTRATÈGICA</b>	Pla de millora de l'hostaleria.		
<b>ÀMBIT</b>	Economia taronja.		
<b>OBJECTIU</b>	Impuls de la gastronomia local amb la creació, alhora que ampliar l'oferta de formació professional i la captació de nous talents culinaris.		
<b>DESCRIPCIÓ</b>	<p>Es pretén formar professionalment a nous talents cuiners en un espai que disposi de les condicions òptimes per a que adquireixin un alt nivell de coneixements i habilitats. Tal i com s'està parlant amb el Departament d'Ensenyament, s'ha proposat l'espai de La Torre del Rector, que compleix amb totes les característiques necessàries, i que està previst que entri en funcionament el curs 2016/2017.</p> <p>S'impartiran ensenyaments especialitzats en camps fonamentals per a l'hostaleria com la direcció de cuina, cap de sala o atenció als clients. Vinculat a l'activitat formativa, es faran activitats paral·leles com: jornades gastronòmiques, una revista elaborada pels estudiants amb el suport de persones interessades amb articles d'interès, notícies locals destacades relacionades amb la restauració, etc.</p> <p>El centre oficial estarà en contacte continu amb els restaurants de la zona per facilitar la sortida professional dels estudiants més qualificats. Els establiments milloraran la seva reputació pel fet de recolzar la formació, alhora que es beneficiaran de la incorporació a les seves cuines i sales de professionals ben formats, amb talent i noves maneres de fer.</p> <p>El centre pretén convertir l'hostaleria dels municipis de l'Eix de la Riera de Caldes en un sector de referència, dinàmic i en continua evolució. Es convertirà en la plataforma ideal per promocionar i difondre productes i productors agroalimentaris locals, estimulants una producció de proximitat i qualitat, així com la recuperació de productes autòctons que han anat perdent protagonisme.</p> <p>L'aula també tindrà una clara vocació internacional a l'hora d'acollir estudiants estrangers i també portar estudiants locals a fer pràctiques a restaurants d'altres països, projectant-se fora de les nostres fronteres.</p>		
<b>AGENTS IMPLICATS</b>	Programa de Foment de la Formació i el Talent a la Riera de Caldes impulsat per l'AMERC. Dispositiu Catalunya Emprèn de la Riera de Caldes. Projecte Agència.		
<b>EXEMPLES REFERÈNCIA</b>	<a href="#">Aula d'Hostaleria del Ripollès.</a> <a href="#">Institut Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona.</a>		
<b>TERMINI IMPLANTACIÓ</b>	Llarg (2020).	<b>COST</b>	45.000 € (creació de l'escola) i 90.000 € / anual (funcionament).
<b>FINANÇAMENT</b>	Públic (30%) i privat (70% patrocini empresarials i matrícules).		

## 4.5. Cronograma.

El desenvolupament de les 24 accions previstes en el Pla d'Acció es farà de forma progressiva i a partir dels resultats obtinguts a les enquestes realitzades als sis consistoris que conformen els municipis de la Riera de Caldes (veure resultats detallats de l'enquesta als annexos). Entre les accions que han estat considerades amb una prioritat mitja, s'han repartit per cadascun dels anys previstos (2017-2019) un nombre d'accions assumible i adequat a les exigències i necessitats del territori. Hi ha dues accions (nº 11 i 20) que s'han incorporat a posteriori fruit de les sessions de participació durant les quals es va treballar amb l'enquesta de prioritització que determina el cronograma, de manera que no han estat avaluades durant l'enquesta sinó durant la mateixa sessió de treball, atorgant-los una prioritat mitja amb previsió per l'any 2018.

ACCIONS	2016	2017	2018	2019	2020
6. Creació d'una Comissió d'experts pel desenvolupament i seguiment del Pla d'Acció	■				
9. Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals					
13. Elaboració de la Guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes					
15. Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments					
23. Creació del portal interactiu Hostaleria					
2. Creació del <i>Living Lab</i> Innova		■			
7. Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius					
14. Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes					
17. Creació de la Revista/butlletí local de la Riera de Caldes					
24. Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes					
1. Creació de l'espai de divulgació "AulaRiera"			■		
11. Festival escolar de literatura catalana de la Riera de Caldes					
12. Plataforma pel treball cooperatiu empresarial					
16. Celebració de les setmanes temàtiques de l'Art i la Ciència					
20. Creació de la Ruta del Patrimoni Històric de la Riera de Caldes					
18. Creació del Cicle de concerts de la Riera de Caldes				■	
19. Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes					
21. Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes					
22. Museïtzació d'edificis i espais singulars					
3. Creació de l'Escola d'Art i Disseny de la Riera de Caldes					■
4. Creació de les Aules Musicals de la Riera de Caldes					
5. Ampliar els vivers d'empreses de la Riera de Caldes					
8. Creació plataforma d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger					
10. Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes					

Finalment, s'ha elaborat dos quadres resum on es tenen en compte les següents variables en funció de l'obtenció del capital (públic o privat):

- Acció.
- Despesa inicial.
- Despesa manteniment.
- Any d'execució.

Taula 1: finançament públic

ACCIONS	2016		2017		2018		2019		2020		TOTAL
	Despesa inicial	Manteniment	Despesa inicial	Manteniment	Despesa inicial	Manteniment	Despesa inicial	Manteniment	Despesa inicial	Manteniment	
6. Creació d'una Comissió d'experts pel desenvolupament i seguiment del Pla d'Acció		15.000 €		15.000 €		15.000 €		15.000 €		15.000 €	75.000 €
9. Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals		9.000 €		9.000 €		9.000 €		9.000 €		9.000 €	45.000 €
13. Elaboració de la Guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes	12.600 €	3.500 €		3.500 €		3.500 €		3.500 €		3.500 €	30.100 €
15. Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments	3.000 €	1.500 €		1.500 €		1.500 €		1.500 €		1.500 €	10.500 €
23. Creació del portal interactiu Hostaleria											0 €
2. Creació del <i>Living Lab</i> Innova			100.000 €	32.000 €		32.000 €		32.000 €		32.000 €	228.000 €
7. Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius				3.900 €		3.900 €		3.900 €		3.900 €	15.600 €
14. Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes			10.000 €	6.300 €		6.300 €		6.300 €		6.300 €	35.200 €
17. Creació de la Revista/butlletí local de la Riera de Caldes				14.350 €		14.350 €		14.350 €		14.350 €	57.400 €
24. Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes			45.000 €	27.000 €		27.000 €		27.000 €		27.000 €	153.000 €
1. Creació de l'espai de divulgació "AulaRiera"					1.800 €	1.500 €		1.500 €		1.500 €	6.300 €
11. Festival escolar de literatura catalana de la Riera de Caldes						5.000 €		5.000 €		5.000 €	15.000 €
12. Plataforma pel treball cooperatiu empresarial						1.500 €		1.500 €		1.500 €	4.500 €
16. Celebració de les setmanes temàtiques de l'Art i la Ciència						10.000 €		10.000 €		10.000 €	30.000 €
20. Creació de la Ruta del Patrimoni Històric de la Riera de Caldes					10.000 €	2.000 €		2.000 €		2.000 €	16.000 €
18. Creació del Cicle de concerts de la Riera de Caldes							10.000 €	50.000 €		50.000 €	110.000 €
19. Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes							45.000 €	2.000 €		2.000 €	49.000 €
21. Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes								7.200 €		7.200 €	14.400 €
22. Museïtzació d'edificis i espais singulars							60.000 €	500 €		500 €	61.000 €
3. Creació de l'Escola d'Art i Disseny de la Riera de Caldes									140.000 €	28.000 €	168.000 €
4. Creació de les Aules Musicals de la Riera de Caldes										3.600 €	3.600 €
5. Ampliar els vivers d'empreses de la Riera de Caldes									60.000 €	15.000 €	75.000 €
8. Creació plataforma d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger										3.600 €	3.600 €
10. Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes									30.000 €	4.200 €	34.200 €
<b>Total pressupost</b>	<b>15.600 €</b>	<b>29.000 €</b>	<b>155.000 €</b>	<b>112.550 €</b>	<b>11.800 €</b>	<b>132.550 €</b>	<b>115.000 €</b>	<b>192.250 €</b>	<b>230.000 €</b>	<b>246.650 €</b>	<b>1.240.400 €</b>

Taula 2: finançament privat

ACCIONS	2016		2017		2018		2019		2020		TOTAL
	Despesa inicial	Manteniment	Despesa inicial	Manteniment	Despesa inicial	Manteniment	Despesa inicial	Manteniment	Despesa inicial	Manteniment	
6. Creació d'una Comissió d'experts pel desenvolupament i seguiment del Pla d'Acció											0 €
9. Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals		16.000 €		16.000 €		16.000 €		16.000 €		16.000 €	64.000 €
13. Elaboració de la Guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes	5.400 €	1.500 €		1.500 €		1.500 €		1.500 €		1.500 €	8.400 €
15. Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments											0 €
23. Creació del portal interactiu Hostaleria	3.500 €	1.500 €		1.500 €		1.500 €		1.500 €		1.500 €	11.000 €
2. Creació del <i>Living Lab</i> Innova				8.000 €		8.000 €		8.000 €		8.000 €	8.000 €
7. Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius				15.600 €		15.600 €		15.600 €		15.600 €	62.400 €
14. Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes				2.700 €		2.700 €		2.700 €		2.700 €	5.400 €
17. Creació de la Revista/butlletí local de la Riera de Caldes				6.150 €		6.150 €		6.150 €		6.150 €	31.100 €
24. Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes				63.000 €		63.000 €		63.000 €		63.000 €	63.000 €
1. Creació de l'espai de divulgació "AulaRiera"						450 €		450 €		450 €	1.350 €
11. Festival escolar de literatura catalana de la Riera de Caldes											0 €
12. Plataforma pel treball cooperatiu empresarial						3.500 €		3.500 €		3.500 €	14.000 €
16. Celebració de les setmanes temàtiques de l'Art i la Ciència						10.000 €		10.000 €		10.000 €	30.000 €
20. Creació de la Ruta del Patrimoni Històric de la Riera de Caldes											0 €
18. Creació del Cicle de concerts de la Riera de Caldes								35.000 €		35.000 €	70.000 €
19. Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes								1.000 €		1.000 €	1.000 €
21. Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes								1.800 €		1.800 €	5.400 €
22. Museïtzació d'edificis i espais singulars							60.000 €	500 €		500 €	60.500 €
3. Creació de l'Escola d'Art i Disseny de la Riera de Caldes										12.000 €	12.000 €
4. Creació de les Aules Musicals de la Riera de Caldes										5.400 €	10.800 €
5. Ampliar els vivers d'empreses de la Riera de Caldes										15.000 €	60.000 €
8. Creació plataforma d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger										14.400 €	43.200 €
10. Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes										1.800 €	8.100 €
<b>Objectiu de cofinançament privat</b>		27.900 €		114.450 €		128.400 €		226.700 €		215.300 €	712.750 €
<b>Aportació pública necessària (inversió)</b>		15.600 €		155.000 €		11.800 €		115.000 €		230.000 €	527.400 €
<b>Aportació pública necessària (manteniment)</b>		29.000 €		112.550 €		132.550 €		192.250 €		246.650 €	713.000 €
<b>Total</b>		<b>72.500 €</b>		<b>382.000 €</b>		<b>272.750 €</b>		<b>533.950 €</b>		<b>691.950 €</b>	<b>1.953.150 €</b>

## 5. Annex.

### 5.1. Actes de les sessions de participació.

#### Acta 1ª sessió participació: PLA D'ACCIÓ PEL FOMENT DE LA INDUSTRIA CREATIVA I EL TURISME A LA RIERA DE CALDES

Dia: 21 de maig de 2015.

Hora d'inici: 12:00

Hora finalització: 14:15

#### Assistents:

- Francesc Alemany, Marta Contreras i David Serra; com a representants d'ATC-SIG
- Carles Feiner: Cap de la Unitat d'Empreses de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.
- Olga Peralta: Cap de Foment Econòmic de l'Ajuntament de Caldes de Montbui.
- Jordi Gilgado: Regidor de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Sentmenat.
- Trini Ruiz: Tècnica de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de la Llagosta.
- Cati Marín: Administrativa-tècnica de Comerç i Turisme, i Meritxell Moliner: Tècnica de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Palau-solità i Plegamans.



La sessió es va iniciar amb la presència de la tècnica de Caldes i el regidor de Sentmenat. Al cap de pocs minuts van arribar els tècnics de la Llagosta i les dues de Palau.

1.- Es va començar per presentar el PowerPoint explicatiu del projecte, les principals dades extretes de la **pre-diagnosi** i els **objectius proposats** per la sessió:

- Presentació del document i panoràmica dels documents enllaçats.
- Validació de l'inventari turístic.
- Validació i configuració final del mapa d'actors rellevants.

- Debat/anàlisi sobre les possibles línies estratègiques a desenvolupar en el paquet 3.

2.- La primera petició va ser validar **l'inventari turístic** classificat en els quatre àmbits:

- Esdeveniments.
- Esport i salut.
- Museu i afins.
- Patrimoni històric i arquitectònic.

Davant l'aprovació dels assistents, es va repassar un per un els recursos turístics inventariats i es van assenyalar els que faltaven per incorporar. També es va deixar una setmana de termini per a que cada tècnic incorpori els que falten.

Recursos afegits:

- A Caldes de Montbui: Fira de Sant Jordi, Càmping Pasqualet (Esport i Salut), les Pedreres de Caldes (exposició patrimonial associat a projectes previstos de rehabilitació de pedreres).
- A Palau-Solità i Plegamans: Fira d'Antiguitats (mensual), Campus Arqueològic (canviar-lo a Museu), Fira de Sant Jordi i Fira de Santa Llúcia. Al novembre està previst fer la primera edició de la Fira Internacional del Formatge.
- La Llagosta: Carnestoltes, Castanyada, ..., Fira Medieval, Fira de Sant Ponç, Mitja-marató (curse Fondistes), Masia de Can Baqué (hi ha un projecte de rehabilitació per l'any vinent, vist el seu interès patrimonial).
- Polinyà: no ha assistit ningú a la sessió. Se'ls demanarà per mail.
- Sentmenat: Festival Internacional de l'Arpa, Festa Major de la Tardor, Fira dels comercials (Santa Llúcia, dels cargols, etc.), Festa de Sant Antoni Abad, Tradicional Ball de la Plaça (activitat relacionada amb Sant Jordi), Fira Medieval (en setmana del patrimoni), Museu-arxiu (activitat exposicions), associació caminaires (calendari durant l'any), Associació ciclistes (calendari anual),

Nota: Vil·les comercials a cel obert, fires comercials (rebaixes, outlets, etc.) i mercats ambulants setmanals (podria tenir cabuda en el nostre projecte) ?

Nota: és important pensar en com desenvolupar la qüestió del comerç turístic.

3.- A continuació es va iniciar el treball de **mapa d'actors**:

Durant la propera setmana els municipis s'han compromès a passar a en Carles la nova taula actualitzada d'actors rellevants del municipi.

- Caldes: afegirà altres actors rellevants



- Llagosta: TEI (activitats artístiques i serveis culturals). Afegirà restaurants de referència (p.ex. Gentilicis, Vostre Vite).
- Palau: restaurants de referència com: Can Sidru, Can Duran, Can Burgés, ... Patronat de Sant Isidre (festa de Sant Isidre), Fundació Folch i Torres (activitats artístiques / indústria cultural), productor Musaranya (serveis estratègics). Publicacions Quatre Pins (drets d'autor).
- Santa Perpètua: restaurant "Los Xoqueros", dues hípiques
- Sentmenat: falta incorporar empreses R+D+I el regidor s'ho mirarà. Afegir 3 restaurants de referència. Grup excursionista, BTT, gent gran que restaura fonts naturals. Poblat ibèric (línia amb Caldes de Montbui).

4.- A continuació es va iniciar el treball de **línies estratègiques** (objectiu 3):

Dins la Línia Estratègica 1 (Actuacions Transversals), s'han comentat les 5 propostes d'actuació:

- Educació-formació-atracció de talent: hi ha dos projectes en marxa, caldria incorporar un tercer.
- Administracions orientades a la generació de nova activitat: cal fer un pas més, desenvolupar emprenedoria obrint una nova línia d'emprenedoria en economia taronja.
- Governança i partenariat públic-privat: sistema de governança ha de ser similar al que hi ha als altres projectes: 4 potes (centres de recerca, societats civils, empreses i administració).
- Valors de futur: una Riera de Caldes acollidora, oberta, emprenedora, creativa, inclusiva i solidària: accions SOC – demana Pla d'acció de desenvolupament econòmic territorial -> hi ha 1 de fet que cal validar-lo per part dels 6 ajuntaments.  
Nota: hi ha uns 20 projectes en marxa entre els 6 municipis i si no els integrem en un mateix paraigües ens farem mal !!
- Incorporació als mercats mundials: ampli coneixement d'idiomes, foment de connexions internacionals. Difusió internacional de la Riera de Caldes i alt grau d'internacionalització de l'empresa amb potencials embaixadors de la Riera de Caldes. Mancances d'idiomes; ja hi ha programes però caldria coordinar-los per arribar correctament a tot el territori.

Nota: Sentmenat diu que ells tenen molt interès en desenvolupar una línia on es tracti la qüestió dels idiomes a la població; també ens introdueix a l'interès en fer un partenariat entre la Societat Coral i l'Ajuntament per desenvolupar activitats culturals.

Dins la Línia Estratègica 2 (Activitats artístiques i serveis culturals) s'ha detectat a la pre-diagnosi que la densitat de creadors és baixa:

- Opció 1: estimular el talent i esperar a que surtin bons creadors.
- Opció 2: Importar talent de fora.
- Opció 3: crear infraestructures per estimular i atreure el talent (p.ex. escoles).

Nota: existeixen escoles de música a tots els municipis però potser seria interessant treballar conjuntament ja que hi ha clares possibilitats de col·laboració.

Dins la Línia Estratègica 3 (Sinergia dels subsectors B,C i D amb un possible PECT (estratègia RIS3)). La majoria dels 367 establiments són proveïdors industrials -> obrir una línia de treball entre els creatius sobre:

- Manufactura 4.0
- R+D+Industrial

Nota: IRTA, GRACO, ... per concretar projectes que puguin enllaçar-se amb altres i altres infraestructures.

Objectiu: posar en contacte empreses amb interès en I+D amb empreses del territori que s'hi puguin vincular per treballar conjuntament en el desenvolupament de projectes concrets.

Dins la Línia Estratègica 4 (Turisme): alt potencial de la zona d'estudi però cal potenciar/beneficiar a tots els municipis; p.ex. BTT, natura, fires, etc.

Tenim 7 línies possibles de treball i cal prioritzar per on començarem:

1. Educació-formació i atracció de talent
2. Administracions orientades a la generació de nova activitat.
3. Governança i partenariat públic-privat
4. Valors de futur: una Riera de Caldes acollidora, oberta, emprenedora, creativa, inclusiva i solidaria.
5. Incorporació als mercats mundials: ampli coneixement d'idiomes, foment de connexions internacionals.

Els tècnics comenten que el tema de prioritització sempre són els polítics els que decideixen i que potser ells poden escollir-ne uns, però finalment els polítics acaben decidint-ne uns altres. Per aquest motiu es proposa que la propera setmana es faci un trobada amb els polítics per dissenyar i prioritzar estratègies d'aquesta línia 4, per començar a treballar a fons amb les prioritàries.

La propera reunió està prevista per mitjans de juliol.

Finalització de la sessió a les 14:15.

## Acta 2ª sessió participació: PLA D'ACCIÓ PEL FOMENT DE LA INDUSTRIA CREATIVA I EL TURISME A LA RIERA DE CALDES

Dia: 8 d'octubre de 2015.

Hora d'inici: 12:00

Hora finalització: 14:30

Assistents:

- Francesc Alemany, Marta Contreras i David Serra; com a representants d'ATC-SIG, SI.
- Isidre Pineda: Regidor de Cultura, Patrimoni i Turisme, i Olga Peralta: Cap de Foment Econòmic de l'Ajuntament de Caldes de Montbui.
- Trini Ruiz: Tècnica de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de la Llagosta.
- Laura Navarro: Regidora de Promoció Econòmica i Comerç, Cati Marín: Administrativa-tècnica de Comerç i Turisme, i Meritxell Moliner: Tècnica de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Palau-solità i Plegamans.
- Joaquim Arolas: Cap de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Polinyà.
- Úrsula Cornejo: Directora de Desenvolupament Local, Carles Feiner: Cap de la Unitat d'Empreses, i Brigitte Pladevall: Tècnica d'Empreses de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.
- Montserrat Rueda: Regidora de Cultura, Turisme i Patrimoni, Jordi Gilgado: Regidor de Promoció Econòmica, i Manel Jiménez: Coordinador de la Regidoria de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Sentmenat.



La sessió va comptar amb la presència de 13 membres, dos dels quals, els de Caldes de Montbui van haver de marxar mitja hora abans de finalitzar la sessió.

1.- Es va començar per presentar el recorregut en el temps i en les diferents fases per les quals el projecte ha passat:

- Anàlisi qualitativa (enquestes i petició d'informació a agents socials, econòmics i polítics per validar l'inventari turístic i el mapa d'actors) i quantitativa (recerca d'informació).
- Elaboració de la pre-diagnosi.
- Validació de la diagnosi en la primera sessió de participació (veure acta 1ª).
- Elaboració del pla d'acció.
- Validació del pla d'acció en la segona sessió de participació (document actual), i recepció dels resultats de l'enquesta.

2.- En segon lloc es van nomenar i descriure breument les quatre línies estratègiques desenvolupades en el pla d'acció, per a continuació fer una ràpida explicació de les 22 accions dissenyades per a desenvolupar les esmentades línies.

3.- El següent punt previst era que cada assistent valorés de l'1 al 5 totes les accions en funció de la importància que creien que tenia, i que donessin una prioritat (alta, mitja o baixa) en funció de la necessitat d'implantació més o menys immediata.

En el moment de plantejar l'activitat, la responsable de Santa Perpètua va proposar que els hi deixéssim 15 dies per poder-se mirar amb calma les accions i comentar-les amb els seus companys del consistori, de manera que poguessin fer la tasca encomanada amb més criteri i consens. Així doncs, el retorn de dites valoracions serà a l'entorn del 22 d'octubre.

4.- A posterior es va proposar obrir un intercanvi d'opinions sobre les accions proposades en el pla, de manera que els membres d'un consistori poguessin tenir la referència dels punts de vista dels altres companys municipals. Van anar intervenint tots; el regidor de Sentmenat va proposar la creació de dues noves accions: Ruta/catàleg per la història i el patrimoni prehistòric-romà-modernista del seu municipi, i la potenciació del festival literari català escolar que actualment ja estan fent a les seves escoles.

La resta de participants van opinar molt favorablement a les accions plantejades al Pla, especialment l'acció que proposa la Comissió, on s'afegeix la necessitat de crear la figura d'un director i la necessitat de lideratge i compromís polític per part dels ajuntaments. També es va valorar molt positivament accions com: Pla de fires i festes, escola-taller d'hostaleria, BTT i senderisme, o el festival de pastorets.

Alguns tècnics van comentar la perillositat de què el pla no tirés endavant per manca de pressupost econòmic. Van comentar la necessitat d'un compromís polític per realitzar inversions i així poder tirar endavant les accions proposades.

El darrer pas a fer per concloure la redacció del Pla d'acció tindrà lloc una vegada es faci la recepció de l'activitat de valorar i prioritzar les accions proposades, s'incorporin els afegits a les accions aportats pels assistents i s'afegeixi com a annex els resultats de l'enquesta.

## 5.2. Enquestes als ajuntaments per a la prioritització de les accions del Pla d'acció de foment de les indústries basades en la creativitat i el turisme de la Riera de Caldes.

ACCIONS	POLINYÀ			SENTMENAT			STA. PERPÈTUA			CALDES DE MONTBUI			LA LLAGOSTA			PALAU-SOLITÀ			TOTAL									
	Valor (1-5)	Prioritat			Valor (1-5)	Prioritat			Valor (1-5)	Prioritat			Valor (1-5)	Prioritat			Valor (1-5)	Prioritat			Valor (1-5)	Prioritat						
		Baixa	Mitja	Alta		Baixa	Mitja	Alta		Baixa	Mitja	Alta		Baixa	Mitja	Alta		Baixa	Mitja	Alta		Baixa	Mitja	Alta	Baixa	Mitja	Alta	
1. Creació de l'espai de divulgació "AulaRiera"	3	X			1	X			5			X	3		X		3		X		2				3	2	2	1
2. Creació del <i>Living Lab</i> Innova	4		X		1	X			5			X	3		X		1	X			5		X		3	2	2	1
3. Creació de l'Escola d'Art i Disseny de la Riera de Caldes	3		X		1	X			2	X			4		X		2	X			2				2	3	2	0
4. Creació de les Aules Musicals de la Riera de Caldes	2	X			2	X			1	X			4		X		3		X		2				2	3	2	0
5. Ampliar els vivers d'empreses de la Riera de Caldes	3		X		1	X			1	X			4		X		3	X			5	X			3	3	2	0
6. Creació d'una Comissió d'experts pel desenvolupament i seguiment del Pla d'Acció	4			X	2		X		5			X	4			X	5			X	2				4	0	1	4
7. Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius	4		X		2		X		2		X		4		X		3		X		5			X	3	0	5	0
8. Creació d'una plataforma interactiva d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger	2	X			1	X			2	X			5		X		2	X			2				2	4	1	0
9. Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals	4			X	1	X			3			X	5			X	3		X		5			X	4	1	1	3
10. Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes	1	X			2		X		1	X			5		X		1	X			2				2	3	2	0
11. Festival escolar de literatura catalana de la Riera de Caldes	-				-				-				-				-				-				-			
12. Plataforma pel treball cooperatiu empresarial	2	X			2		X		3		X		3		X		2		X		2				2	1	4	0
13. Elaboració de la Guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes	4			X	5			X	4	X			5			X	2		X		2				4	1	1	3
14. Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes	4			X	4		X		5	X			4		X		2		X		5		X		4	1	3	1
15. Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments	4			X	5			X	5			X	5			X	4		X		5			X	5	0	1	4
16. Celebració de les setmanes temàtiques de l'Art i la Ciència	3		X		5			X	2		X		3		X		3	X			2				3	1	3	1
17. Creació de la Revista/butlletí local de la Riera de Caldes	3		X		3		X		2	X			5			X	2		X		4		X		3	1	3	1
18. Creació del Cicle de concerts de la Riera de Caldes	2	X			5			X	2		X		4		X		3		X		2				3	1	3	1
19. Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes	4			X	5			X	5	X			3	X			3		X		2				4	2	1	2
20. Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes	2		X		4		X		4	X			2	X			4			X	2				3	2	2	1
21. Creació de la Ruta del Patrimoni Històric de la Riera de Caldes	-				-				-				-				-				-				-			
22. Museïtzació d'edificis i espais singulars	3		X		4		X		3	X			3		X		3		X		2				3	1	4	0
23. Creació del portal interactiu Hostaleria	4			X	3		X		4	X			4			X	5			X	2				4	1	1	3
24. Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes	4		X		3		X		4		X		4		X		5			X	3	X			4	0	4	1

El nivell de valoració en una acció, mostra l'interès que té cada municipi en que es dugui a terme. La taula següent representa la mitjana dels resultats de les valoracions realitzades pels municipis de l'àrea d'estudi. Les accions han estat ordenades en funció de la mitjana resultant de les valoracions realitzades. D'aquesta manera podem destacar el "Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments", que ha estat l'acció que ha assolit la valoració més alta. Cal destacar, que cap de les accions presentades ha obtingut una valoració inferior a 2, el que implica que no existeix cap acció amb una valoració prou baix com per descartar-la.

ACCIONS	Valor
15. Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments	5
6. Creació d'una Comissió d'experts pel desenvolupament i seguiment del Pla d'Acció	4
9. Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals	4
13. Elaboració de la Guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes	4
14. Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes	4
19. Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes	4
23. Creació del portal interactiu Hostaleria	4
24. Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes	4
1. Creació de l'espai de divulgació "AulaRiera"	3
2. Creació del Living Lab Innova	3
5. Ampliar els vivers d'empreses de la Riera de Caldes	3
7. Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius	3
16. Celebració de les setmanes temàtiques de l'Art i la Ciència	3
17. Creació de la Revista/butlletí local de la Riera de Caldes	3
18. Creació del Cicle de concerts de la Riera de Caldes	3
20. Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes	3
22. Museïtzació d'edificis i espais singulars	3
3. Creació de l'Escola d'Art i Disseny de la Riera de Caldes	2
4. Creació de les Aules Musicals de la Riera de Caldes	2
8. Creació d'una plataforma interactiva d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger	2
10. Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes	2
12. Plataforma pel treball cooperatiu empresarial	2
11. Festival escolar de literatura catalana de la Riera de Caldes	-
21. Creació de la Ruta del Patrimoni Històric de la Riera de Caldes	-

Per altra banda, el grau de prioritització mostra l'interès dels municipis enquestats per desenvolupar una acció més aviat o més tard en el temps. D'aquesta manera les accions valorades amb una prioritat alta s'haurien de procurar començar a desenvolupar de forma més immediata. Els resultats obtinguts en les enquestes, determinen el cronograma mostrat anteriorment en l'apartat 4.5. La taula següent exemplifica el resum de la prioritització feta pels municipis participants. La gran majoria de les accions, concretament un 50%, tenen una prioritat mitjana, el que implicaria un desenvolupament de les accions al voltant de l'any 2018. La resta d'accions queden repartides per igual en la prioritat alta ( a desenvolupar durant els primers anys d'aplicació del Pla d'Acció – 2016/2017) i en prioritat baixa (a desenvolupar durant els anys 2019/2020)

ACCIONS	Prioritat
6. Creació d'una Comissió d'experts pel desenvolupament i seguiment del Pla d'Acció	Alta
9. Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals	Alta
13. Elaboració de la Guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes	Alta
15. Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments	Alta
23. Creació del portal interactiu Hostaleria	Alta
1. Creació de l'espai de divulgació "AulaRiera"	Mitja
2. Creació del Living Lab Innova	Mitja
7. Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius	Mitja
11. Plataforma pel treball cooperatiu empresarial	Mitja
14. Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes	Mitja
16. Celebració de les setmanes temàtiques de l'Art i la Ciència	Mitja
17. Creació de la Revista/butlletí local de la Riera de Caldes	Mitja
18. Creació del Cicle de concerts de la Riera de Caldes	Mitja
19. Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes	Mitja
20. Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes	Mitja
22. Museïtzació d'edificis i espais singulars	Mitja
24. Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes	Mitja
3. Creació de l'Escola d'Art i Disseny de la Riera de Caldes	Baixa
4. Creació de les Aules Musicals de la Riera de Caldes	Baixa
5. Ampliar els vivers d'empreses de la Riera de Caldes	Baixa
8. Creació d'una plataforma interactiva d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger	Baixa
10. Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes	Baixa
11. Festival escolar de literatura catalana de la Riera de Caldes	-
21. Creació de la Ruta del Patrimoni Històric de la Riera de Caldes	-

Un cop analitzats el nivell de valoració i el grau de priorització, s'entreveu que existeix una relació entre ambdós indicadors. Les accions més valorades, per tant, que són les més imprescindibles a portar a terme, se'ls hi atorga una prioritat més alta en vistes de la necessitat de començar a desenvolupar-les lo abans possible. Tan sols hi ha tres accions considerades de valor alt que es considera que es poden portar a terme a un mig termini. Només una acció de valoració mitja es creu que no és prioritària d'execució, amb la qual cosa es podria desenvolupar amb final del període previst pel Pla d'Acció.

ACCIONS	Valor	Prioritat
15. Pla de racionalització de fires, festes i esdeveniments	5	Alta
6. Creació d'una Comissió d'experts pel desenvolupament i seguiment del Pla d'Acció	4	Alta
9. Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals	4	Alta
13. Elaboració de la Guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes	4	Alta
14. Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes	4	Mitja
19. Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes	4	Mitja
23. Creació del portal interactiu Hostaleria	4	Alta
24. Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes	4	Mitja
1. Creació de l'espai de divulgació "AulaRiera"	3	Mitja
2. Creació del Living Lab Innova	3	Mitja
5. Ampliar els vivers d'empreses de la Riera de Caldes	3	Baixa
7. Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius	3	Mitja
16. Celebració de les setmanes temàtiques de l'Art i la Ciència	3	Mitja
17. Creació de la Revista/butlletí local de la Riera de Caldes	3	Mitja
18. Creació del Cicle de concerts de la Riera de Caldes	3	Mitja
20. Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes	3	Mitja
22. Museïtzació d'edificis i espais singulars	3	Mitja
3. Creació de l'Escola d'Art i Disseny de la Riera de Caldes	2	Baixa
4. Creació de les Aules Musicals de la Riera de Caldes	2	Baixa
8. Creació d'una plataforma interactiva d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger	2	Baixa
10. Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes	2	Baixa
12. Plataforma pel treball cooperatiu empresarial	2	Mitja
11. Festival escolar de literatura catalana de la Riera de Caldes	-	-
21. Creació de la Ruta del Patrimoni Històric de la Riera de Caldes	-	-



### 5.3. Enquesta a les empreses i entitats basades en la creativitat i el turisme de la Riera de Caldes. Informe de resultats.

## INFORME RESULTATS



## ENQUESTA A LES EMPRESES I ENTITATS BASADES EN LA CREATIVITAT I EL TURISME DE LA RIERA DE CALDES

**Any 2015**

## PRESENTACIÓ

### Introducció i objectius

En el present document es presenten **els resultats d'una Enquesta dirigida empreses i entitats que es dediquen a activitats basades en la creativitat i el turisme a l'àmbit territorial de la Riera de Caldes.**

Aquesta enquesta s'emmarca dins una línia de treball més extensa, impulsada per l'Associació de Municipis de l'Eix de la Riera de Caldes (AMERC), que pretén conduir a l'elaboració d'un Pla Estratègic per el desenvolupament sostenible del turisme i les indústries creatives en el territori.

**Aquest projecte s'està portant a terme gràcies al suport del Servei d'Ocupació de Catalunya,** en el marc dels Programes de Suport al Desenvolupament Local i cofinançat pel Fons Social Europeu.

Més concretament **els objectius** de l'Enquesta són:

- Conèixer el perfil de les empreses i entitats que treballen en aquest sector.
- Conèixer la seva evolució i expectatives de creixement, tant en treballadors com en volum de negoci.
- Identificació de punts forts i febles del territori, per el desenvolupament i creixement del sector.
- Valoració d'un seguit de propostes d'estímul i creixement del sector.
- Disposició a col·laborar amb l'administració local en el pla d'impuls del sector.

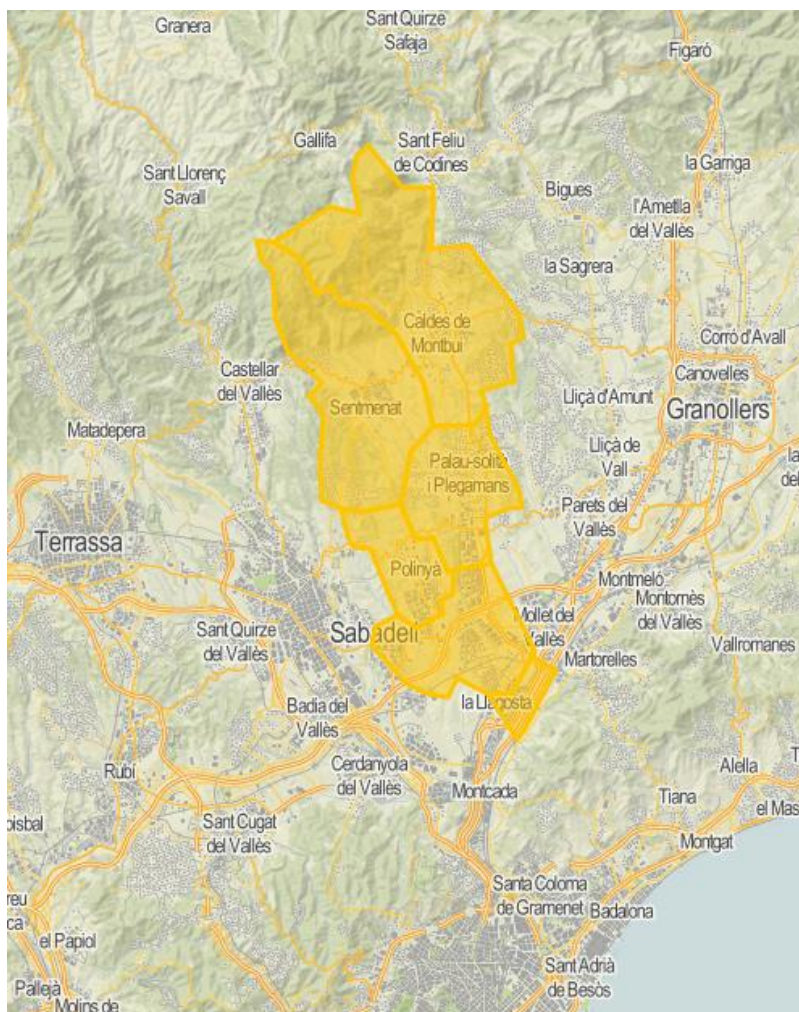
A l'annex s'adjunta **el qüestionari** administrat a les empreses. Tot i tenir una base comuna, s'han establert dos itineraris diferents, un per a empreses dedicades al turisme, i , un altre, per a empreses dedicades a les indústries creatives.

Els resultats en l'informe també es presenten de forma diferenciada, perquè es pugi analitzar cada activitat separatament.

Seguidament es presenten els detalls tècnics de l'Enquesta:

### Àmbit territorial analitzat: Eix de la Riera de Caldes

És una àrea econòmica de caràcter territorial que s'estén de Nord a Sud al llarg de la llera fluvial de la Riera de Caldes, i està constituïda pels termes municipals de **Caldes de Montbui, Sentmenat, Palau-solità i Plegamans, Polinyà, Santa Perpètua de Mogoda i La Llagosta.**



Veure més informació a:

<http://www.rieradecaldes.com/leix.html>

Des de juny de 2014 aquest municipis s'han integrat dins l'AMERC, l'Associació de Municipis de l'Eix de la Riera de Caldes.

Veure més informació a:

<http://www.rieradecaldes.com/lamerc.html>

## Univers d'estudi

Empreses, autònoms, entitats i associacions amb seu en algun dels 6 municipis de la Riera de Caldes, i que formen part d'alguns dels següents sectors econòmics:

Subsector	Activitat
A ACTIVITATS ARTÍSTIQUES I SERVEIS CULTURALS	900 -Activitats de creació, artístiques i d'espectacles
A ACTIVITATS ARTÍSTIQUES I SERVEIS CULTURALS	910 -Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals
B INDÚSTRIES CULTURALS	581 -Edició de llibres, periòdics i altres activitats d'edició
B INDÚSTRIES CULTURALS	582 -Edició de programes informàtics
B INDÚSTRIES CULTURALS	591 -Activitats cinematogràfiques, de vídeo i de programes de televisió
B INDÚSTRIES CULTURALS	592 -Activitats d'enregistrament de so i edició musical
B INDÚSTRIES CULTURALS	601 -Activitats de radiodifusió
B INDÚSTRIES CULTURALS	602 -Activitats de programació i emissió de televisió
C SERVEIS ESTRATÈGICS	611 -Telecomunicacions per cable
C SERVEIS ESTRATÈGICS	612 -Telecomunicacions sense fils
C SERVEIS ESTRATÈGICS	613 -Telecomunicacions per satèl·lit
C SERVEIS ESTRATÈGICS	619 -Altres activitats de telecomunicacions
C SERVEIS ESTRATÈGICS	711 -Serveis tècnics d'arquitectura i enginyeria i altres activitats relacionades amb l'assessorament tècnic
C SERVEIS ESTRATÈGICS	721 -Recerca i desenvolupament en ciències naturals i tècniques
C SERVEIS ESTRATÈGICS	722 -Recerca i desenvolupament en ciències socials i humanitats
C SERVEIS ESTRATÈGICS	731 -Publicitat
C SERVEIS ESTRATÈGICS	732 -Estudis de mercat i enquestes d'opinió pública
C SERVEIS ESTRATÈGICS	741 -Activitats de disseny especialitzat
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	620 -Serveis de tecnologies de la informació
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	631 -Processament de dades, hostatge i activitats relacionades; portals web
D ALTRES ACTIVITATS CREATIVES BASADES EN DRETS D'AUTOR	639 -Altres serveis d'informació
T1 HOSTALERIA	551 -Hotels i allotjaments similars
T1 HOSTALERIA	552 -Allotjaments turístics i altres allotjaments de curta durada
T1 HOSTALERIA	553 -Càmpings
T1 HOSTALERIA	559 -Altres tipus d'allotjaments
T1 HOSTALERIA	561 -Restaurants i establiments de menjars
T1 HOSTALERIA	562 -Provisió de menjars preparats per a celebracions i altres serveis de menjars
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	791 -Activitats de les agències de viatges i operadors turístics
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	799 -Altres serveis de reserves i activitats que s'hi relacionen
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	823 -Organització de convencions i fires de mostres
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	931 -Activitats esportives
T2 ALTRES SERVEIS DEL TURISME	932 -Altres activitats recreatives i d'entreteniment

## Treball de camp

S'ha enviat el qüestionari, auto-administrat en format on-line, a 306 establiments o entitats dels quals es disposava d'algun correu electrònic.

**Els enviaments s'han realitzat entre el 25 de setembre i el 9 d'octubre de 2015.**

## Mostra

**Han contestat l'enquesta 48 empreses i entitats, de les quals:**

- 17 es dediquen a activitats turístiques,
- i, 31 a les indústries creatives.

Tot seguit es presenten els resultats de l'explotació estadística del qüestionari.

## **PART I:**

### **Resultats de les empreses i entitats basades en: EL TURISME**

## 1. Perfil de les empreses participants

**En total 17 empreses turístiques han participat a l'Enquesta.** No és una representació molt gran, però serveix per visualitzar alguns comportaments i tendències.

És difícil dur a terme una enquesta auto-administrada dins un sector amb una elevada presència de microempreses, i amb ritmes de treball molt diferents al d'altres establiments, com oficines i indústries.

A continuació, es descriu quin és el perfil de les companyies enquestades: ubicació, activitat principal, grandària, període d'obertura, pertinença o no a una associació turística.

### Municipi on s'ubiquen

- ✓ **A l'estudi hi ha representades empreses de tots els municipis de la Riera de Caldes.**
- ✓ El municipi més representat és Santa Perpètua de Mogoda, amb 6 empreses.

### Municipi on s'ubica l'empresa

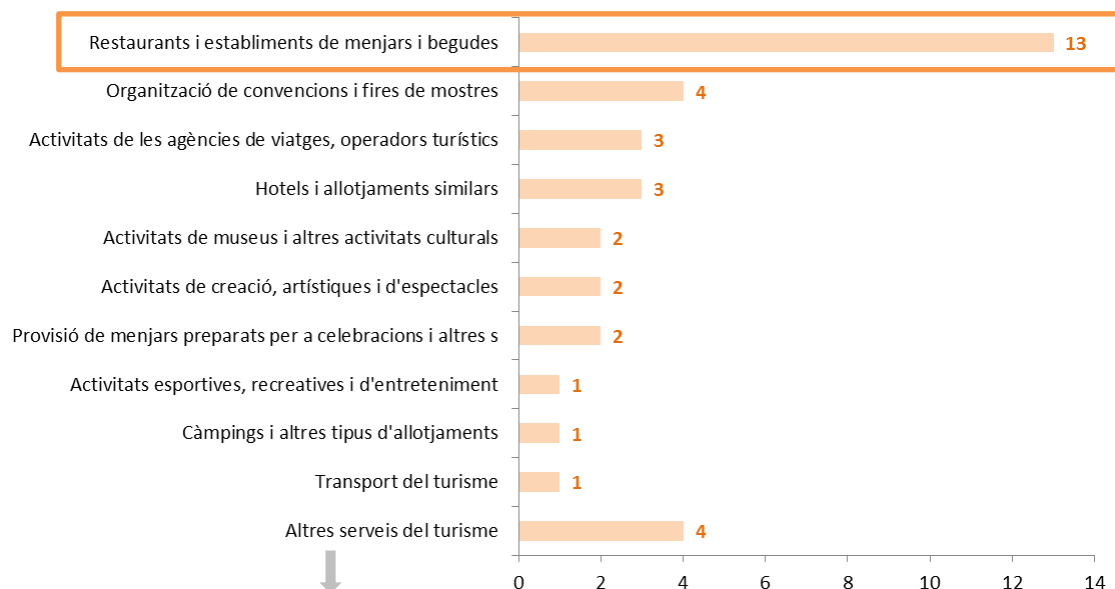
	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Caldes de Montbui	2	11,8	11,8	11,8
La Llagosta	3	17,6	17,6	29,4
Palau-solità i Plegamans	2	11,8	11,8	41,2
Polinyà	2	11,8	11,8	52,9
Santa Perpètua de Mogoda	6	35,3	35,3	88,2
Sentmenat	2	11,8	11,8	100,0
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



## Tipus activitat turística

- ✓ **Hi ha una participació més alta d'empreses dedicades a la restauració (13).** Aquesta dada no sorprèn, perquè coincideix amb l'activitat que té un major pes dins del sector turístic a la Riera de Caldes.
- ✓ Ara bé, també hi són presents hotels, agències de viatges, organitzadors de fires i convencions, entre altres serveis turístics.

### Quin tipus d'activitat turística o d'hostaleria ofereixen? (Possibilitat de resposta múltiple)



Altres tipus d'activitat turística:

- *Educació ambiental per escoles i famílies, cicloturisme, senderisme,..*
- *Informació online i publicitat d'activitats de senderisme.*

## Any d'inici de l'activitat

- ✓ **El 53% de les empreses participants han iniciat la seva activitat amb posterioritat a l'any 2000.**
- ✓ La mitjana d'any d'inici d'activitat és el 1994.

### Any d'inici de l'activitat

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Fins a 1980	3	17,6	17,6	17,6
Entre 1981 i 1990	1	5,9	5,9	23,5
Entre 1991 i 2000	4	23,5	23,5	47,1
Entre 2001 i 2010	7	41,2	41,2	88,2
A partir de 2011	2	11,8	11,8	100,0
Total	17	100,0	100,0	

### Estadístics de centralitat

	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
Especificar any	17	1929	2014	1994,12	20,937
N vàlid (segons llista)	17				

## Nombre de treballadors

- ✓ **Gairebé el 60% de les empreses enquestades compta amb una plantilla de com a màxim 5 treballadors.**
- ✓ Del 40% que supera aquest líndar, la gran part es situa a la franja dels 6 als 25 treballadors.

### Nombre de treballadors de l'empresa o entitat

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
0 treballadors (autònom)	4	23,5	23,5	23,5
Entre 1 i 5 treballadors	6	35,3	35,3	58,8
Entre 6 i 10 treballadors	3	17,6	17,6	76,5
Entre 11 i 25 treballadors	2	11,8	11,8	88,2
Entre 26 i 100 treballadors	1	5,9	5,9	94,1
Més de 100 treballadors	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

### Estadístics descriptius

	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
Quants de treballadors té en plantilla la seva empresa, establiment o entitat?*: (En cas que sigui 0 també indicar-ho)	17	0	160	16,00	38,208
N vàlid (segons llista)	17				

## Volum de negoci

- ✓ **Aproximadament la meitat de les empreses entrevistades no sobrepasa un volum de negoci de 300.000 euros** (el 53% de les respostes vàlides).
- ✓ De l'altra meitat, el major percentatge es situa entre els 600.000 i 3.000.000 d'euros.

### Pot indicar, aproximadament, el volum de negoci de la seva empresa:

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Fins a 300.000 €	8	47,1	53,3	53,3
Entre 300.001 – 600.000€	1	5,9	6,7	60,0
Entre 600.001 – 1.500.000€	2	11,8	13,3	73,3
Entre 1.500.001– 3.000.000€	2	11,8	13,3	86,7
Entre 15.000.001– 30.000.000€	1	5,9	6,7	93,3
Més de 60.000.000€	1	5,9	6,7	100,0
Total	15	88,2	100,0	
No resposta	2	11,8		
Total	17	100,0		

## Període d'obertura

- ✓ Al territori hi ha poca estacionalitat, per la qual cosa no sorprèn **que gairebé tots els establiments enquestats obrin tot l'any.**

### Quin és el període d'obertura del seu establiment?

	Freqüència	Percentatge	Percentatge e vàlid	Percentatge acumulat
Altres (especifiqueu)	2	11,8	11,8	11,8
Tot l'any	15	88,2	88,2	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Altres períodes d'obertura:

- *11 mesos*
- *Tots els dies laborables*

## Pertinença a associació turística

- ✓ Només una minoria de les empreses entrevistades s'integra dins una associació turística.

### La seva empresa o establiment està integrat en alguna associació turística?

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Sí	3	17,6	21,4	21,4
No	11	64,7	78,6	100,0
Total	14	82,4	100,0	
No resposta	3	17,6		
Total	17	100,0		

## 2. Tendències i previsions de creixement

En aquest apartat s'identifiquen les expectatives de contractació i facturació de les empreses.

### Evolució de la plantilla

- ✓ **Durant el darrer any, 1 de cada 4 empreses enquestades ha vist créixer la seva plantilla (el 23,5%).** La gran majoria s'ha mantingut estable (el 70,6%), i gairebé cap ha reduït personal.

**Comparat amb el 2014, el nombre de treballadors de la seva empresa durant el 2015:**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
S'ha incrementat	4	23,5	23,5	23,5
S'ha mantingut igual	12	70,6	70,6	94,1
S'ha reduït	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

### Previsions de contractació

- ✓ Prop de la meitat de les companyies té previst incorporar algun nou treballador en el proper any (el 41%). El 59% restant, creu que seguirà amb la mateixa plantilla.

**Preveuen contractar nous treballadors en els propers 12 mesos?**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Sí	7	41,2	41,2	41,2
No	10	58,8	58,8	100,0
Total	17	100,0	100,0	

- ✓ Per tipus d'activitat principal, **la major part dels restaurants tenen previst contractar nou personal (el 60%).** En el cas dels hotels i altres serveis d'allotjament, la majoria preveu continuar amb el mateix personal. I la mateixa tendència s'observa en els altres tipus de serveis turístics.

**Preveuen contractar nous treballadors en els propers 12 mesos? Segons activitat principal**

		Preveuen contractar nous treballadors en els propers 12 mesos?		Total
		Sí	No	
Restaurants	Recompte	6	4	10
	%	60,0%	40,0%	100,0%
Allotjament turístic (Hotels, càmpings...)	Recompte	1	3	4
	%	25,0%	75,0%	100,0%
Altres serveis turístics	Recompte	0	3	3
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Recompte	7	10	17
	%	41,2%	58,8%	100,0%

**Perfils que preveuen contractar**

- ✓ **Cuiners i cambrers seran els perfils més demandats per les empreses del sector turístic.**

**Quin/s perfil/s de treballadors creu que necessitarà cobrir els propers 12 mesos?**

**(Possibilitat de resposta múltiple)**

**Cuiner/a (6)**

**Cambrer/a (5)**

Guia/atenció al públic (1)

Coordinador/a d'equip (1)

Comercial (1)

Fornier/a (1)

Pastisser/a (1)

## Evolució del volum de negoci

- ✓ **Gairebé 1 de cada 3 empreses preveu millorar seu nivell de facturació respecte l'any passat** (el 31% de les respostes vàlides).
- ✓ Només una minoria (12,5%) creu que facturarà menys que el 2014.

### Comparat amb el 2014, el volum de negoci de la seva empresa durant el 2015:

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
S'ha incrementat	5	29,4	31,3	31,3
S'ha mantingut igual	9	52,9	56,3	87,5
S'ha reduït	2	11,8	12,5	100,0
Total	16	94,1	100,0	
No resposta	1	5,9		
Total	17	100,0		



### 3. Perfil dels clients

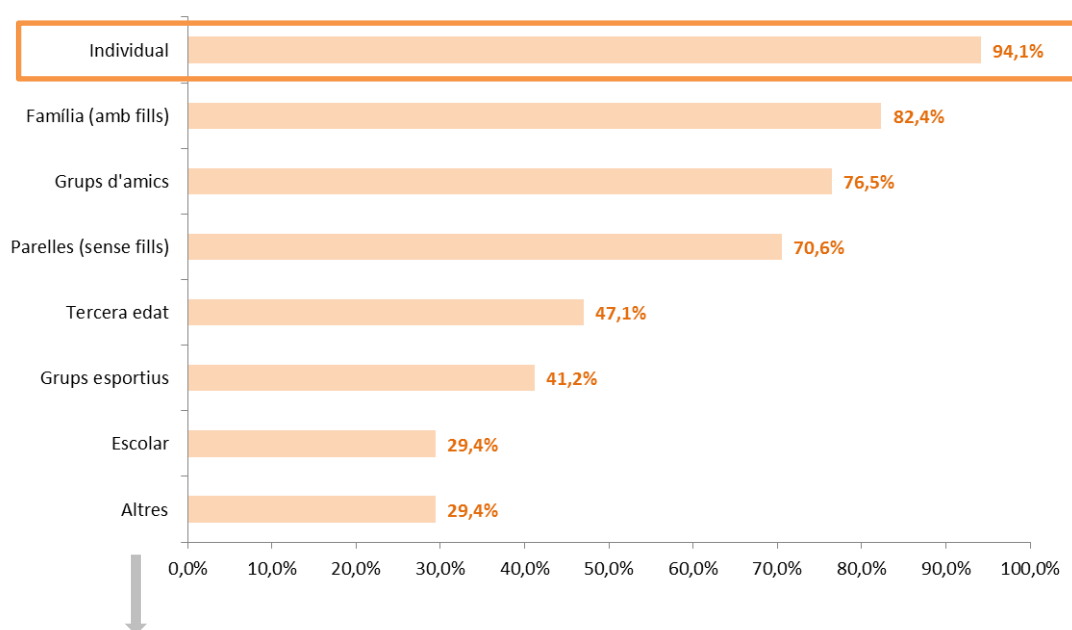
En aquest bloc, es presenten les característiques dels clients dels establiments enquestats.

#### Tipus de client de l'establiment

✓ La clientela és variada, però majoritàriament estem parlant de clients individuals, famílies i grups d'amics.

**Quin és el tipus de client o clients que rebeu habitualment al vostre establiment?**

**(Possibilitat de resposta múltiple)**



Altres tipus de clients:

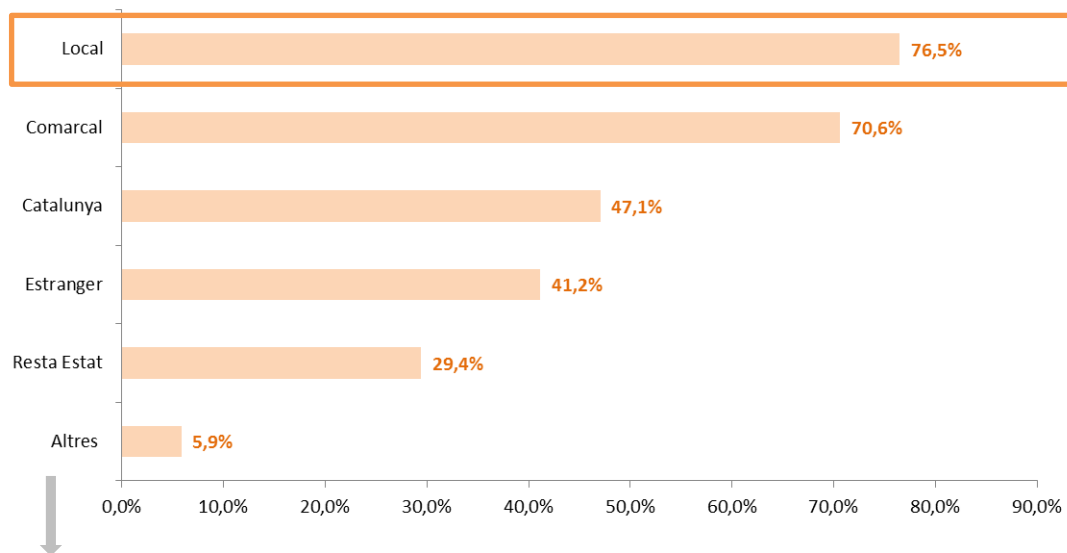
- *Clients a través de xarxes socials*
- *Treballadors /empreses*
- *Turisme nacional, espanyol i europeu, grups organitzats de turisme europeu*

## Procedència habitual dels clients de l'establiment

- ✓ **En la gran majoria dels casos els clients són de proximitat**, del mateix municipi o de la comarca.

**Quina és la procedència més habitual dels clients del seu establiment o servei?**

**(Possibilitat de resposta múltiple)**



Altres tipus de procedències:

- *Clients de tot el món*

## Clients i Despesa mitjana

- ✓ De mitjana, els restaurants enquestats atenen uns 15.000 clients anualment. S'ha de recordar que aquests resultats no són extrapolables al conjunt del sector, perquè la base mostral és molt petita.

- **Clients anuals:**

**Número aproximat de clients durant l'any:**

Tipus establiment	Mitjana	N	Desv. típ.	Mínim	Màxim	Mitjana
Restaurants	15466,6667	6	14610,49851	800,00	40000,00	13000,0000
Allotjament turístic (Hotels, càmpings...)	21066,6667	3	25861,42559	200,00	50000,00	13000,0000
<b>Total</b>	<b>15610,0000</b>	<b>10</b>	<b>17432,31036</b>	<b>100,00</b>	<b>50000,00</b>	<b>9500,0000</b>

- ✓ La despesa mitjana per client dels restaurants entrevistats és de 16 euros, i la dels allotjaments turístics 23,5 euros.

- **Despesa mitjana per client i servei:**

**Informe**

**Indicar la despesa mitjana per client en euros**

Tipus establiment	Mitjana	N	Desv. típ.	Mínim	Màxim	Mitjana
Restaurants	16,17	6	6,911	6	25	17,50
Allotjament turístic (Hotels, càmpings...)	23,50	2	16,263	12	35	23,50
Total	27,11	9	28,638	6	100	20,00

#### 4. Valoració i aspiracions del propi negoci

Com valoren els empresaris la qualitat de la seva oferta turística? Quines aspiracions tenen de cara el futur? En aquest apartat es pot veure l'opinió dels empresaris.

##### Valoració de la qualitat de la oferta del propi establiment

- ✓ **De mitjana, les empreses valoren amb un 6,9 la qualitat de la seva pròpia oferta hostalera o turística.**
- ✓ No és una nota gaire elevada -amb prou feines arriba al notable-, amb la qual cosa, es dona a entendre que els propis empresaris reconeixen que **encara hi ha molt marge de millora del seu producte o servei.**

##### Estadístics descriptius

	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
<b>VALORACIÓ DE LA PRÒPIA OFERTA</b>	10	4,00	9,00	6,9000	2,37814
N vàlid (segons llista)	10				

##### Informe

##### VALORACIÓ DE LA PRÒPIA OFERTA

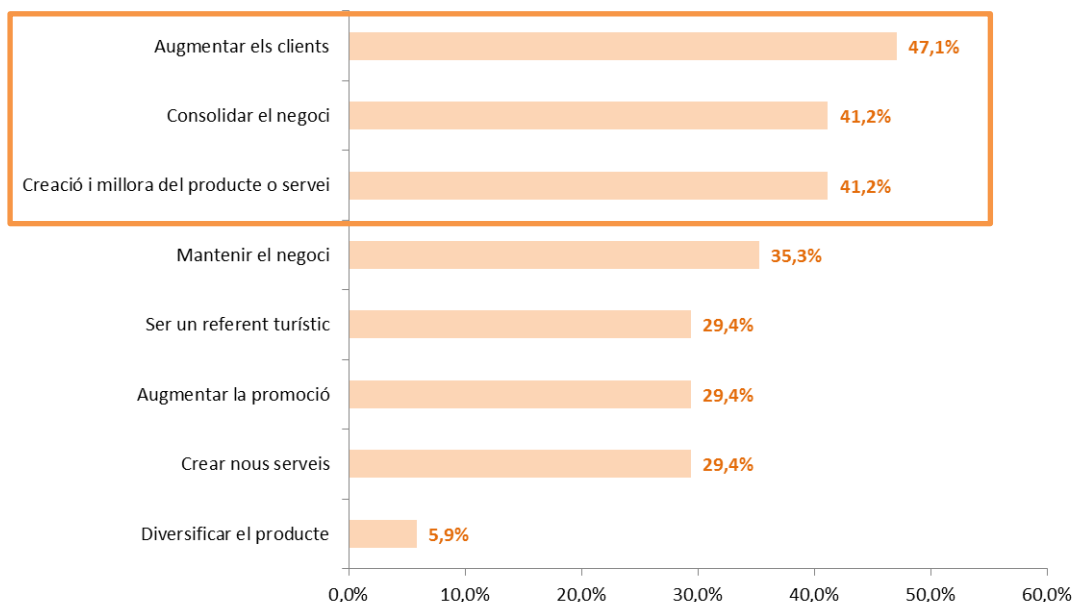
Tipus d'establiment	Mitjana	N	Desv. típ.	Mínim	Màxim	Mitjana
Restaurants	7,3333	6	2,58199	4	9	9,0000
Allotjament turístic (Hotels, càmpings...)	8,0000	2	1,41421	7	9	8,0000
Altres serveis turístics	4,5000	2	,70711	4	5	4,5000
Total	6,9000	10	2,37814	4	9	8,0000

## Aspiracions del propi negoci de cara el futur

- ✓ **La consolidació del negoci és una de les principals aspiracions dels empresaris de cara el futur** (del 41% del total). Això està indicant que hi ha una part gens menyspreable de les empreses que encara no veuen assegurada la seva subsistència. Aquesta dada també lliga amb la joventut d'alguns dels establiments.
- ✓ La necessitat de millorar el seu producte o servei té la mateixa importància que consolidar el negoci. Ambdós aspectes, juntament amb altres apuntats pels empresaris, estan fortament interrelacionats.

### Quines aspiracions té el seu negoci o entitat de cara el futur?

(Possibilitat de resposta múltiple)



## 5. Punts forts i febles de la Riera de Caldes a nivell turístic

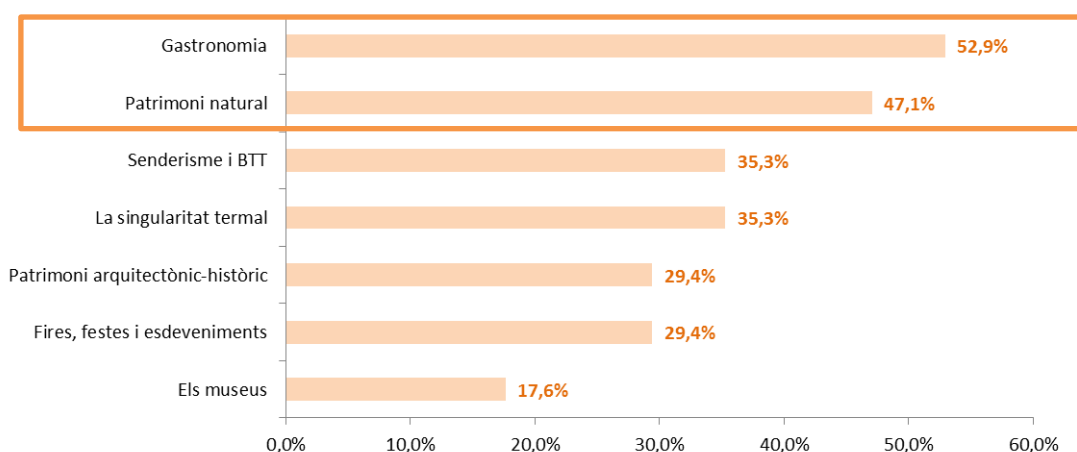
Tot seguit, es plasma l'opinió dels empresaris sobre les potencialitats i mancances de l'oferta turística del territori.

### Principals atractius turístics de la Riera de Caldes

- ✓ **En opinió dels empresaris enquestats, el principal atractiu de la Riera de Caldes és la seva gastronomia i patrimoni natural.**
- ✓ A un segon esglauó hi ha el senderisme i la singularitat termal.

**Segons el seu parer, quin són els principals atractius turístics de la zona de la Riera de Caldes?**

**(Possibilitat de resposta múltiple)**

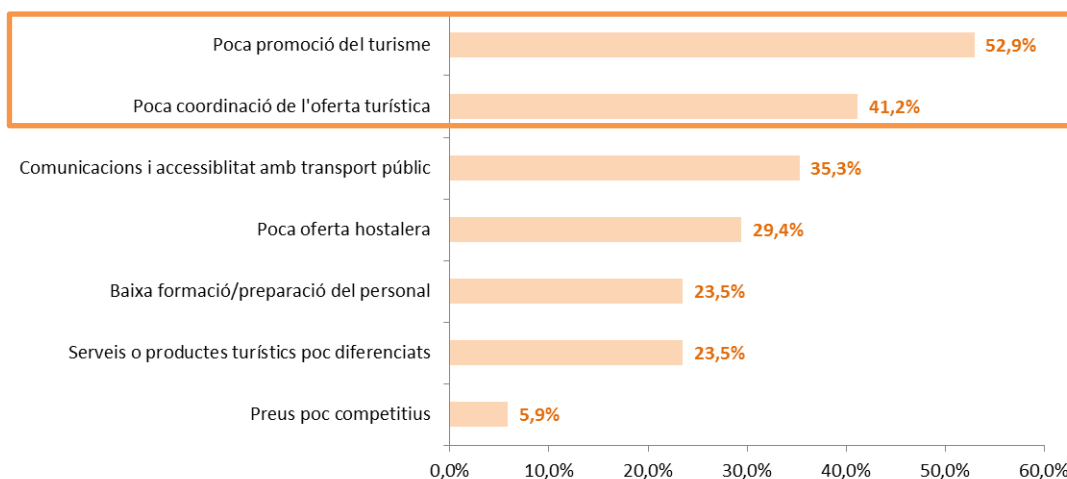


## Principals mancances turístiques de la Riera de Caldes

- ✓ **La major debilitat del sector**, segons el parer dels empresaris, **és la poca promoció del turisme** que es fa del territori.
- ✓ Així mateix opinen, que tampoc hi ajuda **la manca de coordinació de l'oferta existent**.

**I, quines són per vostè les principals mancances d'aquest territori en matèria turística?**

**(Possibilitat de resposta múltiple)**



- ✓ Tot i que menys destacat, des del sector, també hi ha qui es lamenta de **les males connexions que té el territori a nivell de xarxa de transport públic**.

## Valoració de la qualitat de l'oferta d'hostaleria de la Riera de Caldes

- ✓ La valoració de la oferta d'hostaleria del territori no és massa satisfactòria, i amb prou feines aconseguix un aprovat: un 5,1 de mitjana.

### Estadístics descriptius

	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
VALORACIÓ OFERTA RdC	13	2,00	8,00	5,1538	1,99358
N vàlid (segons llista)	13				

- ✓ Tant hotelers com restauradors valoren molt modestament la qualitat de l'oferta de la Riera de Caldes.

### Informe

#### VALORACIÓ OFERTA RdC

Tipus d'establiment	Mitjana	N	Desv. típ.	Mínim	Màxim	Mitjana
Restaurants	5,1429	7	1,95180	2	8	5,0000
Allotjament turístic (Hotels, càmpings...)	5,6667	3	3,21455	2	8	7,0000
Altres serveis turístics	4,6667	3	1,15470	4	6	4,0000
Total	5,1538	13	1,99358	2	8	5,0000



## Percepció de la qualitat de l'oferta de l'hostaleria de la Riera de Caldes en comparació amb Catalunya

- ✓ **Prop de la meitat dels enquestats creu que l'oferta d'hostaleria de la Riera de Caldes està per davall del nivell de Catalunya** (el 45% de les respostes vàlides). És la mateixa proporció dels que creuen que s'està al mateix nivell (45%).

### Creu que la qualitat de l'oferta d'hostaleria del territori està per sobre, per sota o igual que els nivells de Catalunya?

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Està per sobre	1	5,9	9,1	9,1
Està al mateix nivell	5	29,4	45,5	54,5
Està per sota	5	29,4	45,5	100,0
Total	11	64,7	100,0	
No resposta	6	35,3		
Total	17	100,0		

## 6. Valoració de propostes de futur

S'ha demanat als responsables de les empreses que valoressin tot un seguit de propostes d'accions a desenvolupar per a promocionar el turisme a la Riera de Caldes.

### Propostes a nivell d'oferta d'hostaleria i turisme

- ✓ **Les propostes que més engresquen a les empreses del sector són: la creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes, la creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes, i la creació d'un Portal Interactiu d'Hostaleria.**
- ✓ També tenen una bona entrada les següents propostes: elaboració d'una guia de camins, senders i rutes BTT específica del territori, juntament amb la creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes.

#### Estadístics descriptius

PROPOSTES	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
A) Millorar la competència amb idiomes dels treballadors de les empreses i establiments locals	11	1,00	4,00	2,7273	1,00905
B) Elaboració d'una guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes	11	1,00	4,00	2,9091	1,30035
C) Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes	11	1,00	4,00	3,0000	1,09545
D) Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes	11	1,00	4,00	3,0000	1,09545
E) Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes	11	1,00	4,00	2,6364	1,28629
F) Conversió d'edificis i espais singulars en museus	11	1,00	4,00	2,5455	1,03573
G) Creació d'un Portal Interactiu d'hostaleria	11	1,00	4,00	3,0000	1,09545
H) Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes	11	1,00	4,00	2,9091	1,13618
N vàlid (segons llista)	11				

#### Escala de valoració:

- 1 = Cap prioritat
- 2 = Prioritat Baixa
- 3 = Prioritat Mitjana
- 4 = Prioritat Alta

## Propostes a nivell d'oferta cultural

- ✓ Sobre les **possibles accions a emprendre per a millorar l'oferta cultural** de la Riera de Caldes, dins les més ben valorades hi ha: la **creació d'un Cicle de Concerts, la celebració de setmanes temàtiques d'Art i Ciència, i l'elaboració d'un pla que coordini totes les festes i esdeveniments que es celebren a nivell de Riera de Caldes.**

### Estadístics descriptius

<b>PROPOSTES</b>	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
A) Organitzar un Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes	10	1,00	3,00	2,6000	,69921
B) Crear un pla de coordinació de festes, fires i esdeveniments de la Riera de Caldes	10	1,00	4,00	3,0000	1,05409
C) Celebració de setmanes temàtiques d'Art i Ciència	10	1,00	4,00	3,1000	,99443
D) Creació d'una revista local de la Riera de Caldes	10	1,00	4,00	2,8000	1,03280
E) Creació d'un Cicle de Concerts de la Riera de Caldes	10	1,00	4,00	3,3000	1,05935
N vàlid (segons llista)	10				

#### Escala de valoració:

- 1 = Cap prioritat
- 2 = Prioritat Baixa
- 3 = Prioritat Mitjana
- 4 = Prioritat Alta

## 7. Implicació de l'administració local

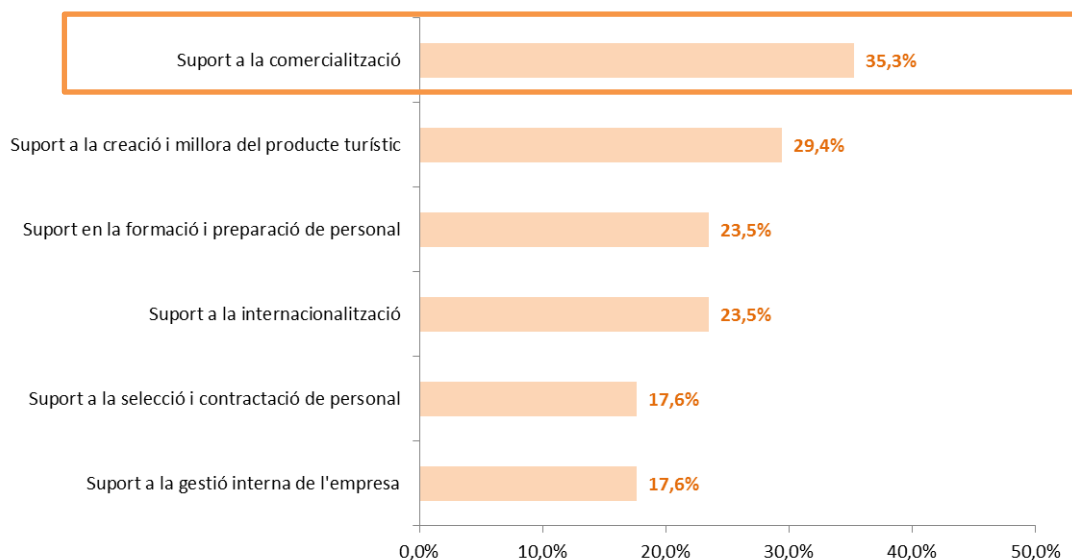
Per últim, s'ha demanat a les empreses que valoressin quin tipus de suport necessiten per part de l'administració local.

### Interès en suport per part de l'administració local

- ✓ **El principal suport que demanen les empreses a l'administració local és a l'hora de comercialitzar els seus productes o serveis.**
- ✓ La segona demanda de suport és en la millora i creació de nous productes turístics.

### Estaríeu interessats en algun tipus de suport per part de l'administració local?

(Possibilitat de resposta múltiple)



Altres comentaris sobre el tipus de suport que es necessita:

- *Suport a la difusió de productes culturals (...) de manera gratuïta.*
- *Volem augmentar la ocupació en temporada baixa (...) falta promoció a la zona.*

## Interès en accions de treball conjuntes amb l'administració local

- ✓ **La majoria d'empreses entrevistades mostra interès en participar en accions conjuntes amb el sector públic per a dinamitzar turísticament la Riera de Caldes** (9 de cada 11 empreses que han respost afirmativament en aquesta qüestió).

### Esteu interessat en participar en accions de treball conjuntes amb el sector públic per a la dinamització turística i econòmica de la Riera de Caldes?

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Sí	9	52,9	81,8	81,8
No	2	11,8	18,2	100,0
Total	11	64,7	100,0	
No resposta	6	35,3		
Total	17	100,0		

## Interès en rebre més informació del projecte

- ✓ Així mateix, la major part dels responsables entrevistats vol estar al corrent de les novetats que es produeixen al voltant del projecte de foment del turisme a la Riera de Caldes.

### Està interessat en rebre més informació relativa a la promoció del turisme a l'àmbit de la Riera de Caldes?

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Sí	9	52,9	81,8	81,8
No ho sé	2	11,8	18,2	100,0
Total	11	64,7	100,0	
No resposta	6	35,3		
Total	17	100,0		

## **PART II:**

### **Resultats de les empreses i entitats basades en: LES INDÚSTRIES CREATIVES**

## 1. Perfil de les empreses participants

**En total 24 empreses basades en les indústries creatives han contestat l'Enquesta.** A continuació, es descriu el seu perfil (on estan situades, a quines activitats es dediquen, quants treballadors tenen, i quin és el seu volum de negoci..).

### Municipi on s'ubiquen

- ✓ Hi han pres part empreses de tots els municipis de la Riera de Caldes. Els dos municipis més representats són Caldes de Montbui (10 companyies) i Santa Perpètua de Mogoda (8 companyies). Coincideix amb les localitats on s'hi concentren més empreses del sector.

#### Municipi on s'ubica l'empresa

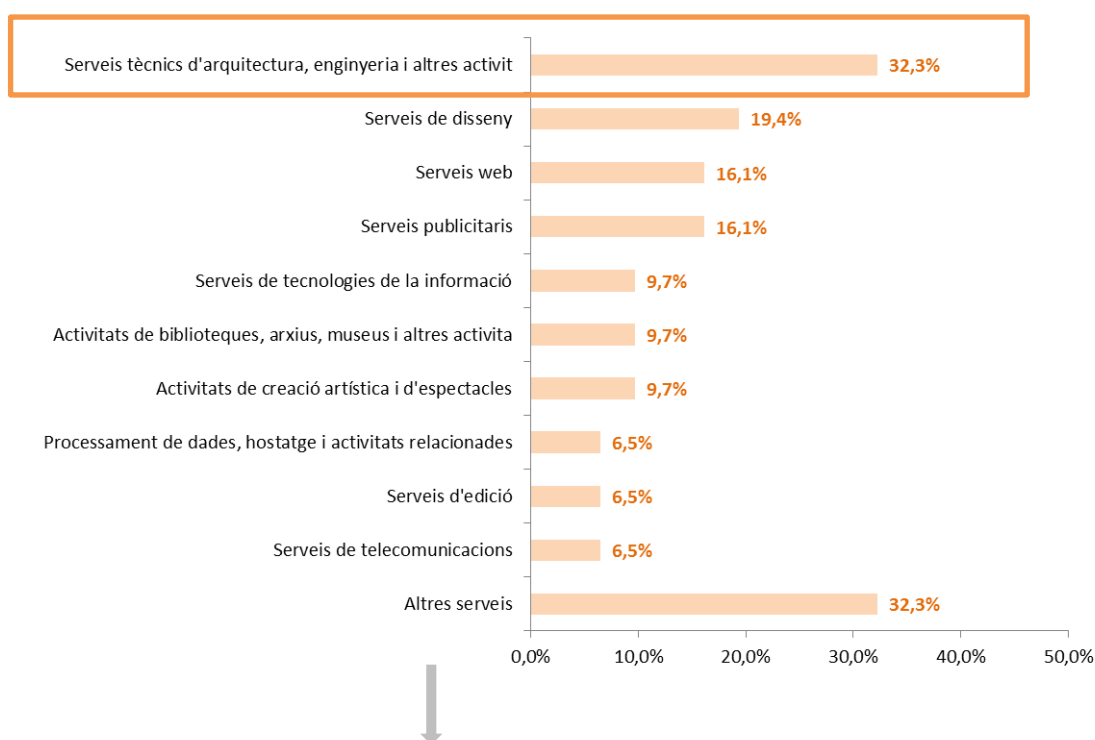
	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Caldes de Montbui	10	32,3	32,3	32,3
La Llagosta	2	6,5	6,5	38,7
Palau-solità i Plegamans	5	16,1	16,1	54,8
Polinyà	2	6,5	6,5	61,3
Santa Perpètua de Mogoda	8	25,8	25,8	87,1
Sentmenat	4	12,9	12,9	100,0
Total	31	100,0	100,0	

## Tipus d'indústria creativa

- ✓ Han participat en l'estudi empreses que es mouen en àmbits diferents: serveis de disseny i arquitectura, museus, activitats de creació artística, serveis TIC, activitats d'edició, etc.

### Quin tipus de serveis, activitats o productes oferta la seva empresa o entitat?

(Possibilitat de resposta múltiple)



### Altres serveis d'indústries creatives:

- *Aplicacions informàtiques a mida*
- *Activitats esportives*
- *Fotografia aèria amb Drons*
- *Serveis de creativitat visual*
- *Disseny i producció d'esdeveniments*
- *Correfoc de Festa Major Intercanvis amb altres colles.*
- *Formació per al desenvolupament de la creativitat*
- *Recerca*
- *Laboratori farmacèutic i químic*
- *Venda a l'engròs de material informàtic*



## Any d'inici de l'activitat

- ✓ **El 61% de les empreses entrevistades s'ha creat amb posterioritat a l'any 2000, i el 49% amb anterioritat.**
- ✓ La mitjana d'inici d'activitat és 1996 i la mediana 2003. Per tant, en la major part dels casos les empreses o entitats tenen un temps de vida que ronda els 10-12 anys.

### Any d'inici de l'activitat

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Fins a 1980	3	9,7	9,7	9,7
Entre 1981 i 1990	2	6,5	6,5	16,1
Entre 1991 i 2000	7	22,6	22,6	38,7
Entre 2001 i 2010	13	41,9	41,9	80,6
A partir de 2011	6	19,4	19,4	100,0
Total	31	100,0	100,0	

### Estadístics descriptius

	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
Especificar any	31	1838	2015	1995,68	31,518
N vàlid (segons llista)	31				

## Nombre de treballadors

- ✓ **La dimensió de les empreses és majoritàriament micro. Aproximadament el 80% compta amb una plantilla de com a màxim 5 treballadors.**

### Nombre de treballadors de l'empresa

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
0 treballadors (autònom)	12	38,7	38,7	38,7
Entre 1 i 5 treballadors	13	41,9	41,9	80,6
Entre 6 i 10 treballadors	1	3,2	3,2	83,9
Entre 11 i 25 treballadors	1	3,2	3,2	87,1
Entre 26 i 100 treballadors	2	6,5	6,5	93,5
Més de 100 treballadors	2	6,5	6,5	100,0
Total	31	100,0	100,0	

## Volum de negoci

- ✓ **Més de la meitat de les empreses entrevistades no sobrepassa un volum de negoci de 300.000 euros (el 69% de les respostes vàlides).**

### Pot indicar, aproximadament, el volum de negoci de la seva empresa:

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Fins a 300.000 €	18	58,1	69,2	69,2
Entre 300.001 - 600.000€	3	9,7	11,5	80,8
Entre 1.500.001- 3.000.000€	1	3,2	3,8	84,6
Entre 6.000.001- 15.000.000€	1	3,2	3,8	88,5
Entre 30.000.001- 60.000.000€	2	6,5	7,7	96,2
Més de 60.000.000€	1	3,2	3,8	100,0
Total	26	83,9	100,0	
No resposta	5	16,1		
Total	31	100,0		

## 2. Tendències i previsions de creixement

En aquest apartat s'analitza l'evolució de la contractació i facturació de les empreses.

### Evolució de la plantilla

- ✓ **Gairebé cap de les empreses entrevistades ha retallat la seva plantilla en el darrer any, i fins i tot, un 23% l'ha augmentat.** La majoria doncs, l'ha mantingut estable (el 70%).

**Comparat amb el 2014, el nombre de treballadors de la seva empresa durant el 2015:**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
S'ha incrementat	7	22,6	23,3	23,3
S'ha mantingut igual	21	67,7	70,0	93,3
S'ha reduït	2	6,5	6,7	100,0
Total	30	96,8	100,0	
No resposta	1	3,2		
Total	31	100,0		

### Previsions de contractació

- ✓ Malgrat que no es retalli personal, les previsions de contractació encara són conservadores. **No arriba a 1 de cada 4, les empreses que manifesten la seva intenció d'incorporar nou personal en el proper any.**

**Preveuen contractar nous treballadors en els propers 12 mesos?**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Sí	7	22,6	23,3	23,3
No	23	74,2	76,7	100,0
Total	30	96,8	100,0	
No resposta	1	3,2		
Total	31	100,0		

## Perfils que preveuen contractar

- ✓ **Tècnics i Enginyers són els perfils més repetits quan es demana pels requeriments de personal de les empreses pel proper any.**
- ✓ Dins les respostes hi apareix un perfil tan nou com el de "pilot de drons".

**Quin/s perfil/s de treballadors creu que necessitarà cobrir els propers 12 mesos?**

**(Possibilitat de resposta múltiple)**

**Tècnic (informàtic, de màquines...) (3)**

**Enginyer/a (3)**

**Animadors/Monitors de lleure (2)**

Periodista (1)

Operari de farmàcia i química (1)

Pilot de drons (1)

Investigador (1)

Analista de qualitat i R+d (1)

Delineant (1)

## Evolució del volum de negoci

- ✓ **No s'observa una tendència majoritària en l'evolució del volum de negoci de les empreses en el darrer any:** un 44% s'ha mantingut, un 30% ha crescut i un 26% ha davallat.

**Comparat amb el 2014, el volum de negoci de la seva empresa durant el 2015:**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
S'ha incrementat	8	25,8	29,6	29,6
S'ha mantingut igual	12	38,7	44,4	74,1
S'ha reduït	7	22,6	25,9	100,0
Total	27	87,1	100,0	
No resposta	4	12,9		
Total	31	100,0		

### 3. Relació comercial amb altres empreses del sector

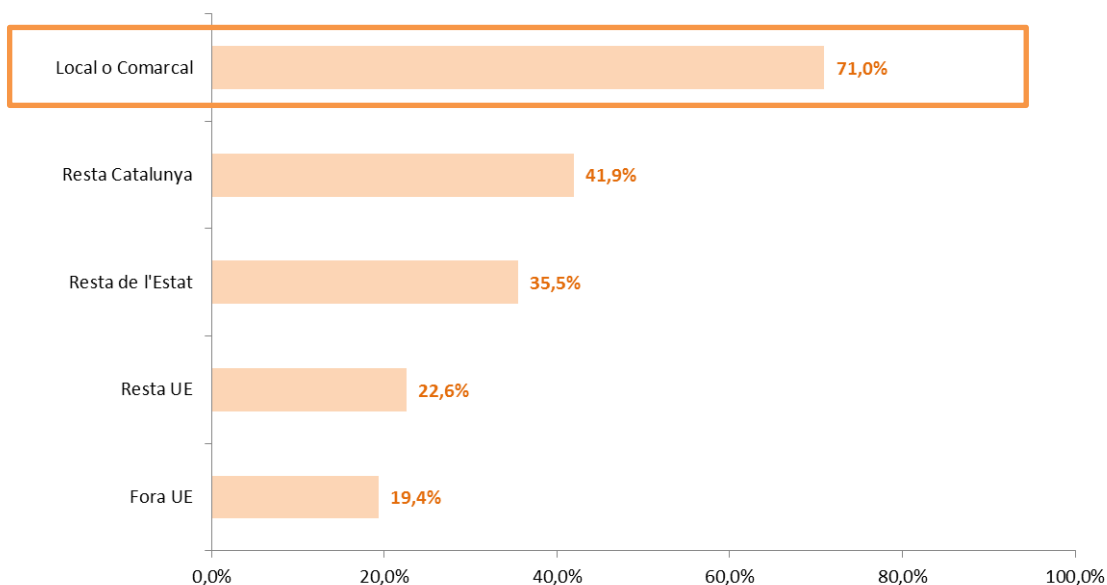
Aquest bloc analitza els lligams comercials que tenen les empreses del sector amb altres companyies del territori.

#### Mercats geogràfics de venda

- ✓ El 71% de les empreses enquestades ven els seus béns o serveis a escala local o comarcal.
- ✓ D'aquestes, **la majoria treballa únicament dins el mercat de proximitat, i la frontera màxima és Catalunya (el 61% de les empreses).**
- ✓ La xifra d'empreses exportadores es situa a l'entorn d'1 de cada 4 (el 26%).

**En quins mercat/s geogràfic/s ven majoritàriament la seva empresa béns o serveis?**

**(Possibilitat de resposta múltiple)**



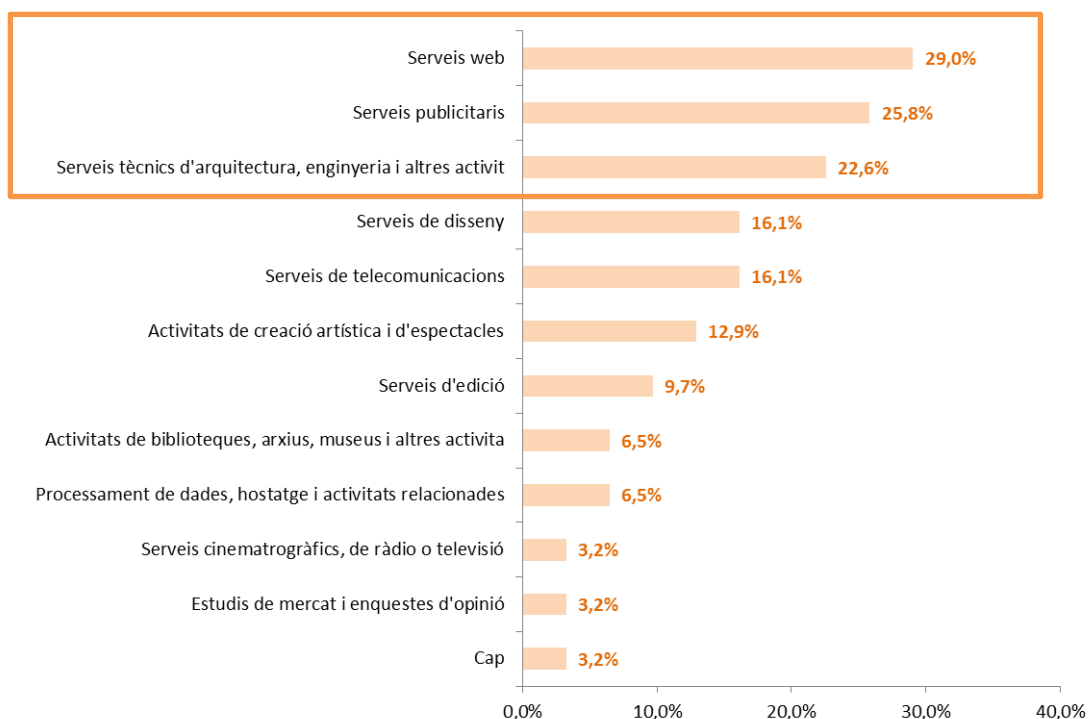
**Exporten = 25,8%**

## Tipus de béns o serveis adquirits

- ✓ **El serveis avançats més demandats per part de les empreses del sector són: creació i gestió web, serveis promocionals o publicitaris, i serveis d'enginyeria i relacionats.**
- ✓ Altres serveis com: estudis de mercat, serveis audiovisuals, o d'hostatge de dades, tenen una quota de mercat força baixa.

### Quin tipus de serveis avançats té contractats o contracta habitualment la seva empresa o entitat?

(Possibilitat de resposta múltiple)

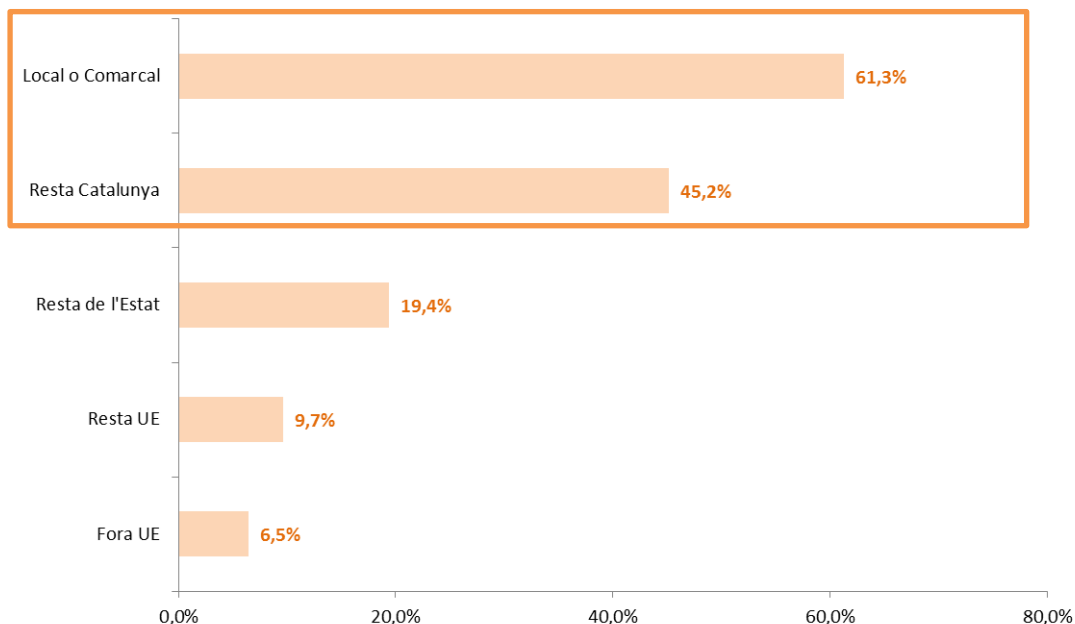


## Mercats geogràfics de compra

- ✓ **El 75% de les empreses es proveeix de béns o serveis avançats exclusivament dins l'àmbit català.** Alhora, el 61% de les companyies compra algun d'aquests béns o serveis a escala local o comarcal.
- ✓ Únicament un 10% de les companyies enquestades adquireix béns o serveis avançats de l'estranger.

### En quins mercat/s geogràfic/s compra majoritàriament la seva empresa béns o serveis?

(Possibilitat de resposta múltiple)



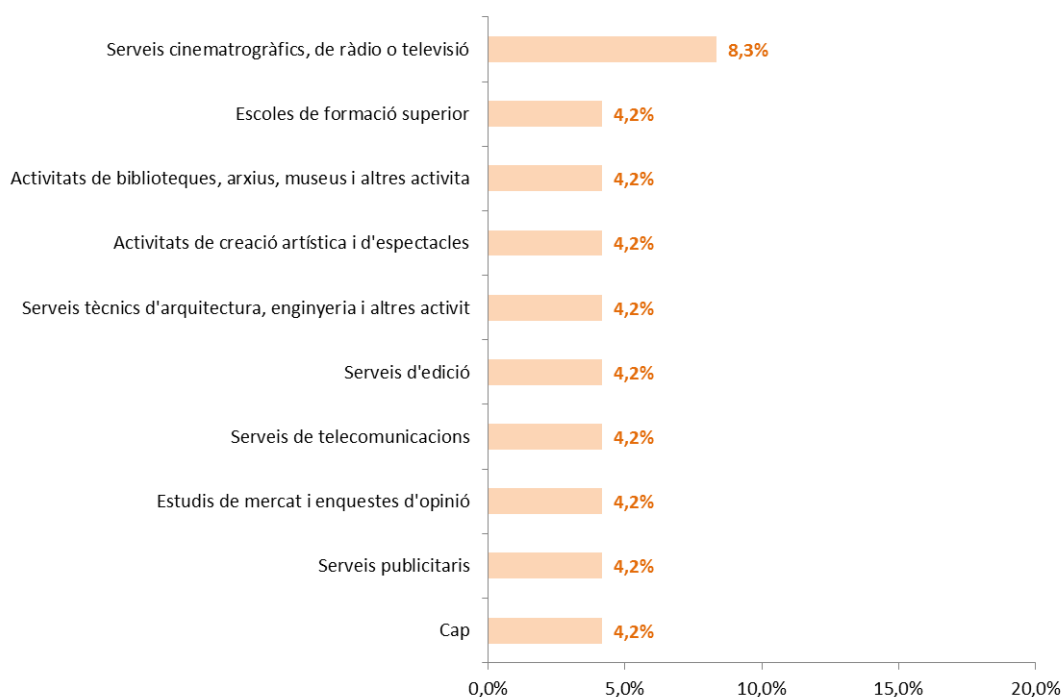
Importen = **10,3%**

## Tipus d'oferta lligada a les indústries creatives difícils de trobar dins l'oferta de proximitat

- ✓ S'observen pocs elements comuns en els serveis avançats que les empreses manifesten que els és difícil trobar al territori.

### Quins serveis o productes avançats necessita la seva empresa i no troba dins l'oferta de proximitat (local o comarcal)?

(Possibilitat de resposta múltiple)





## 4. Aspiracions del propi negoci

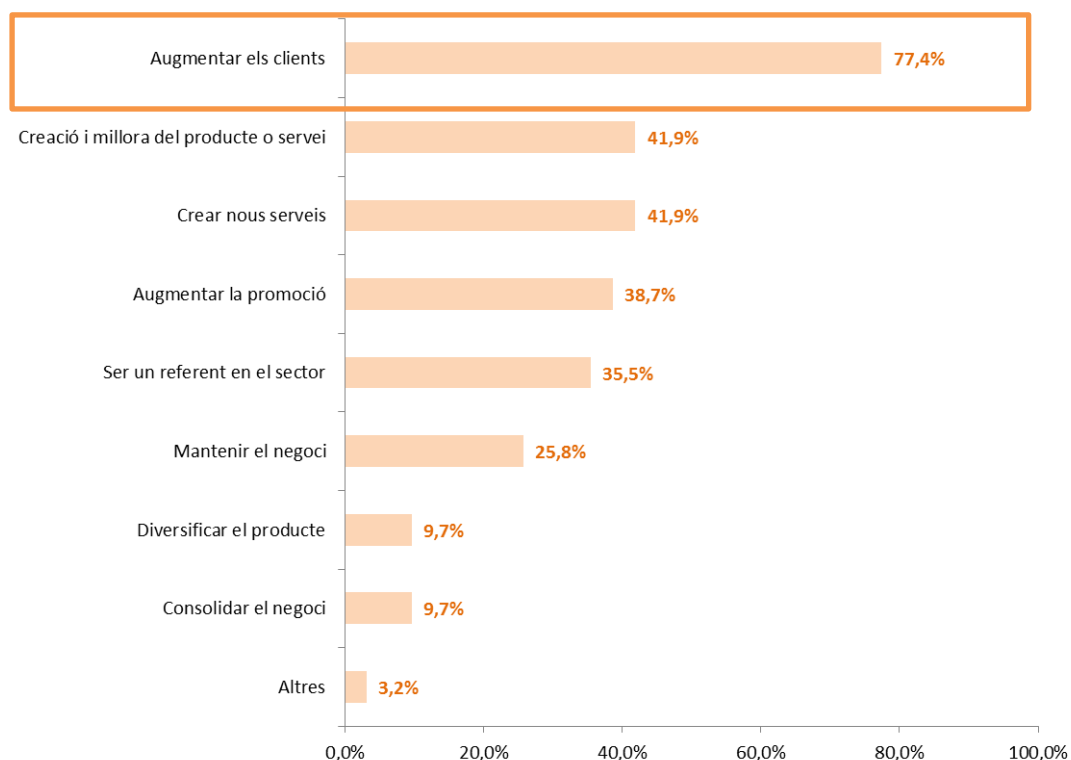
Quines prioritats assenyalen els empresaris quan se'ls demana pel futur del seu negoci?.

### Aspiracions del propi negoci de cara el futur

- ✓ **Guanyar nous clients és la major prioritat** de les empreses de cara el futur immediat (per prop del 80%).
- ✓ Altrament, **el 42% aspira a crear o millorar el seu producte o servei, així com a crear nous serveis.**
- ✓ A un tercer nivell hi ha aspiracions com: augmentar la promoció del negoci (39%) i aconseguir ser un referent del seu sector (35,5%).
- ✓ **A diferència del sector turístic, hi ha poques empreses que manifesten la seva preocupació per consolidar el seu negoci.**

#### Quines aspiracions té el seu negoci o entitat de cara el futur?

(Possibilitat de resposta múltiple)



## 5. Valoració de les potencialitat de l'Economia Taronja en el territori

Quantes empreses estan familiaritzades amb el concepte d'Economia Taronja? Quines potencialitats s'identifiquen a la Riera de Caldes per a la seva promoció i desenvolupament? I quin són els obstacles? Aquests són els punts que s'aborden tot seguit.

### Coneixement del terme "Economia Taronja"

- ✓ **La pràctica totalitat d'empreses no ha sentit mai a parlar d'Economia Taronja (el 97%).**

#### Està familiaritzat amb el concepte "d'ECONOMIA TARONJA"?

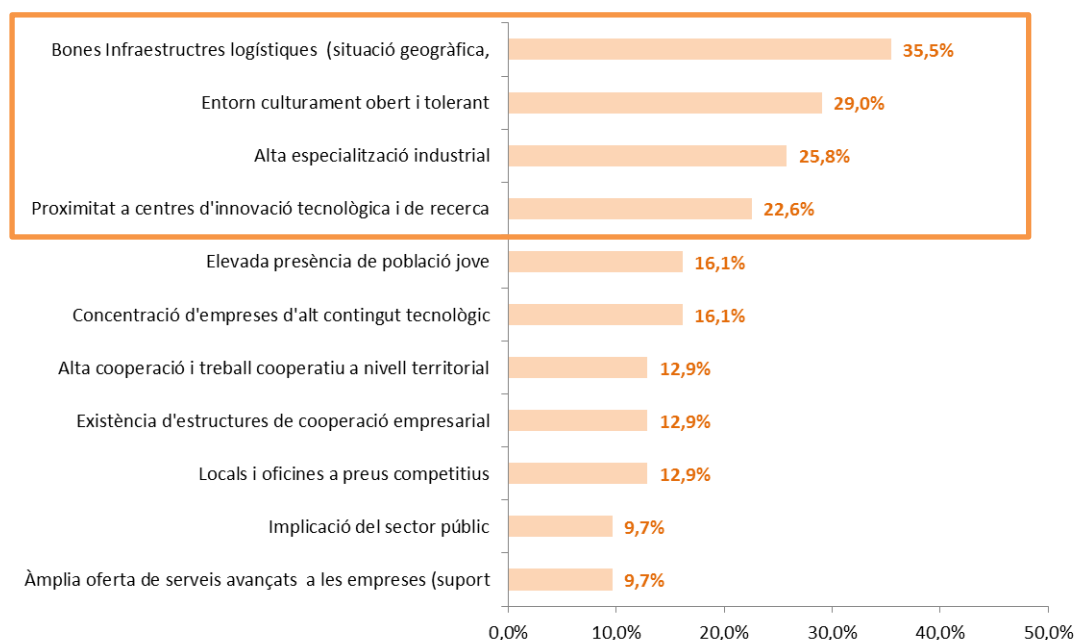
	Freqüència	Percentatge	Percentatge e vàlid	Percentatge acumulat
Sí	1	3,2	3,3	3,3
No	29	93,5	96,7	100,0
Total	30	96,8	100,0	
No resposta	1	3,2		
Total	31	100,0		

## Potencialitats de la Riera de Caldes en el creixement de l'Economia Taronja

- ✓ Segons el parer de les empreses, **les majors fortaleeses** del territori per al creixement de les empreses basades en la creativitat i el talent **són**, en aquest ordre: **les bones infraestructures logístiques i la ubicació del territori; un entorn culturalment obert i tolerant; una alta especialització industrial; i, la proximitat geogràfica a centres d'innovació i recerca.**

**Quines potencialitats o punts forts identifica a l'àrea de la Riera de Caldes per al desenvolupament i creixement de les empreses basades en la creativitat i el talent?**

**(Possibilitat de resposta múltiple)**

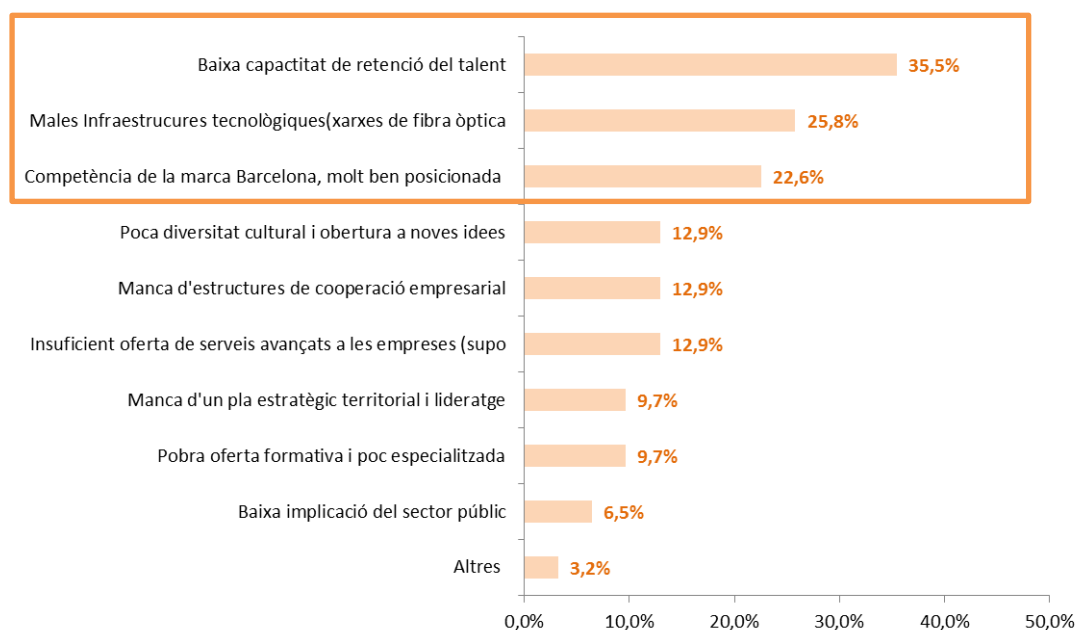


## Debilitats de la Riera de Caldes en el creixement de l'Economia Taronja

- ✓ D'un altre costat, a **nivell de punts febles**, els empresaris situen en les primeres posicions: **la baixa capacitat per a retenir el talent; les males infraestructures tecnològiques** (sobretot a nivell de fibra òptica); i, **la competència de la marca Barcelona**, molt ben posicionada en aquest aspecte.

### I, d'altra banda, quines mancances i punts febles identifica per al desenvolupament de les indústries creatives?

(Possibilitat de resposta múltiple)



## 6. Valoració de propostes de futur

S'ha preguntat als responsables de les empreses que valoressin tot un seguit de propostes d'accions a desenvolupar de cara a potenciar l'Economia Taronja al territori.

### Propostes per a potenciar les Indústries Creatives

- ✓ **Les propostes que d'entrada tenen més suport són: la millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses del territori, i ampliar els vivers d'empreses existents.**

#### Estadístics descriptius

PROPOSTES	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
A) Creació d'un Espai de divulgació "AulaRiera" (on es puguin celebrar conferències, jornades, tallers, etc.)	23	2,00	4,00	3,2174	,59974
B) Creació del Living Lab Innova (adreçat a universitaris perquè pugin desenvolupar els seus projectes innovadors i creatiu)	25	1,00	4,00	3,2800	,93630
C) Creació de l'Escola d'Art i Disseny	25	1,00	4,00	2,3600	,95219
D) Creació de les Aules Musicals a la Riera de Caldes	25	1,00	4,00	2,0400	,93452
E) Ampliar els vivers d'empreses a la Riera de Caldes	24	2,00	4,00	3,3333	,70196
F) Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius	25	1,00	4,00	3,2400	,83066
E) Creació d'una plataforma interactiva d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger	26	1,00	4,00	2,8077	1,02056
F) Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals	26	1,00	4,00	3,4231	,85665
N vàlid (segons llista)	23				

#### Escala de valoració:

- 1 = Cap prioritat
- 2 = Prioritat Baixa
- 3 = Prioritat Mitjana
- 4 = Prioritat Alta

En un segon nivell es situen les propostes de: creació d'un Living Lab Innova (adreçat a universitaris perquè puguin desenvolupar els seus projectes en un espai favorable); promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius; i, la creació d'un espai de divulgació, on es puguin celebrar conferències, jornades ( "AulaRiera").

## 7. Implicació de l'administració local

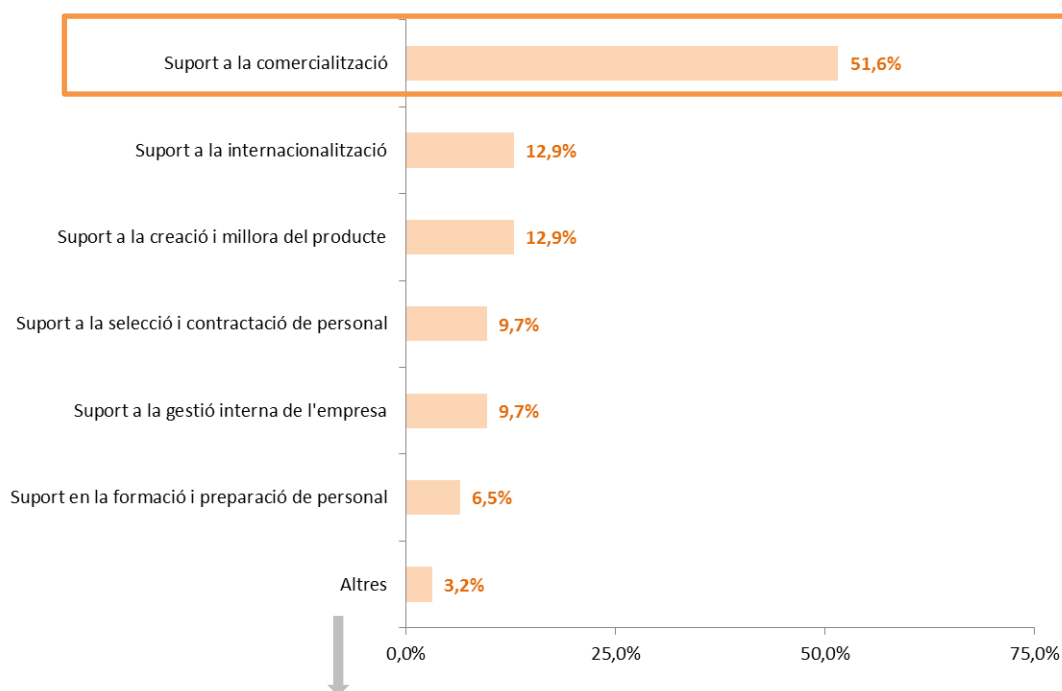
Per últim, s'ha demanat a les empreses que valoressin quin tipus de suport necessiten per part de l'administració local.

### Interès en suport per part de l'administració local

- ✓ **El principal suport que demanden les empreses és en la comercialització dels seus productes o serveis.**
- ✓ Altres demandes menys minoritàries són: el suport la millora i creació de dels seus productes, i el suport a la internacionalització.

### Estaríeu interessats en algun tipus de suport per part de l'administració local?

(Possibilitat de resposta múltiple)



Altres comentaris sobre el tipus de suport que es necessita:

- *Suport en la difusió d'activitats.*

## Interès en accions de treball conjuntes amb l'administració local

- ✓ La gran majoria d'empreses entrevistades mostra interès en participar en accions conjuntes amb el sector públic per a dinamitzar el sector de les indústries creatives a la Riera de Caldes (21 de cada 29 empreses que han respost a aquesta qüestió).

**Esteu interessat en participar en accions de treball conjuntes amb el sector públic per a la dinamització i promoció de l'economia taronja i les indústries creatives a la Riera de Caldes?**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Sí	21	67,7	72,4	72,4
No	8	25,8	27,6	100,0
Total	29	93,5	100,0	
No resposta	2	6,5		
Total	31	100,0		

## Interès en rebre més informació del projecte

- ✓ Així mateix, la totalitat dels responsables entrevistats vol estar al corrent de les novetats que es produeixen al voltant d'aquest projecte.

**Està interessat en rebre més informació relativa a la promoció de l'economia taronja a l'àmbit de la Riera de Caldes?**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Sí	31	100,0	100,0	100,0



## **ANNEX**

## **QUESTIONARI**

## Bloc general

### ENQUESTA EMPRESES BASEDES EN LA CREATIVITAT I EL

#### PRESENTACIÓ DEL QÜESTIONARI

**\* 1.** Per començar, si us plau, introduueixi el CODI D'IDENTIFICACIÓ. És el número de 3 dígits que figura al correu electrònic que li hem tramès (marcat en groc). Per exemple: 032

Identificador (número):

**\* 2.** Totes les DADES IDENTIFICADORES DE L'EMPRESA que figuren en el correu electrònic (NIF, Adreça, Telèfon, etc.) que li hem tramès són correctes?

- Sí (Totes les dades són correctes)
- No (Hi ha alguna dada incorrecte o incompleta)

#### CORRECCIÓ DADES IDENTIFICADORES EMPRESA

Si us plau, incorpori només aquells apartats que siguin incorrectes al correu electrònic:

**3. NIF:**

**4. Forma jurídica:**

**5. Nom legal empresa:**

**6. Nom representant empresa:**

**7. Adreça:**

## ENQUESTA EMPRESES BASEDES EN LA CREATIVITAT I EL

### 8. Municipi on s'ubica l'empresa:

- Caldes de Montbui
- La Llagosta
- Palau-solità i Plegamans
- Polinyà
- Santa Perpètua de Mogoda
- Sentmenat
- Altres (especifiqueu)

## ENQUESTA EMPRESES BASEDES EN LA CREATIVITAT I EL

IMPORTANT: Tota la informació que proporcioneu queda sotmesa a la LLEI DE PROTECCIÓ DE DADES. Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal (BOE núm. 298, de 14 de desembre, i suplement en català núm. 17, de 30 de desembre)

### CORRECCIÓ DADES IDENTIFICADORES EMPRESA

9. CP:

10. Telèfon:

11. Any de fundació:

12. Codi CCAE 2009 (Classificació Catalana d'Activitats Econòmiques) 4 dígits.

IMPORTANT: Tota la informació que proporcioneu queda sotmesa a la LLEI DE PROTECCIÓ DE DADES. Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal (BOE núm. 298, de 14 de desembre, i suplement en català núm. 17, de 30 de desembre)

### ACTIVITAT GENERAL EMPRESA

A continuació, ens interessaria conèixer algunes qüestions relatives a l'activitat de la seva empresa durant el 2015. Per aquelles empreses que teniu més d'un establiment, us demanem que respongueu únicament amb la informació relativa a la seu/seus que tingueu a l'eix de la Riera de Caldes (comprèn 7 municipis: Caldes de Montbui, La Llagosta, Palau-solità i Plegamans, Polinyà, Santa Perpètua de Mogoda i Sentmenat)

\* 13. Quina és l'activitat principal de l'empresa?

14. En quin any van iniciar la seva activitat?

Especificar any

### PERFIL I NECESSITATS DE PLANTILLA

\* 15. Quants de treballadors té en plantilla la seva empresa o establiment?\*: (En cas qui sigui 0 també indicar-ho)

\*Conjunt de persones fixes i eventuals que durant l'any de referència ha exercit una labor per a l'empresa, i que, a més de pertànyer-hi, ha estat pagat per la mateixa empresa.

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

16. Comparat amb el 2014, el nombre de treballadors de la seva empresa durant el 2015:

- S'ha incrementat
- S'ha mantingut igual
- S'ha reduït

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

17. Preveuen contractar nous treballadors en els propers 12 mesos?

- Sí  
 No

### PREVISIONS DE CONTRACTACIÓ

18. Quin/s perfil/s de treballadors creu que necessitarà cobrir els propers 12 mesos? (Apunti tants perfils com cregui necessari). Per exemple: comercial, cuiner, informàtic, tècnic de so...

Perfil 1.	<input type="text"/>
Perfil 2.	<input type="text"/>
Perfil 3.	<input type="text"/>
Perfil 4.	<input type="text"/>
Perfil 5.	<input type="text"/>

### ACTIVITAT EMPRESA 2015

19. Pot indicar, aproximadament, el volum de negoci de la seva empresa:

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> Fins a 300.000 €             | <input type="radio"/> Entre 6.000.001 – 15.000.000€  |
| <input type="radio"/> Entre 300.001 – 600.000€     | <input type="radio"/> Entre 15.000.001 – 30.000.000€ |
| <input type="radio"/> Entre 600.001 – 1.500.000€   | <input type="radio"/> Entre 30.000.001 – 60.000.000€ |
| <input type="radio"/> Entre 1.500.001 – 3.000.000€ | <input type="radio"/> Més de 60.000.000€             |
| <input type="radio"/> Entre 3.000.001 – 6.000.000€ |  |

20. Comparat amb el 2014, el volum de negoci de la seva empresa durant el 2015:

- S'ha incrementat  
 S'ha mantingut igual  
 S'ha reduït

### TIPUS D'ACTIVITAT DESENVOLUPADA

\* 21. El seu establiment o empresa ofereix serveis turístics o d'hostaleria?

- Sí  
 No

### TIPUS D'ACTIVITAT TURÍSTICA

## Bloc empreses i entitats turístiques

### ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

**\* 22. Quin tipus d'activitat turística o d'hostaleria ofereixen? (Possibilitat de resposta múltiple)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Transport del turisme   | <input type="checkbox"/> Organització de convencions i fires de mostres             |
| <input type="checkbox"/> Hotels i allotjaments similars  | <input type="checkbox"/> Activitats de creació, artístiques i d'espectacles         |
| <input type="checkbox"/> Campings i altres tipus d'allotjaments  | <input type="checkbox"/> Activitats de museus i altres activitats culturals         |
| <input type="checkbox"/> Restaurants i establiments de menjars i begudes   | <input type="checkbox"/> Activitats relacionades amb els jocs d'alzar i les apostes |
| <input type="checkbox"/> Provisió de menjars preparats per a celebracions i altres serveis de menjars            | <input type="checkbox"/> Activitats esportives, recreatives i d'entreteniment       |
| <input type="checkbox"/> Activitats de les agències de viatges, operadors turístics i altres serveis de reserves | <input type="checkbox"/> Altres serveis del turisme                                 |
| <input type="checkbox"/> Altres (especifiquen)   |   |

### PERÍODE D'ACTIVITAT

**23. Quin és el període d'obertura del seu establiment?**

- Tot l'any
- Només els caps de setmana
- Només durant els mesos d'estiu
- Només durant els mesos d'hivern
- Puntualment (per fires, esdeveniments, etc.)
- Altres (especifiquen)

### PERFIL DELS CLIENTS

**\* 24. Quin és el tipus de client o clients que reben habitualment al vostre establiment? (Possibilitat de resposta múltiple)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Individual             | <input type="checkbox"/> Grups esportius |
| <input type="checkbox"/> Família (amb fills)    | <input type="checkbox"/> Tercera edat    |
| <input type="checkbox"/> Parelles (sense fills) | <input type="checkbox"/> Escolar         |
| <input type="checkbox"/> Grups d'amics          |  |
| <input type="checkbox"/> Altres (especifiquen)  |  |

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

**\* 25. Quina és la procedència més habitual dels clients del seu establiment o servei?  
(Possibilitat de resposta múltiple)**

- Local
- Comarcal
- Catalunya
- Resta Estat
- Estranger
- Altres (especifiquen)

### VOLUM DE CLIENTS

**26. Podria aproximar quin és el volum de clients que té el seu establiment o servei durant l'any?**

Número aproximat de clients durant l'any:

**27. Pot aproximar quina és la despesa mitjana per client i servei?**

Indicar la despesa mitjana per client en euros

### ASSOCIACIO TURÍSTICA

**28. La seva empresa o establiment està integrat en alguna associació turística?**

- Sí
- No

**29. Pot indicar quina:**

### EL POTENCIAL TURÍSTIC DE LA RIERA DE CALDES



## ENQUESTA EMPRESSES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

30. Segons el seu parer, quin són els principals atractius túrístics de la zona de la Riera de Caldes (àrea territorial compresa pels municipis de Caldes de Montbui, Sentmenat, Palau-solità i Plegamans, Polinyà, Santa Perpètua de Mogoda i La Llagosta?)

- Els museus
- Patrimoni arquitectònic-històric
- Gastronomia
- La singularitat termal
- Fires, festes i esdeveniments
- Patrimoni natural
- Senderisme i BTT

Altres (especifiqueu)

## ENQUESTA EMPRESES BASEDES EN LA CREATIVITAT I EL

31. I, quines són per vostè les principals mancances d'aquest territori en matèria turística?

- Servels o productes turístics poc diferenciats
- Baixa qualitat de l'hostalera
- Baixa formació/preparació del personal
- Preus poc competitius
- Poca promoció del turisme
- Poca oferta hostalera
- Poca coordinació de l'oferta turística
- Comunicacions i accessibilitat amb transport públic

Altres (especifiqueu)

### VALORACIÓ DE LA QUALITAT DE L'OFERTA

32. Utilitzant una escala de valoració del 0 al 10, essent 0 molt dolenta i 10 molt bona, quina puntuació li donaria a la qualitat de l'oferta d'hostalera de la Riera de Caldes?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### VALORACIÓ DE LA QUALITAT DE L'OFERTA

33. Creu que la qualitat de l'oferta d'hostalera del territori està per sobre, per sota o igual que els nivells de Catalunya?

- Està per sobre
- Està al mateix nivell
- Està per sota

34. Utilitzant la mateixa escala de valoració d'abans, quina puntuació li donaria a la qualitat de l'oferta del seu establiment o servei?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### ÀMBITS DE MILLORA

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

35. Quines aspiracions té el seu negoci de cara el futur?

- Augmentar la promoció
- Diversificar el producte
- Creació i millora del producte o servei
- Augmentar els clients
- Ser un referent turístic
- Consolidar el negoci
- Crear nous serveis
- Mantenir el negoci

Altres (especifiqueu)

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

**36. Estaríeu interessats en algun tipus de suport per part de l'administració local?**

- Suport a la gestió interna de l'empresa
- Suport a la internacionalització
- Suport en la formació i preparació de personal
- Suport a la selecció i contractació de personal
- Suport a la comercialització
- Suport a la creació i millora del producte turístic

Altres (especifiquen)

**\*37. Esteu interessat en participar en accions de treball conjuntes amb el sector públic per a la dinamització turística i econòmica de la Riera de Caldes?**

- Sí
- No

## PROPOSTES DE FUTUR

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

38. Ja per acabar, pot indicar quina prioritat li dóna a les següents propostes per promocionar turísticament la Riera de Caldes? Si us plau, utilitzi la següent escala de valoració: ALTA, MITJANA, BAIXA

En primer terme, a nivell d'OFERTA I VARIETAT DE L'OFERTA D'HOSTALERIA I TURISME

	Alta	Mitjana	Baixa	No ho considero necessari
B) Elaboració d'una guia de camins, senders i rutes BTT de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E) Creació de la Ruta dels museus de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F) Conversió d'edificis i espais singulars en museus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A) Millorar la competència amb idiomes dels treballadors de les empreses i establiments locals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C) Creació d'un Centre BTT i Senderisme de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
H) Creació de l'Institut Escola d'Hostaleria de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D) Creació de la Ruta del Parc Fluvial de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
G) Creació d'un Portal Interactiu d'hostaleria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<b>ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL</b>				
	Alta	Mitjana	Baixa	No ho considero necessari
<b>PROPOSTES DE FUTUR</b>				
<b>39. En segon terme, a nivell de d'OFERTA CULTURAL</b>				
	Alta	Mitjana	Baixa	No ho considero necessari
D) Creació d'una revista local de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B) Crear un pla de coordinació de festes, fires i esdeveniments de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C) Celebració de setmanes temàtiques d'Art i Ciència	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A) Organitzar un Festival dels Pastorets de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E) Creació d'un Cicle de Concerts de la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>40. Això és tot, vol afegir algun comentari, valoració o reflexió sobre els temes tractats en l'enquesta:</b>				
<input type="text"/>				
<b>Dades de contacte</b>				
GRÀCIES PER LA SEVA COL·LABORACIÓ!				
DADES DE CONTACTE EN RELACIÓ A LA RESPOSTA DEL QÜESTIONARI				
<b>* 41. Nom i cognoms:</b>				
<input type="text"/>				
<b>* 42. Càrrec:</b>				
<input type="text"/>				
<b>43. Telèfon:</b>				
<input type="text"/>				
<b>* 44. E-mail de contacte:</b>				
<input type="text"/>				

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

\* 45. Està interessat en rebre més informació relativa a la promoció del turisme a l'àmbit de la Riera de Caldes?

- Sí
- No
- No ho sé

Bloc empreses i entitats basades en la creativitat

**ENQUESTA EMPRESES BASEDES EN LA CREATIVITAT I EL**

**ACTIVITAT I ÀMBIT ON OPERA L'EMPRESA**

**\* 46. Quin tipus de serveis, activitats o productes oferta la seva empresa?  
(Possibilitat de resposta múltiple)**

<input type="checkbox"/> Serveis publicitaris	<input type="checkbox"/> Processament de dades, hostatge i activitats relacionades
<input type="checkbox"/> Estudis de mercat i enquestes d'opinió	<input type="checkbox"/> Serveis web
<input type="checkbox"/> Serveis de telecomunicacions	<input type="checkbox"/> Serveis tècnics d'arquitectura, enginyeria i altres activitats relacionades amb l'assessorament tècnic
<input type="checkbox"/> Serveis cinematogràfics, de ràdio o televisió	<input type="checkbox"/> Activitats de creació artística i d'espectacles
<input type="checkbox"/> Serveis d'edició	<input type="checkbox"/> Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals
<input type="checkbox"/> Serveis de disseny	<input type="checkbox"/> Serveis de tecnologies de la informació
<input type="checkbox"/> Altres (especifiqueu)	

**\* 47. En quins mercats geogràfics ven majoritàriament la seva empresa béns o serveis?**

<input type="checkbox"/> Local o Comarcal
<input type="checkbox"/> Resta Catalunya
<input type="checkbox"/> Resta de l'Estat
<input type="checkbox"/> Resta UE
<input type="checkbox"/> Fora UE

**APROVISIONAMENT DE SERVEIS AVANÇATS**



## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

48. Quin tipus de serveis avançats té contractats o contracta habitualment la seva empresa?

(Possibilitat de resposta múltiple)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Serveis publicitaris                          | <input type="checkbox"/> Processament de dades, hostatge i activitats relacionades  |
| <input type="checkbox"/> Estudis de mercat i enquestes d'opinió        | <input type="checkbox"/> Serveis web  |
| <input type="checkbox"/> Serveis de telecomunicacions                  | <input type="checkbox"/> Serveis tècnics d'arquitectura, enginyeria i altres activitats relacionades amb l'assessorament tècnic |
| <input type="checkbox"/> Serveis cinematogràfics, de ràdio o televisió | <input type="checkbox"/> Activitats de creació artística i d'espectacles  |
| <input type="checkbox"/> Serveis d'edició                              | <input type="checkbox"/> Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals                               |
| <input type="checkbox"/> Serveis de disseny                            | <input type="checkbox"/> Serveis de tecnologies de la informació  |

Altres (especifiqueu)

## ENQUESTA EMPRESSES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

49. En quins mercats geogràfics compra majoritàriament la seva empresa béns o serveis?

- Local o Comarcal
- Resta Catalunya
- Resta de l'Estat
- Resta UE
- Fora UE

### MANCANCES SERVEIS DE PROXIMITAT

50. Quins serveis o productes avançats necessita la seva empresa i no troba dins l'oferta de proximitat (local o comarcal)?

(Possibilitat de resposta múltiple)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Serveis web  | <input type="checkbox"/> Serveis publicitaris   |
| <input type="checkbox"/> Serveis tècnics d'arquitectura, enginyeria i altres activitats relacionades amb l'assessorament tècnic | <input type="checkbox"/> Estudis de mercat i enquestes d'opinió                                   |
| <input type="checkbox"/> Serveis de telecomunicacions   | <input type="checkbox"/> Processament de dades, hostatge i activitats relacionades                |
| <input type="checkbox"/> Serveis de tecnologies de la informació  | <input type="checkbox"/> Activitats de creació artística i d'espectacles                          |
| <input type="checkbox"/> Serveis cinematogràfics, de ràdio o televisió  | <input type="checkbox"/> Serveis d'edició   |
| <input type="checkbox"/> Serveis de disseny   | <input type="checkbox"/> Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals |

Altres (especifiquen)

### ÀMBITS DE MILLORA

## ENQUESTA EMPRESSES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

51. Quines aspiracions té el seu negoci de cara el futur?

(Possibilitat de resposta múltiple)

- Augmentar la promoció
- Consolidar el negoci
- Crear nous serveis
- Diversificar el producte
- Creació i millora del producte o servei
- Mantenir el negoci
- Ser un referent en el sector
- Augmentar els clients

Altres (especifiqueu)

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

52. Estaríeu interessats en algun tipus de suport per part de l'administració local?  
(Possibilitat de resposta múltiple)

- Suport a la gestió interna de l'empresa
- Suport a la creació i millora del producte
- Suport a la internacionalització
- Suport en la formació i preparació de personal
- Suport a la comercialització
- Suport a la selecció i contractació de personal

Altres (especifiqueu)

### L'ECONOMIA TARONJA

53. Està familiaritzat amb el concepte "d'ECONOMIA TARONJA"?

- Sí
- No

### POTENCIALITATS DE L'ECONOMIA TARONJA A LA RIERA DE CALDES



L'ECONOMIA TARONJA ÉS UN CONCEPTE RELATIVAMENT NOU QUE S'UTILITZA PER A DESCRIBRE EL CONJUNT D'ACTIVITATS QUE PERMETEN QUE LES IDEES ES TRANSFORMIN EN BÉNS I SERVEIS CULTURALS, EL VALOR DE LES QUALS ESTÀ DETERMINAT PEL SEU CONTINGUT DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL.

L'UNIVERS TARONJA ESTÀ INTEGRAT PER L'ECONOMIA CULTURAL, LES INDÚSTRIES CREATIVES, LES ÀREES DE SUPORT PER A LA CREATIVITAT.

## ENQUESTA EMPRESAS BASEDES EN LA CREATIVITAT I EL

54. Quines potencialitats o punts forts identifica a l'àrea de la Riera de Caldes per al desenvolupament i creixement de les empreses basades en la creativitat i el talent?

(Possibilitat de resposta múltiple)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Locals i oficines a preus competitius                                   | <input type="checkbox"/> Bones infraestructures logístiques (situació geogràfica, nodes de transport...)                                     |
| <input type="checkbox"/> Proximitat a centres d'innovació tecnològica i de recerca de referència | <input type="checkbox"/> Amplia oferta de serveis avançats a les empreses (suport a emprenedors, viviers d'empreses, formació continuada...) |
| <input type="checkbox"/> Elevada presència de població jove                                      | <input type="checkbox"/> Entorn culturament obert i tolerant   |
| <input type="checkbox"/> Concentració d'empreses d'alt contingut tecnològic                      | <input type="checkbox"/> Alta especialització Industrial   |
| <input type="checkbox"/> Disponibilitat i cost del sòl   | <input type="checkbox"/> Existència d'estructures de cooperació empresarial  |
| <input type="checkbox"/> Implicació del sector públic  | <input type="checkbox"/> Alta cooperació i treball cooperatiu a nivell territorial   |
| <input type="checkbox"/> Altres (especifiquen)   |  |

## MANCANCES DE L'ECONOMIA TARONJA A LA RIERA DE CALDES

55. I, d'altra banda, quines mancances i punts febles identifica per al desenvolupament de les indústries creatives?

(Possibilitat de resposta múltiple)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Males infraestructures tecnològiques (xarxes de fibra òptica, velocitat de la banda ampla...) | <input type="checkbox"/> Poca diversitat cultural i obertura a noves idees  |
| <input type="checkbox"/> Pobre suport financer   | <input type="checkbox"/> Baixa implicació del sector públic   |
| <input type="checkbox"/> Manca d'un pla estratègic territorial i lideratge   | <input type="checkbox"/> Insuficient oferta de serveis avançats a les empreses (suport a emprenedors, viviers d'empreses, formació continuada...) |
| <input type="checkbox"/> Baixa capacitat de retenció del talent  | <input type="checkbox"/> Manca d'estructures de cooperació empresarial  |
| <input type="checkbox"/> Pobra oferta formativa i poc especialitzada   | <input type="checkbox"/> Competència de la marca Barcelona, molt ben posicionada en aquest àmbit  |
| <input type="checkbox"/> Altres (especifiquen)   |   |

## INTERÈS EN PARTICIPAR EN PROJECTES

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

**\* 56. Esteu interessat en participar en accions de treball conjuntes amb el sector públic per a la dinamització i promoció de l'economia taronja i les indústries creatives a la Riera de Caldes?**

- Sí
- No

### PROPOSTES DE FUTUR

**57. Ja per acabar, pot indicar quina prioritat li dóna a les següents propostes per promocionar les indústries creatives a la Riera de Caldes? Si us plau, utilitzi la següent escala de valoració: ALTA, MITJANA, BAIXA**

	Alta	Mitjana	Baixa	No ho considero necessari
B) Creació del Living Lab Innova (adreçat a universitaris perquè puguin desenvolupar els seus projectes innovadors i creatius)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E) Ampliar els viviers d'empreses a la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F) Millora de la competència en idiomes dels treballadors de les empreses locals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E) Creació d'una plataforma interactiva d'intercanvi d'experiències empresarials amb l'estranger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C) Creació de l'Escola d'Art i Disseny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A) Creació d'un Espai de divulgació "AulaRiera" (on es puguin celebrar conferències, jornades, tallers, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D) Creació de les Aules Musicals a la Riera de Caldes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F) Promoure el teixit associatiu i els projectes cooperatius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**58. Això és tot, vol afegir algun comentari, valoració o reflexió sobre els temes tractats en l'enquesta:**

## ENQUESTA EMPRESES BASADES EN LA CREATIVITAT I EL

### Dades de contacte

GRÀCIES PER LA SEVA COL-LABORACIÓ!

DADES DE CONTACTE EN RELACIÓ A LA RESPOSTA DEL QÜESTIONARI

\* 59. Nom i cognoms:

\* 60. Càrrec:

61. Telèfon:

\* 62. E-mail de contacte:

\* 63. Està interessat en rebre més informació relativa a la promoció de l'economia taronja a l'àmbit de la Riera de Caldes?

Sí

No

No ho sé

FI



Associació de Municipis de l'Eix  
Riera de Caldes



Ajuntament de  
Caldes de Montbui



Ajuntament  
de la Llagosta



Ajuntament de  
Palau-solità  
i Plegamans



Ajuntament  
de Polinyà



AJUNTAMENT DE  
SANTA PERPÈTUA  
DE MOGODA



Ajuntament  
de Sentmenat

**SOC**

Servei d'Ocupació  
de Catalunya



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa  
i Ocupació



Unió Europea  
Fons social europeu  
L'FSE inverteix en el teu futur



Acció subvencionada pel Servei d'Ocupació de Catalunya, en el marc dels Programes de Suport al Desenvolupament Local i cofinançat pel Fons Social Europeu