



¡SÍGUENOS!


facebook.com/montroigmiमितurisme

twitter.com/montroigmiami

MAS MIRÓ Y EL PAISAJE INSPIRADOR

La primera fase de las obras de conservación y rehabilitación de diversos espacios del Mas Miró comenzó el pasado mes de marzo y se espera que esté terminado a finales de este año. La previsión es poder empezar a hacer visitas guiadas concertadas a principios de 2018. La Fundación Mas Miró trabaja por fases para abrir y hacer visitable el Mas de forma progresiva, de tal manera que no sea necesario esperar a la rehabilitación completa para poder empezar a disfrutar de este lugar icónico dentro de la obra y la vida de Joan Miró. El presupuesto para esta intervención es de 400.000 €.

Teniendo presente que la potencia inspiradora para Miró estaba en nuestro paisaje, también se está trabajando para poner en valor la Ruta de los Paisajes Inspiradores de Miró. Esta acción incluye la edición de nuevo material.



PLAYA PARA PERROS



El municipio ya dispone de una playa apta para perros y ha entrado a formar parte de los destinos Dog Friendly. Se trata de la playa de la Punta del Riu, situada al sur del término municipal. Esta playa ha estado delimitada con vallas y señalizada con paneles informativos. También se ha editado material gráfico específico para informar de su uso.

Hasta el momento, los animales domésticos estaban prohibidos en todas las playas del municipio. Por este motivo y con el elevado número de perros censados y la cantidad de usuarios que solicitaban disponer de un espacio para poder disfrutar con sus mascotas, la Concejalía de Playas ha decidido regularizar la presencia de estos animales y establecer una playa donde poderlos llevar. Todo esto, y evaluando la implantación, no se descarta incorporar otro espacio de este tipo a lo largo de los 12 km de litoral del municipio.



ASISTENCIA A FERIAS

Mont-roig Miami Turisme ha continuado este 2017 con el calendario de promoción turística a ferias. En este sentido se ha repetido la presencia a la feria Vakantiebeurs celebrada en la ciudad holandesa de Utrecht, mediante la fórmula Corner con el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona, de la misma manera que también se hace con las ferias de FITUR en Madrid, Navartur en Pamplona, ITB en Berlín, la MITT de Moscú y B-TRAVEL en Barcelona. Otras fórmulas son la participación individual donde la estrategia ha estado fijada en el mercado francés, actuando en las ciudades de Lyon y París, en Stuttgart con el mercado alemán y en el eje del Ebro con las acciones promocionales en la feria Petitàlia de Lleida y Aratur de Zaragoza. A partir de Semana Santa las acciones promocionales en ferias se reducen. hasta pasado el verano con UNIBIKE en Madrid y WTM en Londres.



MEJORAS PASEO MARÍTIMO Y PLAYAS



Desde la Concejalía de Playas se está llevando a cabo una serie de actuaciones en el litoral del municipio para poder lograr el galardón de Bandera Azul en 4 de nuestras playas. Las principales actuaciones que se están llevando a cabo son la ampliación y mejora de los servicios que el bañista se encuentra cuando hace uso de la playa.

Así mismo, y ante el pasado temporal, uno de los más potentes y que ha dañado más a todo el litoral catalán, los diferentes organismos competentes en estas materias, están llevando a cabo actuaciones en los accesos y de regeneración de las playas. Durante esta Semana Santa, debido a la bonanza del tiempo, y en consecuencia al aumento de usuarios, ya se ha puesto en marcha los servicios mínimos de las playas.

DATOS GENERALES WEB TURISMO

Fuente: Google Analytics

USUARIOS

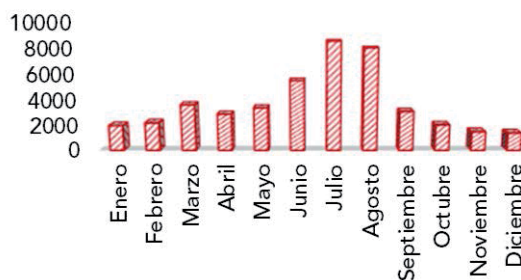
71% usuarios nuevos

Visitan la web 3 minutos de media

Agenda, rutas BTT y playas, información más solicitada

Más de 40.000 usuarios visitaron el portal web www.mont-roigmiami.cat durante el 2016. De estos, el 71% fueron usuarios nuevos y el 29% restante, usuarios que ya lo habían visitado en otras ocasiones. De media, cada usuario visualizó la página más de 3 min. Como se puede ver en el gráfico, los meses con más afluencia de visitantes en la web, coincide con la temporada turística, es decir, Semana Santa y los meses de verano. Lo más buscado fue la agenda, las rutas del Centro BTT, las playas y calas del municipio, entre otros.

USUARIOS



PERFIL USUARIO WEB TURISMO

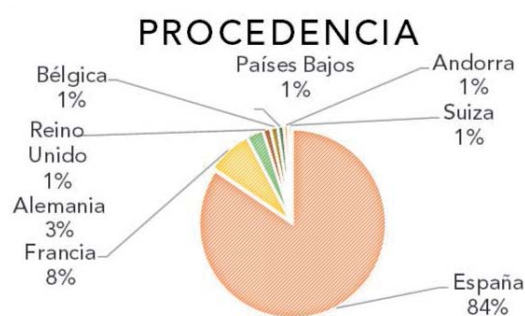
Fuente: Google Analytics

PROCEDENCIA

70% de Cataluña, 14% de Madrid y Aragón

Francia 8% y Alemania 3%

60% de los usuarios son mujeres



Durante el 2016, el 84% de los usuarios que visitaron la web de Mont-roig Miami Turismo, lo hicieron desde el estado español, concretamente más del 70% desde Cataluña y el 14% restante desde otras C.C.A.A., como Madrid y Aragón. El segundo país europeo con más visitas fue Francia, con un 8% y Alemania con un 3%. Continuando con el perfil, el 60% fueron mujeres y la mayoría de entre 35 i 44 años. Casi el 50% de los usuarios entraron en el portal web vía smartphone en lugar de hacerlo a través de ordenadores, invirtiendo la tendencia.

ESTADÍSTICAS AÑO 2016 – OFICINAS DE TURISMO

Fuente: Mont-roig Miami Turismo

RED O.T.'S

2016; atendidas 24.000 personas en las O.T.'s

77% en la Oficina de Turismo de Miami

El 44% visitantes catalanes

El año 2016, se atendieron casi 24.000 personas entre los 5 Puntos de Información de Mont-roig y Miami. El 77% de estas, se acercaron a la O.T. de Miami Platja, ubicada en la Plaza Tarragona. El 23% restante, se recibieron entre los P.I. de Platja Cristall, de Costa Zèfir, el Centro BTT y Las Poblas. Casi ¾ partes de las visitas se repartieron entre dos países, España y Francia. En cuanto a los visitantes del estado español, el 44% de estos son catalanes, el 24% de Aragón, el 6% del País Vasco y el 3% de Madrid, como más importantes.



ESTADÍSTICAS AÑO 2016 – OFICINAS DE TURISMO

Fuente: Mont-roig Miami Turismo

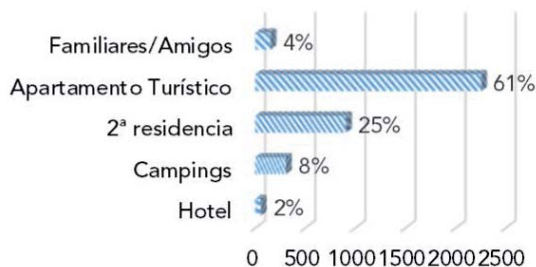
PERFIL VISITANTE

Mayoría de entre 36 y 65 años

El 24% de las visitas fueron familias

61% se alojaron en apart. turísticos

TIPO ALOJAMIENTO



Siguiendo con el perfil de los usuarios de la red de P.I. del municipio, se puede extraer que la franja de edad mayoritaria de estos, era entre 36 y 65 años y a partes iguales se acercaron tanto hombres como mujeres. El 34% del total, fueron atendidos de forma individual, el 24% vinieron en familia y el 22% en pareja. El alojamiento predominante entre los visitantes fue el apartamento turístico, en un 61%, seguido de 2as residencias, en un 25%, los campings en un 8%, en alojamientos de familiares o amigos, en un 4%, y en hoteles en un 2%.