



De la marca Terrassa a la marca Huancayo

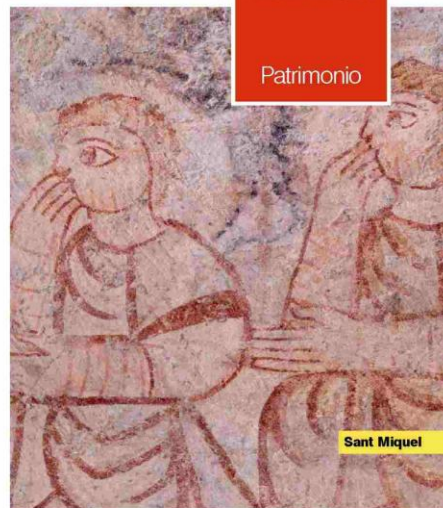
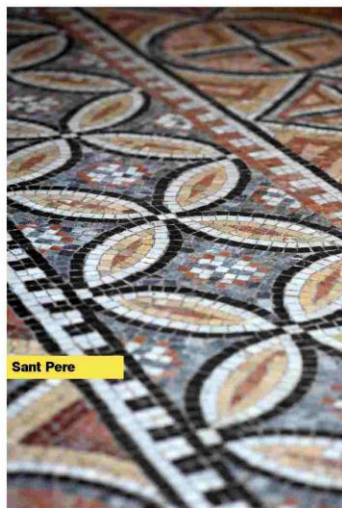
Turismo y artesanía como
elementos de dinamización económica.

Huancayo, Marzo 2013

Guión:

1. Terrassa. Situación y compromisos.
2. Proyecto Terrassa Gastronómica.
3. Proyecto de artesanía como promoción turística. Botiga Terrassa Turisme.
4. Pinceladas del proyecto Industria Viva.
5. La importancia de la marca: Made in Huancayo



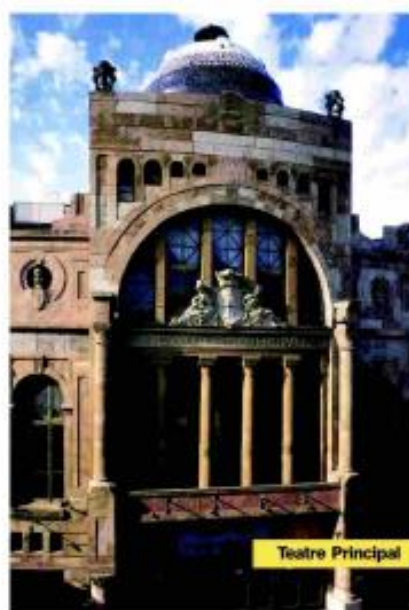


La Seu d'Ègara, un conjunto monumental único en Europa

La antigua Catedral d'Ègara, la iglesia parroquial de Sant Pere y el templo funerario de Sant Miquel integran el complejo de iglesias cristianas tardorromanas y medievales, que conserva pinturas murales únicas en el mundo de los primeros siglos del cristianismo en Hispania.

- Pinturas murales paleocristianas s.VI
- Templo y cripta del s.VI
- Retablo en piedra s.VI-VIII
- Obras maestras de la pintura gótica catalana







La capital del jazz

El Festival de Jazz de Terrassa destaca por la calidad de sus conciertos y también por su carácter popular con actuaciones gratuitas al aire libre y las más de 20.000 personas que cada año disfrutan del Pícnic-Jazz en el Parque de Vallparadís.

- Festival fundado en 1982
- Programación estable de jazz
- Pícnic-Jazz al aire libre





Castillos que se elevan hacia el cielo





Un entorno natural privilegiado

Terrassa disfruta del paisaje del Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac que recibe miles de visitantes al año por su rica biodiversidad. El Parc de Vallparadís es uno de los mayores parques urbanos de Catalunya y acoge una intensa actividad lúdica y cultural.

1.500.000 m2 destinados
a zonas verdes ■
Parc de Vallparadís: 3,5 km. ■
de largo y 380.000 m2

1.- Terrassa. Situación y compromisos



1. Impulsar la oferta turística de la ciudad y promover la colaboración público – privada así como las sinergias entre los sectores implicados para obtener ventajas y generar actividad económica.

2.Reforzar específicamente la oferta de turismo cultural y industrial y su conexión con la actividad económica.

3.Elaborar junto a la Diputació de Barcelona y el Consell Comarcal del Valles Occidental un Plan de Desarrollo Turístico de Terrassa alineado con la estrategia provincial y la marca “ Costa Barcelona” que mejore el posicionamiento de la ciudad.

4.Trabajar dentro de la Red de Turismo Industrial (XATIC) de Catalunya para que, sin renunciar a su liderazgo, se posicione como red de interés nacional .



2.- Proyecto Terrassa Gastronómica

- En el año 2009 se crea el Grupo de Trabajo de Turismo vinculado al Consell de Comerç i Turisme de Terrassa
- Se manifiesta la necesidad de trabajar en temas de turismo gastronómico de forma monográfica y se propone la creación de un grupo de trabajo con la implicación y participación del sector privado



2.- Proyecto Terrassa Gastronómica

- La Comisión de trabajo de turismo gastronómico
- Creada el 22 de marzo de 2010, està integrada por representantes del sector público y privado:
 - Gremi Empresarial d'Hostaleria de Terrassa i Comarca
 - Gremi de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters de Terrassa i Comarca
 - Gremi de Flequers i Pastissers de Terrassa
 - Cambra de Comerç i Indústria de Terrassa
 - Col.lectiu Cuina Vallès



terrassa
gastronòmica

2.- Proyecto Terrassa Gastronómica

- Creada el 22 de marzo de 2010, està integrada por representantes del sector público y privado:
 - Col.lectiu Slow Food
 - Associació Mercat de Sant Pere
 - Associació Mercat de la Independència
 - Fundació Sant Galderic
 - Ajuntament de Terrassa: Turisme, Medi Ambient i Sostenibilitat, Comerç i Escola d'Hostaleria Torre Mossèn Homs de Foment de Terrassa SA



terrassa
gastronòmica

2.- Proyecto Terrassa Gastronómica

Objetivo general

La dinamización del turismo gastronómico en nuestra ciudad en colaboración con los agentes públicos y privados.

Objetivos específicos

1. Posicionamiento de Terrassa como referente y capital gastronómica del Vallès Occidental y como ciudad de interés gastronómico en Catalunya
2. Recuperación de productos autóctonos y desarrollo de acciones de promoción y divulgación.
3. Potenciar los niveles ocupacionales , la dignificación y formación profesional del sector gastronómico en nuestra ciudad.
4. Conseguir niveles importantes de autoestima gastronómica en la población.
5. Favorecer la mejora de las infraestructuras turísticas relacionadas con la oferta gastronómica



terrassa
gastronòmica

2.- Proyecto Terrassa Gastronómica

Actuaciones:

- Análisis de las diferentes jornadas y actividades gastronómicas ya implantadas en nuestra ciudad.
- Establecimiento de nuevas jornadas y actividades gastronómicas.
- Creación de nuevos productos gastronómicos y difusión mediante acciones de comunicación.
- Colaboración con el pequeño productor para fomentar el aumento y creación de nuevos productos representativos de la ciudad y entorno.
- Elaboración de un calendario anual de actividades gastronómicas de la ciudad.
- Potenciación de los productos de calidad de la agricultura ecológica y de comercio justo próximos a nuestra ciudad.



terrassa
gastronòmica

2.- Proyecto Terrassa Gastronómica

- Productos creados durante 2010-2012:
- Botifarra Terregada Terrassa
- Botifarra de Música
- Botifarra de Sant Llorenç
- Coca de Munt
- Pa de Munt
- Rocs de Munt
- Pa d'espelta ecològica de Ca n'Arnella
- Vi Martialis
- Recuperación de productos: estudi i tast de consumidors de *col brotonera*



3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turísme*



- El mes de noviembre de 2000, se crea una Comisión de Productos, integrada por los directores de los 3 museos de la ciudad, del servicio de Protocolo y Relaciones Públicas, del Ayuntamiento, de técnicos de Cultura y de Imagen y Comunicación



TERRASSA
TURISME

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turisme*

- Se consideró que el comercio y el turismo tenían que ir estrechamente asociados, por lo que se planteó conjugar ambos aspectos: una oferta turística de la ciudad, complementada con un producto artesanal de calidad.
- Se lleva a cabo una ronda de entrevistas con artesanos y artistas de la ciudad para proponerles participar en el proyecto de Espai Terrassa, con la creación de productos de perfil artesanal.



TERRASSA
TURISME

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turisme*

Se propone la creación de:

- Objetos exclusivos para diferentes tipos de público, productos singulares de calidad y de diseño inspirados en elementos turísticos, históricos, artísticos, deportivos o culturales, coherentes con las líneas de promoción turística de la ciudad.
- Se valoraron especialmente los elementos estratégicos y emblemáticos de la ciudad, interpretados de forma muy diversa y creativa: patrimonio industrial, parque natural, iglesias de Sant Pere, elementos medievales, jazz, hockey, manifestaciones tradicionales de la cultura popular de Terrassa...



TERRASSA
TURISME

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turísme*



Objetivos:

- Establecer las principales características y requisitos de los productos.
- Proponer, anualmente, los productos y elementos a producir.
- Compartir ediciones para optimizar los recursos
- Priorizar la realización de productos.
- Aceptar y rehusar los productos a partir de los criterios establecidos.



[TERRASSA]
TURISME

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turísme*

- Se edita un catálogo a todo color con los principales objetos que se encuentran a la venta, fotografías, descripciones, textos de sus creadores/diseñadores... actualmente está disponible en la web:

www.visitaterrassa.cat



[TERRASSA]
TURISME

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turisme*



Lucernario de cerámica
Vapor Aymerich Amat

TERRASSA
TURISME

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turísme*



Caja detalles vidriera Casa Batalla



TERRASSA
TURISME

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turisme*



Reproducción Gigantes



TERRASSA
TURISME

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turísme*



Dragón de Terrassa



**[TERRASSA
TURISME]**

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turisme*



Joyas colección Masia Freixa



**[TERRASSA
TURISME]**

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turísme*



Resina: Chimeneas de Terrassa



**[TERRASSA
TURISME]**

3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turisme*

- Son los iconos más representativos en las diferentes áreas del conocimiento, la cultura, las artes, la naturaleza, los deportes y los acontecimientos, así como del patrimonio tangible desde el punto de vista de la promoción turística.
- Están asociados a una serie de valores y elementos como la identidad, la cultura, la calidad, la modernidad, la tradición...
- Estos elementos visuales están dirigidos a los turistas y visitantes (autóctonos y forasteros), la ciudadanía misma y las instituciones y empresas destinatarias de posibles
- Regalos institucionales.



TERRASSA
TURISME

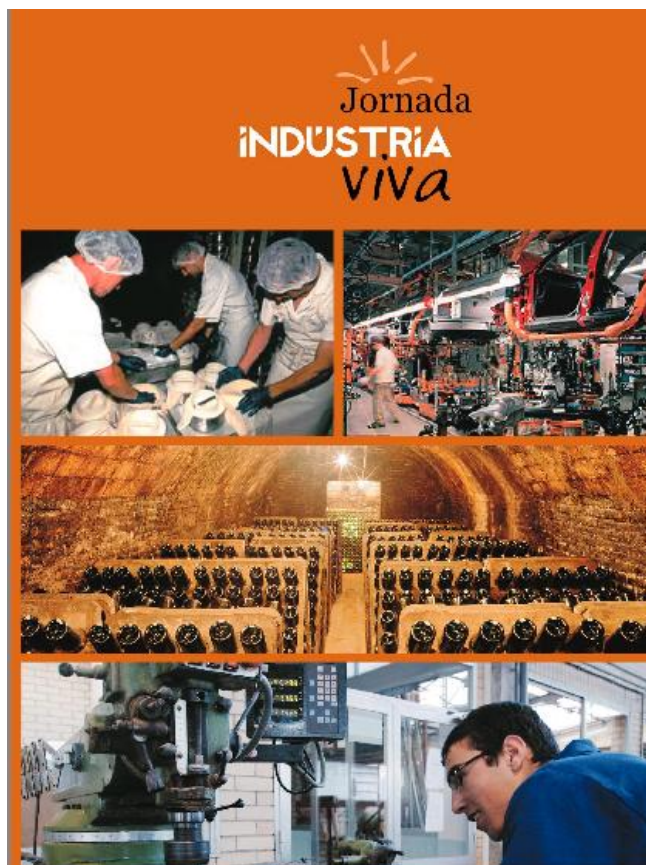
3.- Proyecto de artesanía como promoción turística: *Botiga Terrassa Turisme*

RESULTADOS

- *Terrassa Turisme* tiene actualmente una oferta de 747 productos a la venta
- Balance 2000- 2010: se han vendido más de 45.801 artículos
- Los productos más vendidos por familias a lo largo de estos años han sido: papelería, sedas, cerámica, textil, material de escritorio, pastelería, objetos del hogar...



4.-Pinceladas del proyecto “Industria Viva”



5.- La importancia de la marca: MADE IN HUANCAYO

- Es importante poner de acuerdo en un proyecto y estrategia común de ciudad a todos los agentes sociales, económicos, culturales, deportivos, etc.
- Proyectar la ciudad hacia el exterior con valores que la identifiquen.
- Hacer de la marca un valor de excelencia.
- Hacer que toda la ciudadanía se sienta orgullosa de pertenecer a esta ciudad.



MADE IN HUANCAYO



Muchas gracias!

