



Elena Fernández i Sandra Martínez

Josep Maria Raya

17/06/2014

Treball Final de Grau

MEMÒRIA FINAL DE TFG

Curs 2013–2014

Índex

Resum.....	5
1. DELIMITACIÓ I JUSTÍFICACIÓ DEL TEMA.....	6
2. OBJECTIUS I PREGUNTES CLAU DEL TEMA.....	7
3. HIPÒTESIS DEL TREBALL.....	7
4. METODOLOGIA DE TREBALL	7
5. MARC TEÒRIC	8
6. RESULTATS DEL TREBALL DE CAMP	14
6.1 Evolució i perfil del turisme rus	14
6.1.1 Evolució del turisme a Catalunya	14
6.1.2 Perfil del turista rus a la capital del Maresme	18
6.2 Evolució del turisme de negocis i creació d'activitats d'after-meeting	20
6.2.1 Evolució i perfil del turisme de negocis a la província de Barcelona	20
6.2.2 Mataró aposta pel turisme de reunions	22
6.2.3 Funcionament i instal·lacions que disposa la ciutat de Mataró	22
6.2.4 Activitats d'after-meeting que pot oferir la ciutat.....	26
6.2.5 Anàlisi descriptiu de les enquestes als congressistes	27
6.2.6 Planificació del esdeveniment OCITUR.....	28
6.3 Mataró, marca esportiva	29
6.3.1 Activitats esportives a Mataró	29
6.3.2 Anàlisi de l'enquesta realitzada a Mataró.....	31
6.3.3 La Volta Ciclista de Catalunya	34
6.4 Punts d'informació turística a Mataró	36
6.4.1 Oficina de turisme a Mataró	36
6.4.2 Punts de suport informatiu.....	38
6.4.3 Evolució de la oficina de turisme	39
6.4.4 Consorci de Promoció Turística de Mataró.....	40

7. CONCLUSIONS.....	42
8. VALORACIÓ I AGRAÏMENTS.....	45
9. BIBLIOGRAFIA.....	46
10. ANNEXOS	48

Resum

Aquest treball tracta de promocionar econòmicament la ciutat de Mataró en quatre àmbits: en atraure turisme rus a la població, en aconseguir que els congressistes que venen a la capital del Maresme realitzin activitats d'oci, en convertir la ciutat en marca esportiva i en ubicar idòniament la oficina de turisme. Per tant, l'objectiu d'aquest treball és posicionar en un bon lloc turístic la ciutat de Mataró.

Resumen

Este trabajo trata de promocionar económicamente la ciudad de Mataró en cuatro ámbitos: en atraer turismo ruso a la población, en conseguir que los congresistas que vienen a la capital del Maresme realicen actividades de ocio, en convertir la ciudad en marca deportiva y en ubicar idóneamente la oficina de turismo. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es posicionar en un buen lugar turístico la ciudad de Mataró.

Abstract

This study tries to economically promote the city of Mataró in four areas: in attracting Russian tourism to the town, in getting the delegates that come to Maresme's capital to do leisure activities, in transforming Mataró to a city compromised with sports and in locating the tourist office in a right place. Therefore, the aim of this study is to place the city in a front position regarding tourism.

1. DELIMITACIÓ I JUSTÍFICACIÓ DEL TEMA

El problema que hem escollit és la validació del pla d' actuació per a la promoció econòmica de la ciutat de Mataró. Es vol tractar el tema del turisme a la capital del Maresme, és a dir, es pretén atraure estrangers o gent que no visqui a Mataró en l' àmbit tan cultural, com esportiu, marítim, comercial, de la restauració i d' allotjaments. I d' aquesta manera, veure com afectaria positivament a l' economia de Mataró.

L' objectiu és posicionar la ciutat en un bon lloc turístic, ja sigui en activitats culturals com fer rutes guiades pel casc antic de Mataró, en esdeveniments esportius com carreres, marxes o activitats relacionades amb el mar o la muntanya, o en activitats de comerç com posant carpes de botigues i formant *outlets*, entre d' altres. Es revisarà el pla d' acció per promocionar la ciutat i crear activitats i accions identificant aquelles actuacions destinades a garantir un model de gestió eficaç i viable i que integrin la participació dels agents implicats en l' activitat turística de la ciutat.

Actualment un dels objectius principals de Mataró és el tema del turisme, ja que gaudim de mar i de muntanya, de bons hotels i restaurants, una gran superfície de botigues, un centre comercial i un casc antic. Per tant, en aquest treball s'intentarà estudiar els factors que poden impactar més en l' economia de la ciutat. [Annex 1]

La justificació d' aquest treball és que és un tema molt important i actual per a Mataró i podem veure quines activitats es fan i quin és aquest impacte econòmic per la ciutat, i també és una motivació personal, ja que les dues vivim a Mataró i ens agrada i interessa tot el que es pugui fer per millorar la ciutat.

L' originalitat d' aquest projecte és crear activitats noves que puguin ser interessants per Mataró i fer una investigació profunda de com ha evolucionat la ciutat en els últims anys. La novetat del tema és una prioritat per Mataró i s'està estudiant ara mateix, i nosaltres dues podem participar activament en totes les activitats i accions.

2. OBJECTIUS I PREGUNTES CLAU DEL TEMA

L' objectiu del tema és posicionar en un bon lloc turístic la ciutat de Mataró. Per altre banda, la pregunta clau del tema és: *Quines són les accions o activitats que donarien més valor a la ciutat de Mataró?*

3. HIPÒTESIS DEL TREBALL

Les hipòtesis prioritàries del treball són:

1. El turisme rus està satisfet amb la destinació de Mataró i s' atrau a partir del comerç i de la gastronomia.
2. Per maximitzar el impacte del turisme de negocis cal crear activitats d' oci pels empresaris que fan els seus *meetings* a Mataró.
3. Per fer que Mataró sigui marca esportiva, s'han de crear nous esdeveniments per atraure a gent resident de Catalunya i Espanya.
4. La ubicació òptima de la oficina de turisme a Mataró seria a l' estació de tren i a l' ajuntament de la ciutat.

El turisme serà la principal aposta en els propers mesos per a la ciutat de Mataró. En aquest treball es validaran aquestes hipòtesis a partir d' entrevistes, enquestes i *focus – group* , i gràcies això podrem descriure les accions de forma més detallada. [Annex 2]

4. METODOLOGIA DE TREBALL

HIPÒTESIS PRIORITÀRIES	METODOLOGIA
Turisme rus	<ul style="list-style-type: none">- Cas d'estudi: estadística del turisme rus a Mataró: on acostumen a allotjar – se i que visiten. Utilitzarem el Minitab per fer l'anàlisi complet.- Focus Group.
After – meetings	<ul style="list-style-type: none">- Realitzarem varies entrevistes a professionals i repartirem enquestes per saber quines activitats de oci els hi agradaria fer després de les reunions al TCM.- Focus Group.
Esportiu	<ul style="list-style-type: none">- Enquestes als ciutadans o clubs esportius sobre en quines activitats esportives els hi agradaria potenciar a la ciutat de Mataró. Seguiment d'un esdeveniment esportiu a Catalunya.- Focus Group.
Oficina de turisme	<ul style="list-style-type: none">- Entrevista profunda a l'encarregat de la oficina de turisme de Mataró. I saber quins són els llocs claus per construir-ne una.- Focus Group.

La metodologia que portarem a terme estarà centrada sobretot en l'anàlisi de les enquestes i entrevistes realitzades, i participarem activament a partir d' un Focus Group amb l' IMPEM. A partir d' aquí, conclourem el resultat intens i concret.

5. MARC TEÒRIC

Després de fer una recerca exhaustiva sobre els antecedents del nostre tema hem trobat algunes fonts documentals que ens permeten detectar, extreure i recopilar la informació d' interès per construir el nostre marc teòric. Algunes fonts són més genèriques i altres més concretes com les fonts que tracten sobre turisme rus, esportiu i de negocis i, per altre banda, de la ubicació òptima per l' oficina de turisme.

El primer antecedent i el més important és el *Pla d' actuació per a la promoció de la ciutat de Mataró* [Referència 1]. Gràcies a aquest pla que es va elaborar l' any 2004, nosaltres podrem continuar amb la investigació i l' estudi que des del IMPEM es vol realitzar.

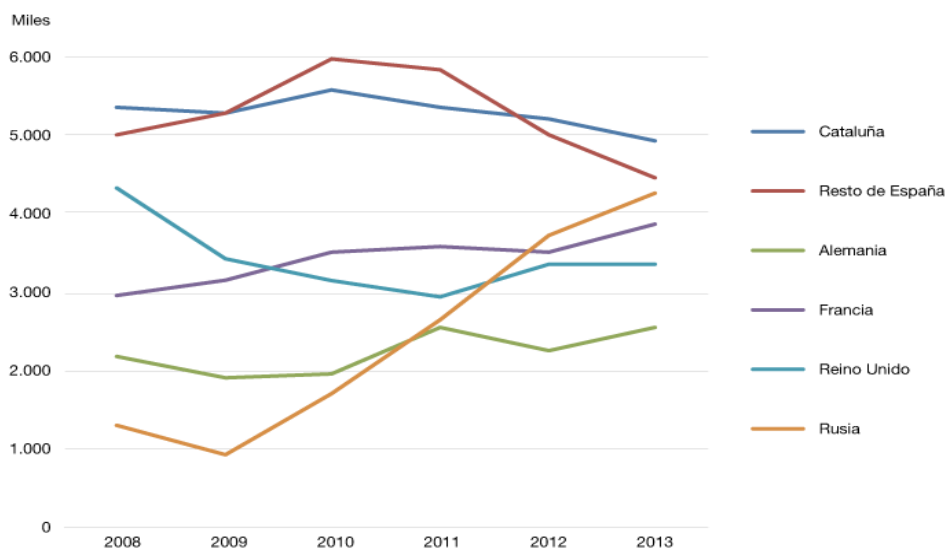
Des d'un inici, Mataró treballa la seva transformació tant urbanística com soci – econòmica, sense abordar la comunicació del canvi ni incidint en el posicionament de la ciutat en els seus àmbits de incidència. Per això, actualment, el govern municipal de Mataró aposta per la promoció de la ciutat, tant a nivell intern de la pròpia ciutat com a nivell extern.

Per arribar a complir totes aquestes fases de manera eficient, s'han realitzat a partir de la concertació i participació, és a dir, a partir d' agents públics i privats afectats directament i indirectament en l'àmbit de la promoció de la ciutat.

A partir d' aquest pla, nosaltres ens centrarem en prioritzar les accions, especialment en turisme de negocis, turisme esportiu i turisme rus, a través d' enquestes, anàlisis estadístics, entrevistes i focus – group.

Una de les hipòtesis tractades és saber quines són les accions clau que ha d' atraure al turisme rus. En primer lloc, hem trobat unes gràfiques i dades sobre el turisme rus a Catalunya. El turisme rus ha augmentat en els últims anys a Catalunya, fins arribar a gairebé un milió de visitants en l' any 2013. [Graf. 1]

Gràfic 1. Turisme a Catalunya.



Pernотaciones hoteleras en Cataluña. Principales procedencias. Enero-agosto. 2008-2013.

Font: IDESCAT

www.idescat.cat

El turisme rus ha visitat Catalunya en l' últim any un 32% més que en el 2012. Són el segon grup que més ha augmentat la despesa, per sota dels francesos, i això els converteix en un tipus de turisme molt atractiu pels destins costaners. [Graf. 2]

Gràfic 2. Turisme rus per Comunitats Autònomes.



FONT: www.me-retailadvisors.com

D' altre banda, hem estudiat l' article *How to win over a Russian tourist: tips and tricks* [Referència 2] on explica com moltes ciutats volen atraure aquest tipus de turisme ja que són els que es queden més temps i els que gasten més. Aquest article fa un anàlisi gràcies a les dades per l' empresa consultora europea de *TCI Research*, de com atraure aquests turistes.

En primer lloc, van descobrir que els turistes russos fan servir molt el *boca – orella*, és a dir, que molts russos agafen els consells d' amics o familiars per visitar els llocs que més els hi han agradat. També juguen un paper molt important les agències de viatges en el procés de presa de decisions, encara que l' ús d' Internet ha augmentat en el que respecta la planificació de viatges i reserves.

En segon lloc, és molt important prestar molta atenció a la gastronomia local, ja que als russos els hi agrada molt la diversificació de la cuina europea i mediterrània i, en general, no tenen molta preocupació pels preus de les zones. Encara que, en molts llocs, els restaurants no compleixen moltes de les expectatives dels turistes russos, ja que el número de queixes d' aquests és molt superior al d' altres nacionalitats. Segons els russos, la cuina local afecta en gran mesura la reputació de la destinació i de la seva decisió de tornar al país visitat.

D' altre banda, l' article també explica que els turistes gasten més diners durant les vacances. Encara que, són clients més exigents. La mitja del que gasten els russos és d' un 12% més efectiu en comparació amb altres turistes. A més, sovint viatgen en família o en grup organitzat, satisfent així compres, plaers gastronòmics i turisme. També, prefereixen allotjar – se en hotels de classe mitja – alta, encara que a vegades es queixen de la falta d' hospitalitat.

En conclusió, l' article defineix el turisme rus com un turisme que li agrada gastar, li agrada la gastronomia local i són molt aficionats a la bona qualitat del medi ambient i de gaudir de bons paisatges, clima agradable i neteja de la ciutat visitada. Per tant, pensem que Mataró pot ser una molt bona destinació turística ja que compleix moltes de les exigències que demanen els turistes russos.

Si estudiem concretament algunes ciutats d' Espanya, veiem que, per exemple, Castelldefels va organitzar un esdeveniment per demostrar al turisme rus que pot estar a l' altura del que busquen.

Castelldefels organitza una festa para promocionar la ciudad entre los turistas rusos [Referència 3]. Aquesta notícia ens serveix com a precedent pel nostre treball ja que el municipi del Baix Llobregat va realitzar, el passat 8 de març, un esdeveniment per promocionar la seva imatge entre la comunitat russa per atreure turistes d' aquest país.

La ciutat vol competir en la llista dels destins escollits pel turisme rus, ja que en els últims anys s'ha registrat una tendència alta al nostre país.

L' esdeveniment va contar amb la participació de diversos hotels i altres establiments com bars musicals, empreses de càtering, immobiliàries, joieries i botigues *delicatessen* que van atendre aquests turistes en la seva llengua, per demostrar que estan preparats per atendre aquest tipus de mercat.

La festa realitzada a la ciutat de Castelldefels ha volgut aprofitar l' oportunitat de promocionar – se i d' atraure inversors d' alt poder adquisitiu, que són la majoria dels que visiten Barcelona. Analitzant el que es va fer a Castelldefels, des de Mataró es podria fer un esdeveniment similar promocionant les coses bones d' aquí i la proximitat que tenim amb centres comercials com és la Roca Village, que és un centre comercial on el turisme rus ja compra i gasta molt.

D' altre banda, la província del Vietnam, Dak – Lak explica com ha aconseguit atraure turistes russos [Referència 4]. *The Central Highland* (al Vietnam), ha acollit a prop de 3.000 russos turistes des de final del 2013 gràcies al seu programa de cooperació en la província central de Khanh Hoa, i encara s' espera que augmenti molt més la quantitat de visitants russos.

Des de principis del 2013, les agències de viatges en Dak – Lak i províncies de Khanh Hoa, es van unir per crear un producte turístic, com el turisme ecològic i els llocs culturals i històrics per fer excursions de més d'un dia pels turistes russos.

També, totes les províncies del costat amb zones marítimes i insulars van fer un esforç per atraure aquest turisme rus.

D' altre banda, també, es van organitzar tallers de promoció turística a Rússia, i d' aquesta manera, Dak - Lak té tres agències de viatges a Rússia per organitzar viatges a províncies del Vietnam.

Pel que fa referència, a l' ubicació òptima d'una oficina de turisme a una ciutat hem trobat un informe sobre la ciutat de Santander que s' anomena *Santander Motor Turístico* [Referència 5]. Unes de les accions que va realitzar Santander l' estiu del 2010, van ser:

- Una oficina de turisme municipal oberta tots els dies de l' any i es van atendre 160.000 turistes.
- Nova oficina de turismes situada a la península de la Magdalena, que va ser el lloc més visitat de Cantabria per 4.000 turistes durant l' any.

Dins d' aquest informe també hem trobat, accions relacionades amb el turisme de negocis que va realitzar Santander, i són:

- Restauració de l' edifici *Santander Convention Bureau*, que és on es celebren les activitats de congressos. Té com a objectiu atendre i canalitzar totes les necessitats d' informació i organització que tenen com a fi la realització de congressos i convencions.

D' aquest antecedent, podem extreure algunes accions com la de millorar la oficina de turisme i aprofitar el turisme de negoci a través dels *meetings* del Tecnocampus.

Per aconseguir que Mataró sigui marca esportiva, hem trobat uns antecedents que ens poden servir de referència.

El següent antecedent que hem pogut estudiar pel nostre projecte és el *Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona* [Referència 6] que va fer el Departament de Turisme de la ciutat pels anys 2010 – 2015.

El *Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona* endega un procés de reflexió sobre el turisme i la ciutat amb horitzó 2015. L'interès principal del pla és la millora del sistema turístic i el seu encaix a la ciutat. Es persegueix l'objectiu de definir les estratègies d'actuació futures tot fomentant un procés de participació de tots els agents implicats.

El resultat final és la presentació del Programa d'Actuació 2010 – 2015, que recull i concreta les diverses aportacions desenvolupades al llarg dels anys per donar resposta als dos grans objectius del Pla:

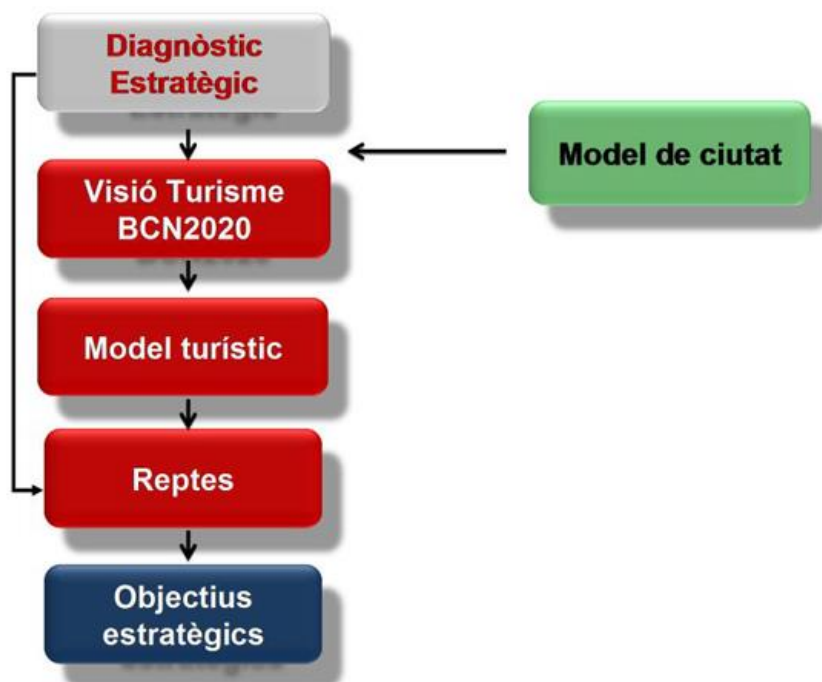
- Afavorir la millora de l'activitat turística a la ciutat de Barcelona.
- Millorar l'encaix del turisme a la ciutat.

El turisme, a la ciutat de Barcelona, ha esdevingut un dels fenòmens de major creixement i repercussió social i econòmica dels darrers temps.

D'ençà de la celebració dels Jocs Olímpics del 92, el creixement turístic de Barcelona ha seguit un ritme veritablement ascendent. Avui en dia, la ciutat de Barcelona es troba entre les principals destinacions internacionals de turisme urbà.

Per tant, avui en dia, Barcelona es planteja nous reptes i propòsits, que requereixen un profund procés de reflexió que passa pel replantejament d'algunes qüestions clau, com per exemple el tipus de creixement i model de gestió turística, la quantitat i conseqüències dels impactes i efectes del turisme i les formes de convivència que es produeixen entre barcelonins i visitants.

Finalment, sabem que Mataró no té la dimensió de la ciutat de Barcelona i que no pot arribar a abastir totes les accions que ha fet Barcelona per ser un molt bo destí turístic, però és un bon antecedent per estudiar ja que ens pot ajudar alhora de pensar en la realització d'alguns esdeveniments pel nostre pla d'actuació.



També, la ciutat de Villareal busca nous esdeveniments per atraure turisme esportiu a la ciutat a partir de 3 olímpics. [Referència 7]

Els tres esportistes olímpics de Villareal, Kiko Hervás, Yurema Requena i Sebastián Mora, utilitzaran els diferents contactes que han fet en les diferents competicions internacionals en les que participaran per atraure turisme esportiu a la ciutat. Vendran la marca ciutat de l' esport i la salut i impulsaran esdeveniments que aprofitin infraestructures municipals.

Aquests tres personatges esportius seran l' imatge de la ciutat a nivell esportiu per continuar amb una llarga tradició esportiva i, també, s'han compromès a treure el màxim profit dels coneguts per que vinguin estrangers a la ciutat.

Mataró, podria fer una cosa semblant i utilitzar les persones emblemàtiques o famoses de la ciutat, ja no només esportistes sinó d' altres àmbits.

D' altre banda, també hem estudiat Sud – Àfrica com un destí turístic. Joburg [Referència 8] s' està preparant per atreure altres formes de turisme:

- Turisme de negocis i esdeveniments
- Turisme de compres
- Turisme esportiu
- Turisme mèdic

Johannesburg és la meca de les compres en l' Àfrica subsahariana. La ciutat és una de les preferides per la celebració d' esdeveniments i conferències internacionals a l' Àfrica. Per exemple, en l' any 2009 la ciutat va ser seu de la quarta World Summit on Arts and Culture. Més del 50% de totes les fires i exposicions de Sud – Àfrica tenen lloc a Johannesburg i, òbviament, tenen una conseqüència positiva pel comerç de la ciutat.

En l' àmbit esportiu, Johannesburg és la ciutat esportiva de l' Àfrica. La ciutat va abastir l' obertura i partits finals de la Copa Mundial de la FIFA 2010 en els seus estadis de futbol reconstruïts, que incorporaven tecnologia d' última generació, arquitectura i característiques ecològiques.

Mataró podria estudiar aquest cas de Johannesburg, ja que Sud – Àfrica és un país que encara està en desenvolupament però ha pogut atraure un turisme esportiu i de negocis pel seu benefici.

Per últim, pel que fa al turisme de negocis, em de tenir en compte quins són els reptes als que qualsevol destinació turística ha d'enfrontar. Per aquest punt hem trobat un article on explica quins haurien de ser aquest reptes. [Referència 9]

A continuació explicarem les cinc fases i quins aspectes s'ha de considerar de cada una per les que passa una empresa o un Travel Manager per realitzar un viatge:

- En primer lloc s'ha de definir la política de viatge de la companyia, ja que qualsevol destinació turística que vulgui atraure al *Business Traveller* ha de reflexionar sobre com pot contribuir amb les polítiques de les companyies. Aspectes com la sostenibilitat, el turisme responsable i la imatge de la destinació, s'han de tenir en compte i també es ajuda a determinar la decisió d'una companyia, associació o bé persona per una destinació o altre.
- Un cop definides les polítiques de viatge de la companyia, decidirà quins són els seus processos de contractació i compra dels viatges. És un aspecte a tenir molt en compte, ja que la decisió molts cops no tindrà en consideració només aspectes com la imatge o la destinació, sinó aspectes relacionats amb el preu, la facilitat de transport, els temps en arribar a la destinació... És important que la destinació turística tingui clar quin és el valor afegit que pot oferir per millorar la rendibilitat del viatge, així com les facilitats de contractació que poden trobar-se davant d'altres destinacions competidores.

- Quan les companyies realitzin la planificació i la reserva, la destinació haurà d'assegurar els aspectes que garanteixin l'èxit del viatge. Per exemple el suplement de WiFi en un hotel.
- Un cop l'organització ja ha fet la planificació i reserva, han de realitzar la gestió administrativa del viatge. En aquesta fase és on es veu si la professionalitat de la destinació ha complert tots aquells aspectes que s'ha compromès en la fase anterior, és correcte sempre i quan la destinació compti amb bons professionals o encara consideri que aquesta és una activitat que es pot realitzar sense una informació adequada. El valor afegit es trobarà en la quantitat de bons professionals que tingui la destinació turística.
- I per últim, un cop finalitzat el viatge s'ha de realitzar el càlcul del ROI (*Return on Investment*) del viatge. Per això, la destinació turística que aposti per el *Business Traveller* ha de ser capaç de col·laborar amb l'empresa per facilitar la informació necessària i aquesta pugui tenir clar els beneficis del viatge realitzat.

En conclusió, per mantenir les xifres i assegurar el futur s'ha d'apostar per el valor afegit i treballar conjuntament amb el *Business Traveller* per aconseguir que la seva experiència és maximitzi.

Per aquest punt em trobat un noticia del País [Referència 10] on explica que Barcelona és una de les cinc ciutats del món amb més congressos i que aquest any hi haurà un creixement d'esdeveniments del 14%.

Actualment el número de persones congressistes s'han duplicat en els últims 20 anys a Barcelona, i aquest fet ha sigut un dels punts forts per potenciar l'economia i a més a més ha ajudat alhora de promocionar la ciutat.

Segons el Turisme de Barcelona la fórmula més nombrosa del turista de negocis va ser més de tres milions en el 2012. Els turistes de negocis han sigut uns dels punts claus per fer que Catalunya aconseguís superar en el 2013, 14.000 milions d'euros d'ingressos i que la ciutat tingués una oferta hotelera de més de 32.000 habitacions, tancant l'exercici anual amb un 75% d'ocupació.

Barcelona porta 5 anys situant-se entre les cinc ciutats del món amb més èxit i lluita per aconseguir la primera posició contra ciutats com Viena i París. "*Sin el éxito de los congresos no se entenderían inversiones que se plantean ahora como la del hotel Hyatt en la torre Agbar*", va dir Patrick Torrent, subdirector del Turisme de la Generalitat. Amb això es referia a la inversió que van fer de 200 d'euros per instal·lar 457 habitacions de luxe en l'edifici de la torre Agbar.

Segons el director de BCF Consultors, Miquel Flamarich, el turisme de sol i platja ha augmentat més que el turisme de negocis, però el turista de reunions gasta molt més, i a més a més és una persona que tornarà a la ciutat.

La Fira de Barcelona és el màxim exponent per aquest tipus de turisme, ja que dintre de les seves instal·lacions es celebren molts esdeveniments.

A més a més, existeix una gran oferta d'instal·lacions museístiques que tenen espais per acollir aquest tipus d'actes, a més a més molts hotels de Barcelona voten per aquest segment. "*A veces son capaces de sacrificar el alquiler de sus salas para asegurarse la ocupación de las habitaciones y el catering*", assenyala un alt executiu hotelier.

"*El número de hoteles de cuatro estrellas crece y aún habrá más necesidad*", assenyala Christoph Tessmar, director del Barcelona *Convention Bureau*, organisme participat per Turisme de Barcelona. Tessmar comenta que Barcelona té una bona infraestructura i que hi han bons professionals que treballen en esdeveniments i això fa que als congressos els surti rendible venir a Barcelona: està demostrat que el nombre d'assistents creix quan s'organitzen aquí. També és raonable el nivell de connexions aèries de Barcelona. Però hi ha un altre factor

important, i és que les tarifes no són tant altes com en altres ciutats. Els presidents dels congressos valoren amb un 4,5 sobre 5 els esdeveniments organitzats a Barcelona i un 88% responen sí a la pregunta "Estaria vostè disposat a tornar a organitzar el congrés a Barcelona?". "Per això ens mantenim líders", indica Flamarich.

Amb totes aquestes dades podem observar que amb bones infraestructures és pot aconseguir reunir un potent turisme de negoci a Mataró, però el que s'ha de fer és anar a buscar a fora salons internacionals i plantejar de manera persuasiva i eficient l'idea de realitzar els esdeveniments a la nostra ciutat i així poder col·laborar amb ells.

6. RESULTATS DEL TREBALL DE CAMP

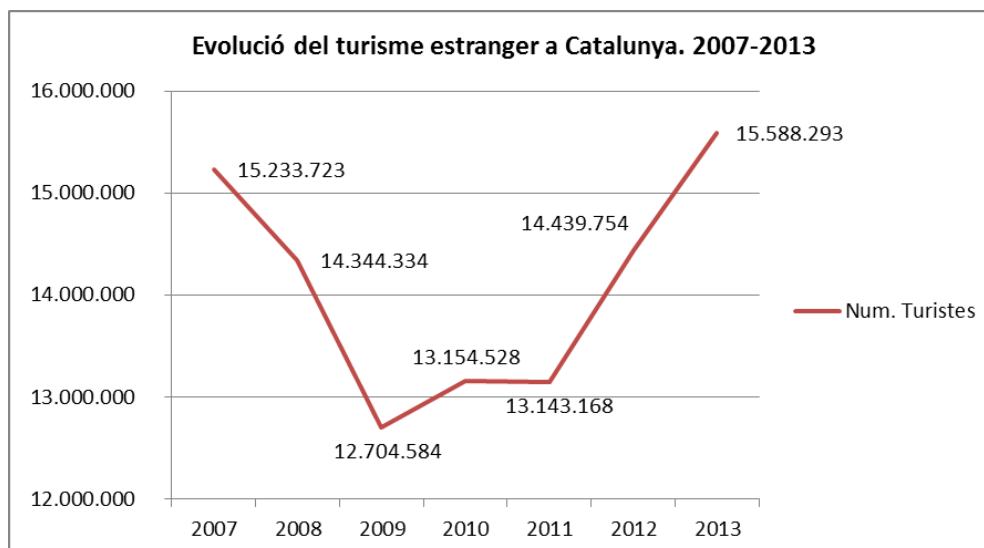
6.1 Evolució i perfil del turisme rus

6.1.1 Evolució del turisme a Catalunya

Per poder fer un anàlisi de les necessitats del turisme, en concret del turisme rus, ja que és el nostre punt principal, hem realitzat un estudi de l'evolució del turisme estranger a Catalunya.

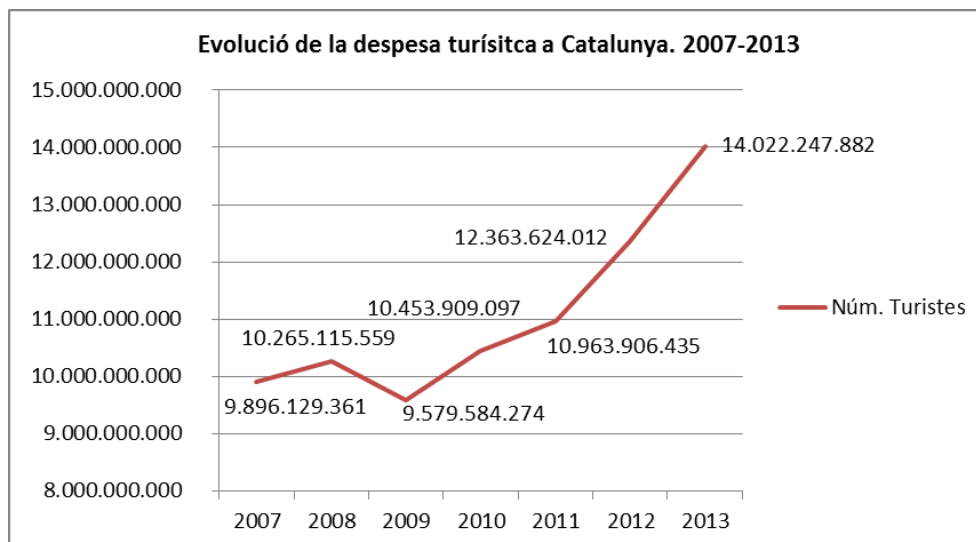
Aquest estudi està extret de l'informe del Balanç Turístic anual del 2013, elaborat per el Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya. [Referència 11]

Gràfic 3: Evolució del turisme estranger a Catalunya



Font: Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya, elaboració pròpia.

Gràfic 4: Evolució de la despesa turística de l'estranger a Catalunya



Font: Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya, elaboració pròpia.

Com s'ha pogut observar ens els gràfics anteriors [Gràf. 3 i 4], Catalunya tanca el 2013 amb un rècord en despesa i en nombre de turistes estrangers que visiten aquesta Comunitat Autònoma.

Catalunya ha tingut un total de 15,6 milions de turistes estrangers, el 8% més que el 2012, amb uns ingressos de 14 mil milions d'euros, el 13,4% més que l'any 2012. Per una altra banda podem observar que els resultats de la despesa mitjana són positius. L'any 2013 tanca amb una despesa mitjana del turisme estranger de 120,47 euros, l'1,4% més que l'any anterior.

En conclusió, es pot observar que l'any 2013 se situa en un dels millors anys del turisme a Catalunya, ja que supera els resultat dels últims anys.

Els establiments hotelers del conjunt de l'estat a finals del 2013 ha sigut de 83,8 milions de viatgers amb 286 milions de pernотacions i en total una estada mitjana de 3,4 pernотacions per viatger. Segons dades de l'INE augmenta un 1% el flux de viatgers, un 1,9% les pernотacions i un 0,8% l'estada mitjana respecte l'any passat.

Taula 1: Espanya – Ocupació en establiments hotelers del conjunt de l'Estat per CA de destinació

	Viatgers				Pernотacions				Estada mitjana	
	Valor	% distrib.	Var. interanual		Valor	% distrib.	Var. interanual		Valor	% Var. interan.
			Absoluta	Relativa			Absoluta	Relativa		
Canàries	7.923.333	9,5%	243.698	3,2%	59.323.243	20,7%	2.106.931	3,7%	7,5	0,5%
Balears, Illes	8.515.900	10,2%	54.045	0,6%	54.427.607	19,0%	185.509	0,3%	6,4	-0,3%
Catalunya	16.240.146	19,4%	3.205	0,0%	49.256.781	17,2%	880.246	1,8%	3,0	1,8%
Andalusia	14.944.271	17,8%	492.684	3,4%	43.021.364	15,0%	1.839.600	4,5%	2,9	1,0%
Comunitat Valenciana	7.201.461	8,6%	267.708	3,9%	24.812.439	8,7%	830.769	3,5%	3,4	-0,4%
Madrid, Comunitat de	9.212.311	11,0%	-621.032	-6,3%	17.812.368	6,2%	-813.509	-4,4%	1,9	2,1%
Resta CA	19.792.153	23,6%	426.787	2,2%	37.342.069	13,1%	306.778	0,8%	1,9	-1,3%
Total	83.829.575	100,0%	867.095	1,0%	285.995.871	100,0%	5.336.324	1,9%	3,4	0,8%

Font: EOH de l'INE

La taula superior [Tau. 1] compara Catalunya amb totes les altres Comunitats Autònomes. En la majoria de les principals destinacions també creix el nombre de viatgers i pernoctacions, menys els de la comunitat de Madrid.

Catalunya es troba en la primera destinació receptora de viatgers i en la tercera posició en pernoctacions (19,4% i 17,2% del total, respectivament). L'estada en els establiments de Catalunya és inferior a la mitjana del conjunt de l'Estat (3 pernoctacions per viatger, enfront de 3,4 de mitjana del conjunt de l'Estat).

El territori català està dividit en nou marques turístiques: Costa Barcelona, Costa Brava, Costa Daurada, Barcelona, Terres de l'Ebre, Terres de Lleida, Catalunya Central, Val d'Aran i Pirineus.

Taula 2: Catalunya – Turistes i estada mitjana del turisme estranger de primera i segones destinacions per marca turística de destinació

	Turistes				Estada mitjana	
	Valor	% distrib.	Var. interanual		Valor	% Var. interan.
			Absoluta	Relativa		
Barcelona	8.259.716	49,6%	505.262	6,5%	5,7	-1,0%
Costa Brava	3.503.634	21,1%	229.243	7,0%	8,6	1,1%
Costa Daurada	1.758.529	10,6%	186.440	11,9%	9,6	-1,2%
Costa Barcelona	2.270.901	13,6%	109.329	5,1%	9,9	2,8%
Catalunya Central	396.410	2,4%	42.000	11,9%	5,1	0,4%
Pirineus	175.596	1,1%	16.016	10,0%	4,3	-1,9%
Terres de l'Ebre	111.240	0,7%	14.337	14,8%	7,1	18,2%
Terres de Lleida	68.895	0,4%	8.620	14,3%	3,7	15,9%
Val d'Aran	93.467	0,6%	7.216	8,4%	3,6	-4,3%
Total	16.638.390	100,0%	1.118.466	7,2%	7,3	0,4%

Font: Idescat a partir de Frontur de l'IET, l'EOH i l'EOAC de l'INE

Dins del territori català [Tau. 2], es pot observar la marca Barcelona es troba en la principal destinació amb el 49,6% del flux total, seguida de la marca Costa Brava.

Pel que fa referència a la comparació amb l'any passat, totes les marques augmenten el seu nombre de turistes. Però la Costa de Barcelona és la marca que obté l'estada mitjana més llarga amb un valor de 9,9 dies.

Taula 3: Catalunya – Turistes i estada mitjana del turisme estranger de primera destinació per país d'origen

	Turistes				Estada mitjana	
	Valor	% distrib.	Absoluta	Relativa	Valor	% Var. interan.
França	4.156.915	26,7%	341.310	8,9%	7,0	2,9%
Regne Unit	1.685.323	10,8%	79.214	4,9%	6,1	0,0%
Alemanya	1.277.948	8,2%	115.549	9,9%	8,6	0,0%
Itàlia	1.106.222	7,1%	-62.276	-5,3%	5,8	0,0%
Rússia	977.140	6,3%	235.780	31,8%	9,9	22,2%
Països Nòrdics	751.763	4,8%	106.872	16,6%	6,0	-4,8%
Països Baixos	695.862	4,5%	4.684	0,7%	9,0	2,3%
Estats Units	568.348	3,6%	-9.020	-1,6%	8,7	-4,4%
Bèlgica	562.582	3,6%	47.516	9,2%	9,0	1,1%
Suïssa	397.058	2,5%	-18.127	-4,4%	6,8	-6,8%
Portugal	202.451	1,3%	-57.743	-22,2%	6,2	14,8%
Irlanda	187.839	1,2%	7.341	4,1%	6,7	1,5%
Resta d'Europa	1.209.943	7,8%	144.987	13,6%	7,2	7,5%
Resta Amèrica	607.009	3,9%	341	0,1%	11,1	8,8%
Resta del món	1.201.799	7,7%	212.017	21,4%	7,4	1,4%
Total	15.588.203	100,0%	1.148.449	8,0%	7,5	4,2%

Font: Frontur i Egatur de l'IET

Pel que fa referència als mercats emissors la taula anterior [Tau. 3] mostra el número de turistes de cada nacionalitat i la seva estada mitjana. Els països d'origen estan ordenats segons la quota de turistes, i es pot observar que el país que més visita Catalunya és França, amb un total de 4 milions de turistes, és a dir el 26,7% del total. Aquests turistes han crescut un 8,9% més que l'any 2012.

Seguit de França, trobem el Regne Unit amb 1,7 milions de turistes (10,8% del total), amb un augment de 4,9% més que l'any anterior, i Alemanya amb 1,3 milions de turistes, un 9,9% més que l'any 2012.

Per una altra banda, i un dels punts més important és el creixement del nombre de turistes procedents de mercats més llunyans com Rússia, on l'any 2013 Catalunya va rebre un total de un milió de turistes russos, és a dir, un 31,8% més que l'any anterior.

Taula 4: Catalunya – Despesa dels turistes estrangers per país d'origen

	Despesa total				Despesa total mitjana per turista			Despesa total mitjana diària		
	Valor	% distrib.	Var. interanual		Euros	Rànquing	% Var. interan.	Euros	Rànquing	% Var. interan.
			Absoluta	Relativa						
França	2.318.455.792	16,5%	446.709.056	23,9%	560,2	12	13,5%	79,6	12	9,3%
Rússia	1.326.475.882	9,5%	262.195.823	24,6%	1.358,1	2	-5,4%	137,7	3	-21,9%
Regne Unit	1.218.026.595	8,7%	97.133.849	8,7%	724,9	9	3,5%	118,8	5	4,3%
Estats Units	1.042.967.369	7,4%	-62.529.977	-5,7%	1.855,0	1	-4,5%	212,8	1	-0,4%
Alemanya	988.789.019	7,1%	69.298.472	7,5%	775,2	6	-2,2%	90,4	9	-1,9%
Països Nòrdics	728.596.363	5,2%	143.833.146	24,8%	971,2	3	6,8%	163,2	2	12,2%
Itàlia	637.492.968	4,5%	-47.751.237	-7,0%	576,5	11	-1,9%	99,9	8	-1,4%
Països Baixos	523.762.647	3,7%	16.391.988	3,2%	752,9	8	2,5%	83,7	11	0,7%
Bèlgica	449.068.131	3,2%	47.267.276	11,8%	798,8	5	2,3%	88,5	10	0,4%
Suïssa	339.184.974	2,4%	14.942.032	4,6%	856,1	4	8,9%	125,9	4	17,0%
Portugal	144.631.873	1,0%	-10.609.339	-6,8%	716,0	10	19,9%	115,8	6	4,8%
Irlanda	142.291.047	1,0%	701.571	0,5%	759,5	7	-3,4%	113,3	7	-4,8%
Resta d'Europa	972.806.642	6,9%	138.958.509	16,7%	804,6		2,7%	112,4		-4,3%
Resta Amèrica	1.211.461.862	8,6%	90.131.094	8,0%	2.020,8		7,1%	182,3		-1,1%
Resta del món	1.978.436.819	14,1%	451.951.607	29,6%	1.858,2		6,3%	222,8		4,1%
Total	14.022.247.882	100,0%	1.658.623.870	13,4%	902,7		4,9%	120,5		1,4%

Font: Egatur de l'IET

Com es pot veure en la taula anterior [Tau. 4] la despesa total dels turistes estrangers a Catalunya és de 14.022,2 milions d'euros, un 13,4% més que l'any anterior.

En primera posició trobem França i en segona Rússia, que són els països que més creixen. En termes absoluts, la despesa augmenta 1.658,6 milions d'euros, i el turisme francès i rus és el que més hi contribueix. Rússia constitueix el segon mercat que genera el 9,5% de la despesa total.

Les despeses mitjanes ascendeixen a 902,7 euros per turista i 120,5 euros per dia. També podem veure que Rússia es troba en segon lloc, seguit dels Estats Units, encapçala el rànquing de despeses mitjanes, tant per turista com per dia amb 1.358,1 euros i 137,7 euros respectivament.

Després d'analitzar els punts més importants del turisme a Catalunya, em pogut veure que els últims darrers anys el turisme rus està creixent de forma ascendent i és el país que més despesa genera, darrera de França. Per això un dels objectius del nostre treball és analitzar el perfil del turista rus, ja que és un actiu que es podria explotar més amb la finalitat de poder satisfer totes les seves necessitats i d'aquesta manera augmentar el nombre de turistes russos en els futurs anys.

6.1.2 Perfil del turista rus a la capital del Maresme

Després d'analitzar l'informe de resultats de l'estudi realitzat per DYM (*Market Research*) per a la Diputació de Barcelona i Turisme de Barcelona l'any 2013, que es basava en una enquesta de caracterització dels turistes a la costa de la província de Barcelona, hem pogut concloure el perfil i les necessitats del turista rus a la costa del Maresme. [Referència 12]

Les enquestes s'han realitzat en un total de 28 municipis, exactament per la costa Litoral i l'interior de Barcelona.

Aquestes enquestes s'han realitzat en jornades de treball que han tingut lloc en dies feiners, caps de setmana i festius. Les entrevistes s'han realitzat a punts de mostreig de diversa naturalesa : Hotels, Càmpings, Apart-hotels, zona de passeig marítim, zona de platja, zones comercials, etc., amb l'objectiu que hi quedin representades totes les tipologies i perfils de turistes possibles.

La mostra total d'aquest estudi ha sigut de 2144 entrevistes finals a turistes que han pernoctat en els diferents municipis. El nostre estudi esta enfocat a la part del Maresme, és a dir, Mataró, de les quals més de la meitat de les enquestes s'han realitzat al Maresme, exactament 920. I dintre del municipi de Mataró 60 enquestes, que serà la base del nostre estudi.

A partir d' aquestes dades, hem pogut crear un perfil del turista rus, que es pot adaptar molt bé a les característiques de la costa de Mataró i el Maresme.

En primer lloc podem analitzar el perfil sociodemogràfic del turista rus a la costa del Maresme, l'edat mitjana es troba entre els 35 i 44 anys, la distribució per gènere és del 52,6% homes i el 47,4% dones. La majoria d'aquest turisme, exactament el 83,8%, està situat entre classe alta / mitja-alta.

El motiu del viatge és només de tipus vacacional i normalment van acompanyats de la seva parella o família. Aquest tipus de turisme visita la costa catalana entre els mesos d' abril fins a octubre i, si poden, eviten els mesos de juliol i agost. La majoria d'ells, concretament el 93,3%, s' allotgen en hotels de 3, 4 o 5 estrelles ja que busquen la comoditat i la satisfacció en les instal·lacions.

El 84,7% del turisme rus té una única destinació turística. El que busca és fer visites culturals a les grans ciutats o, també, la combinació de sol i platja. Si, aquests, prefereixen només fer visites culturals s' allotgen entre 8 i 10 dies, en canvi, si prefereixen fer turisme de sol i platja, s' allotgen uns 15 dies.

La propensió al consum d' aquest turista rus és d'una despesa de 1.500 euros, aproximadament per persona. Quan reserven el viatge, ja compren aquest paquet turístic que està format pel vol, l' allotjament principal i algunes excursions. Aquest turisme rus gasta més diàriament (125€) que, per exemple, els britànics (93€), els alemanys (98€) o els francesos (80€).

El turista rus s' allotja entre la costa de Barcelona i entre Girona i la Costa Brava. Si fa una estada llarga, s' allotja a la costa de Barcelona, en canvi, si fa una estada més curta, entre Girona i la Costa Brava.

El turisme rus els hi agrada molt visitar monuments culturals, zones antigues de les ciutats i llocs emblemàtics i d' interès com, per exemple, el casc antic de Mataró i els museus més importants. D' altra banda, també, els hi agrada molt l' oci nocturn i diürn, i la gastronomia local.

Aquest turisme, el que compra més, sorprenentment, són habitatges a la costa ja que els hi agrada molt visitar el país i repetir el viatge.

Finalment, els 5 motius més importants que el turisme rus valora per visitar la costa de Barcelona, són: conèixer Barcelona i les grans ciutats, la platja, visitar llocs històrics, anar de compres i, per últim, el clima.

6.2 Evolució del turisme de negocis i creació d'activitats d'after-meeting

6.2.1 Evolució i perfil del turisme de negocis a la província de Barcelona

Durant els últims 20 anys, el número de visitants congressistes a la ciutat de Barcelona i rodalies ha augmentat majoritàriament. Segons Turisme de Barcelona, en el 2012 van ser més de tres milions de turistes que venien a fer els *meetings* a la província. Gràcies a aquest tipus de turisme, Catalunya va aconseguir superar al 2013 els 14.000 milions d' euros d'ingressos amb una oferta hotelera de més de 32.000 habitacions.

Congressos d' especialitats mèdiques, convencions d' empreses, grans salons de gran repercussió mundial com és el *Mobile World Congress (MWC)*..., Barcelona i rodalies porta 5 anys situant – se en les cinc ciutats de tot el món amb més èxit. [Referència 13]

Es cert que el turisme de vacances ha crescut més durant els últims anys però s'ha demostrat que el turisme de negocis és un turisme que gasta molt més, i a més a més, és una persona que segur que torna a la ciutat. Un turista de reunions es gasta 145 euros diaris en hotel i uns altres 99 euros diaris en despesa de butxaca, com el menjar, transport, compres i oci. A aquest càlcul també s'afegeix uns 500 euros d' inscripció als convencis o reunions i uns altres 500 euros en el viatge.

La Fira de Barcelona és el màxim exponent d' aquest turisme. Encara que, actualment, Mataró també ha augmentat les seves convencions, *meetings* i reunions gràcies a les noves instal·lacions de la Universitat Tecnocampus i hotels com l' Hotel Port Atenea o l' hotel Ciutat de Mataró.

També, existeixen altres factors molts importants del perquè aquest turisme de negocis escull Barcelona i no una altre ciutat. I és perquè Barcelona té molt bones connexions aèries i, també, perquè les tarifes no són tan altes com en altres ciutats.

En els següents gràfics es pot observar l' augment i l' evolució del turisme de congressos a la ciutat de Barcelona [Referència 14] [Tau. 5, 6 i 7]

Taula 5: Indicadors de l' activitat de convencions i congressos

	2010	2011	VARIACIÓ 2010/11	(%)
Total reunions	2.138	2.238	6,8%	
Congressos	310	255	-17,7%	
Jordanes, cursos	226	378	67,3%	
Convencions i incentius	1.602	1.650	3%	
Total de delegats	616.833	647.693	5%	

FONT: BARCELONA ACTIVA, elaboració pròpia

Taula 6: Ranking mundial de ciutats per nº de reunions internacionals

RANKING	CIUTAT	NÚMERO DE REUNIONS
1	Viena	181
2	París	174
3	Barcelona	150
4	Berlín	147
5	Madrid	130
6	Londres	115
7	Amsterdam	114
8	Estambul	113
9	Budapest	108
10	Lisboa	107

FONT: BARCELONA ACTIVA, elaboració pròpia.

Taula 7: Salons de la fira de BCN referents a Europa

FIRA DE BARCELONA

GSM WORLD CONGRESS

ALIMENTARIA

HISPACK + BTA Technologies Alimentaries

EIBTM

CARBON EXPO

PISCINA BCN. Saló Internacional de la Piscina

HOSTELCO

CONSTRUMAT

3E / EXPOQUIMICA + EQUIPLAST + EUROSURFAS

BARCELONA BRIDAL WEEK – NOVIAESPAÑA

GRAPHISPAG

SALÓ INTERNACIONAL DEL AUTOMÒBIL

SALÓ NÀUTIC INTERNACIONAL DE BARCELONA

SMART CITY EXPO WORLD CONGRESS

FONT: BARCELONA ACTIVA, elaboració pròpia

El perfil del turista de negocis, principalment, es caracteritza per tenir un perfil més estable al llarg de l' any que el de l' oci. Tenen un alt nivell econòmic i viatgen en temporada baixa, ja que és una estacionalitat invertida.

Aquest tipus de turista, principalment viatja per treball o negocis (55% dels casos), seguit per reunions (19% dels casos), congressos (15%) i esdeveniments (11%).

Aquest turista de negocis també escull Barcelona i el seu voltant ja que li agrada molt la gastronomia local, el bon clima i el bon paisatge per aprofitar les activitats lúdiques i culturals que poden fer com a activitats d' *after-meetings*, és a dir, com a activitats per fer després de les seves convencions i reunions. [Referència 15]

6.2.2 Mataró aposta pel turisme de reunions

En els últims anys, gràcies a la incorporació de la universitat Tecnocampus i hotels com l' Hotel Port Atenea i, una mica més antic, l' Hotel Ciutat de Mataró, la ciutat ha augmentat el seu turisme de negocis. Es fan congressos de diferents tipus i de diferents dimensions.

Naturalment, els congressos que es fan a Mataró no són de la mateixa importància ni dimensió que els que es fan a Barcelona, però, poc a poc, la capital del Maresme està aposant per aconseguir ser una ciutat turísticament de negocis. El tipus de congressista, per tant, no és com el de Barcelona. Aquest perfil busca uns preus més econòmics alhora de fer les convencions i, també, alhora d' allotjar – se, ja que els preus dels hotels de Mataró són més econòmics que els de la ciutat de Barcelona.

D' altra banda, un dels nostres objectius del nostre treball són les activitats d' *after-meeting* que poden realitzar els congressistes després de les convencions, és a dir, quines són aquelles activitats d' oci i lúdiques que els hi agradaria realitzar després de les seves reunions.

Mataró té l' avantatge de tenir platja i muntanya, un bon centre de comerç i instal·lacions esportives per poder realitzar moltes activitats d' *after-meeting*.

Les activitats d' *after-meeting* que més els hi agrada fer són rutes gastronòmiques o culturals, fer activitats esportives com anar a córrer pel port, aprofitar el mar i fer escapades amb vela o anar a jugar a golf.

6.2.3 Funcionament i instal·lacions que disposa la ciutat de Mataró

Mataró, avui en dia, disposa de tres centres importants on es fan convencions o reunions. Aquests centres són: la Universitat Tecnocampus Mataró – Maresme, l' Hotel Atenea Port i l' Hotel NH Ciutat de Mataró. També, podem trobar centres on també es fan conferències i convencions però no són de gran dimensió, com és el cas de la Nau Gaudí i alguns centres cívics de la ciutat.

Per començar, [Referència 16] hem estudiat les convencions i reunions que es realitzen a la Universitat Tecnocampus de Mataró. El centre de convencions i reunions del Tecnocampus té una superfície de 2.200m². Aquestes instal·lacions consten d'un auditori de 950m², un *foyer* (espai gran i extens adjacent a un auditori) de 900m², 4 sales modulables multifuncionals de 45 a 150m² i aules acadèmiques de diverses capacitats. Totes aquestes sales són de dimensions diferents i disposen d'una tecnologia de sistemes audiovisuals com el WIFI, projectors i pantalles. El *foyer*, també, és un espai on es poden fer banquets, exposicions, fires i altres.



Instal·lacions del Tecnocampus Mataró – Maresme

Per saber més sobre les convencions i reunions que es fan al Tecnocampus i poder validar la nostra hipòtesis, vam realitzar una entrevista a l'encarregada del centre de congressos Marina Blanco (Annex 3) on ens va explicar tot el funcionament del centre de congressos.

El centre de congressos acull les reunions de clients de fora del Tecnocampus i aleshores realitzen tota la logística del esdeveniment. A part, també, es pot contractar un servei addicional de càtering, audiovisuals, hostesses i traducció simultània. Però, principalment, el que ells venen és el lloguer de l'espai.

La Marina és l'única persona encarregada que porta el departament de congressos. Les funcions que ella realitza són la visita de les sales als clients, el lloguer de la sala, la preparació de tot l'esdeveniment, fer l'horari de tots els esdeveniments i actes per planificar tota la feina que s'ha de realitzar, el muntatge, etc., i l'últim pas és elaborar l'albarà.

D'altra banda, ens va explicar que aquests congressos no tenen gaire repercussió a Mataró ja que són congressos de tipus turístic, estadístic, etc. No són congressos ni esdeveniments per a la ciutadania, sinó que són de tipus professional. El que sí que repercuteix a la ciutat, és que aquests congressistes, després de realitzar les jornades de treball o convencions, fan algunes activitats lúdiques i d'oci com excursions, entre d'altres. Aquestes activitats les ofereix l'IMPEM, és a dir els hi donen una sèrie d'activitats a escollir, més que res els informen de les activitats lúdiques disponibles que poden realitzar.

El perfil del congressista que ve a Mataró és un perfil totalment empresarial i professional. Hi ha dos tipus de congressos: en els auditoris, que duren 2 o 3 dies; i en les sales de reunions que es on fan els cursos de formació de les empreses. També hi ha petites sales on hi ha diferent

material per fer formacions més petites. Aquest congressista prové sobretot de la comarca del Maresme i, també, en menys mesura de Barcelona. En canvi, hi ha pocs que no són de la

comarca o la província (segurament uns dos o tres a l' any) i, per tant, no acostumen a allotjar-se a la ciutat. Encara que, la Marina s' encarrega d' oferir informació a aquests congressistes dels hotels de la ciutat.

Per fomentar aquest tipus de congrés, el Centre de Congressos del Tecnocampus existeix en alguns portals web com el portal Eventoplus, al de Barcelona Convention Bureau. Però a nivell més de promoció i publicitat, ho fomenten a partir de l' ajuntament.

També, li vam preguntar quants congressos poden fer en el Centre de Congressos, i ens va explicar que a l' any poden fer uns sis congressos importants, ja que ells en fan de més petits com, per exemple, jornades de formació o reunions d' empreses.

Per acabar l' entrevista, la Marina Blanco ens va explicar quina proposta d' *after-meeting* els hi agradaria fer a aquest tipus de turisme, és la següent; els hi agrada molt la gastronomia de la zona i l'oci nocturn. Sinó, també, aposten per fer visites turístiques i guiades per Barcelona.

El centre, també, ens va facilitar unes dades sobre l' evolució dels esdeveniments al Centre de Congressos [Referència 17] on es pot veure que en l' any 2010 (coincidint que era el primer any de Tecnocampus) el nombre d' actes realitzats van ser de 43, amb una factura de 12.400€, en l'any 2011 el nombre d' actes va ser de 229 amb una facturació de 144.454€, l' any 2012 es van fer 287 actes amb una facturació de 110.144€ i, per acabar, en l' any 2013 es van realitzar 299 esdeveniments amb una facturació de 97.108€. Durant aquests anys s'han realitzat actes i esdeveniments [Referència 18] de tot tipus des de, per exemple, la Jornada d' Eficiència Energètica de la FAGEM, com sessions de formació empresarial, fires, convencions empresarials, congressos com el Saló Boda, fins reunions d' empresa.

Seguidament, vam fer un estudi sobre l' Hotel Atenea Port de Mataró [Referència 19]. Aquest hotel disposa de 5 salons modulables amb una capacitat de 10 a 400 persones en funció del tipus de muntatge desitjat, banquet, en escola, conferència o teatre. Ofereixen una tecnologia avançada, equipats amb megafonia independent, *wifi* i aire condicionat. També disposen de canó de projecció, flip *Chart*, pantalles, entre d' altres.

Per saber més coses sobre els congressos d' aquest hotel, vam realitzar una entrevista a la cap/responsable del Departament de Convencions, Raquel Valle [Annex 4]. Ens va explicar tot el tipus de reunions que es fan, el funcionament, els serveis addicionals, les dimensions, etc. i, sobretot, les activitats d' *after-meeting* que podrien fer.

A l' hotel tenen des de petites empreses que fan reunions de tres o quatre persones fins a grans empreses que fan convencions amb grans grups de 100 persones. Disposen de 5 sales i depenent de les necessitats de cada empresa abasteixen les cinc o només alguna sala.

El perfil de les empreses que visiten l' Hotel és de diferent sector com, per exemple, una empresa de Martorelles, uns laboratoris de Madrid o altres. Aquests congressistes, en general, venen aquí ja que els hi agrada l' entorn marítim. Com, per exemple, *Procter & Gamble* fa les convencions aquí i porta els seus clients estrangers holandesos de fora i estan molt contents d' aprofitar l' ambient marítim. D' altre banda, la Raquel també ens explica que Mataró és un punt entremig entre Barcelona, la costa brava i la *Roca Village*, i això ajuda a atraure aquests empresaris. Per tant, alhora de la restauració, Barcelona els hi agrada molt però els preus dels hotels són més cars i això és un incentiu per allotjar – se a Mataró.

La organitzadora de tot és la Raquel Valle que és l' encarregada de captar primer la informació del client i a partir d' aquí, el departament de restauració és qui s' encarrega de tot el muntatge de les sales.



Instal·lacions de l' Hotel Port Atenea Mataró

Gairebé totes les convencions o reunions demanen a l' hotel un servei addicional de menjar que pot ser un *coffee break*, que són serveis d' esmorzar, o bé diferents menús a escollir que és el menú de treball per dinar, i per sopar poden escollir el menú de gala que és més complert. D' altra banda, algun dia surten a sopar a fora a fer alguna activitat.

El servei addicional que ofereixen (pissarres, projectors, megafonia, etc.) té un preu addicional i, també, alguns grups demanen habitacions, que això ja ho porta el departament de reserves. Normalment, és l' hotel qui s' encarrega de tots els serveis addicionals que puguin demanar els clients, ja que col·laboren amb diferents empreses. Les dimensions de les diferents sales tenen capacitats diferents d'entre 10 a 550 persones i aquestes són:

- Saló Arenys, Vilassar i Premià: 60m²
- Saló Llanereres: 140m²
- Saló Masnou: 145m²
- Saló Llanereres + Masnou: 280m²
- Saló Maresme: 550m²

Depenent del mes en que es trobin, tenen una demanda de convencions o una altre. Ara mateix, que ens trobem en el mes de maig, tenen convencions totes les setmanes. Normalment les convencions grans i llargues són de dimarts a divendres i després també hi ha les jornades que són d'un dia. Aquest mes han realitzat unes 36 convencions.

D' altra banda, com a la Marina del Centre de Convencions del Tecnocampus, també li hem preguntat quines propostes pensa que els hi poden agradar als congressistes. Ella pensa que els hi podria agradar sopar en masies o llocs típics de la zona, jugar a golf en camps o en alta mar o fer esport pel passeig marítim. Sobretot el que busquen és la platja, tot el tema del comerç, anar a restaurants i bars i fer alguna petita ruta cultural.

Per últim, hem fet una petita recerca de les convencions o reunions que realitza l' Hotel NH Ciutat de Mataró [Referència 20]. L' hotel ofereix set sales de reunió versàtils amb una capacitat de 250 persones. Ofereixen una varietat de serveis addicionals com material audiovisual, amfitrions, traductors o fotògrafs, servei d' automòbil, etc.

A l' Hotel NH Ciutat de Mataró, sobretot, el que es realitzen són actes o *meetings* dirigits a partits polítics.



Instal·lacions de l' Hotel NH Ciutat de Mataró

De les tres grans instal·lacions que té Mataró per realitzar aquest tipus de convencions, les més potents i les que estan evolucionant més són el Centre de Congressos de la Universitat Tecnocampus i l'Hotel Antena Port.

6.2.4 Activitats d'after-meeting que pot oferir la ciutat

La ciutat de Mataró, a part de tenir aquestes tres grans instal·lacions per realitzar les convencions dels congressistes, compta amb instal·lacions tan esportives, com culturals, de comerç i de gastronomia per poder realitzar les activitats d' *after-meeting*. Un dels punts forts d'aquesta ciutat, és que disposa d'una platja i un llarg passeig marítim, per això compta amb més varietat d'activitats.

A continuació, hem creat un taula [Tau. 8] amb les possibles activitats d' *after-meeting* que Mataró a partir de les seves instal·lacions i activitats, podrien oferir a aquest tipus de turisme:

Taula 8: Activitats *after-meeting* que es poden fer a Mataró

Running (Passeig Marítim de Mataró)	Natació (Club Nàutic de Mataró, Passeig Marítim)	Submarinisme (Port de Mataró)	Volta en vaixell (Port de Mataró)	Voleibol – platja (Platja El Varador, Mataró)
Partits de futbol i/o bàsquet (Camps municipals o poliesportius de Mataró)	Tennis / pàdel (Pistes pàdel indoor Mataró)	Excursió en grup al Castell de Burriac (Cabreria de Mar)	Excursió en grup en bicicleta (Mataró)	Pàdel Surf (Platja del Callao, Mataró)
Ruta cultural (casc antic de Mataró)	Visita a la Nau Gaudí (Mataró)	Visualització d'una obra de teatre (El Monumental de Mataró)	Visita guiada a la basílica de Santa Maria (Mataró)	Visita guiada al Clos arqueològic (Mataró)
Oci nocturn: Prendre 1 copa (Bar 24, Mataró)	Oci nocturn: Prendre 1 copa (Bar El Pati Guanyabens, Mataró)	Oci diürn: Vermut (L' Espinaler, Vilassar de Mar)	Oci diürn: Vermut (La Sal, Mataró)	Oci nocturn: Prendre 1 copa (Discoteca Colton, Mataró)
Gastronomia: sopar o dinar a una pizzeria (La Pentola, Mataró)	Gastronomia: sopar o dinar a un restaurant (L' Hostal la Plaça, Cabrils)	Gastronomia: sopar o dinar a una marisqueria (El Pòsit, Arenys de Mar)	Gastronomia sopar o dinar a un restaurant exclusiu (Sangiavese, Mataró)	Gastronomia: sopar o dinar a un restaurant japonès (Restaurant Tilt, Mataró)

Font: elaboració pròpia

6.2.5 Anàlisi descriptiu de les enquestes als congressistes

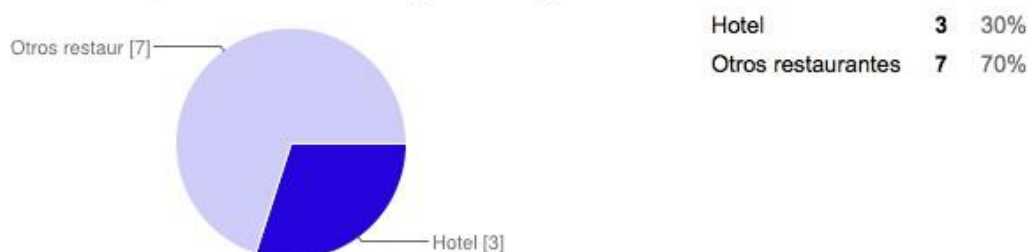
Gràcies a varies enquestes realitzades [Annex 5] als empresaris que han assistit a algunes convencions de la ciutat de Mataró, hem obtingut les dades següents:

La majoria dels congressistes assisteixen a aquestes convencions o reunions entre 3 i 2 dies, alguns tenen convencions, reunions o formacions pel matí i tenen la tarda lliure i altres tot el dia.

El següent gràfic mostra que el 70% dels enquestats prefereixen provar la gastronomia de la zona, és a dir, sortir de l'hotel per consumir en els diferents restaurants del Maresme, i en canvi el 30% restant prefereixen consumir en el mateix hotel. [Gràf. 5]

Gràfic 5: Pregunta 1 de la enquesta realitzada als congressistes

Que desearía, comer en el hotel o probar la gastronomía de la zona?

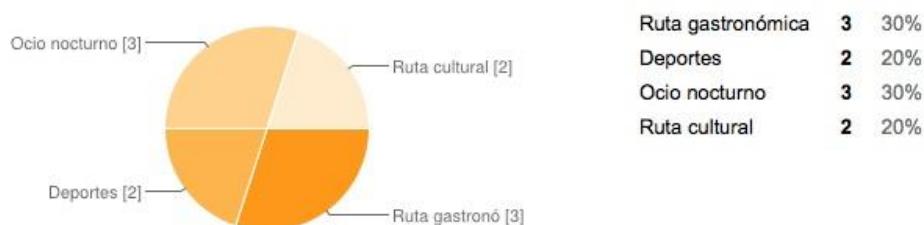


Font: elaboració pròpia, enquesta als empresaris

La majoria dels nostres enquestats, exactament un 30% prefereixen l'oci nocturn i la gastronomia com activitats d' *after-meeting*, i en canvi el 20% aposten per fer activitats d'esport i rutes culturals.[Gràf. 6]

Gràfic 6: Pregunta 2 de la enquesta realitzada als congressistes

Si os hospedáis en el hotel, que actividades os gustaría hacer después de las convenciones?



Font: elaboració pròpia, enquesta als empresaris

Per acabar, algunes de les propostes d' activitats d' *after-meeting* que ens ofereixen els empresaris són fer degustacions gastronòmiques o de vi, activitats esportives com jugar a golf o gaudir dels millors locals nocturns de la ciutat.

6.2.6 Planificació del esdeveniment OCITUR

A partir del 29 de juny del 2014 fins el 2 de juliol de 2014, torna l' esdeveniment acadèmic OCITUR 2014 amb la intenció de donar veu a les investigacions realitzades en l' àmbit de l' oci i del turisme. És el segon congrés d' aquest esdeveniment que es realitza, ja que el primer va ser al 2012, i en aquest els congrés serà més internacional.

D' aquesta manera, des d' aquí volem seguir les activitats d' *after-meeting* que es volen realitzar en aquest congrés i gràcies, a l' IMPEM, [Referència 21], hem trobat que seran les següents.

Pel dilluns dia 30 de juny, hi ha programades dues opcions. La primera opció tracta sobre el vi al Maresme i es realitzaria una visita guiada a forns romans i al celler modernista Alella
Grau en ADE

Vinícola. La durada d' aquesta activitat és de 2,5 h i el preu de 19€ per persona. Una altre opció, pel mateix dia 30, és una visita guiada a les obres més representatives del modernisme, que comença a Mataró i acaba a Canet de Mar. La durada és d' aproximadament 4h i el preu d' aquesta activitat comporta el transport de 308 euros, el guiatge de 151,25€ i l' accés a la casa museu Canet de Mar 60€.

Pel dimarts dia 1 de juliol, la primera opció és un tast cultural per la història de la ciutat que inclou una petita degustació gastronòmica de Casa Graupera. Aquesta activitat té una duració de aproximadament dues hores i té un preu del guiatge de 90,75 euros. L' altre opció és una ruta urbana que permet descobrir les principals obres dels arquitectes Josep Puig i Cadafalch a la ciutat i, també, té una duració de dues hores amb un preu del guiatge de 90,75 euros.

6.3 Mataró, marca esportiva

6.3.1 Activitats esportives a Mataró

La direcció d' esports forma part del departament de l' Ajuntament de Mataró que gestiona les competències municipals en matèria esportiva.

Els seus objectius són la promoció esportiva amb el suport dels esportistes dels Clubs Esportius, els escolars dels Centres d' Ensenyament, el foment de les activitats esportives de lleure als ciutadans i la cessió de les instal·lacions esportives municipals per la pràctica esportiva.

Actualment, a la ciutat de Mataró es realitzen aproximadament 110 activitats esportives [Annex 6]. Hi ha moltes activitats de diferents tipus: des d' activitats de mar, d' atletisme (*running*, triatló o duatló), de patinatge i gimnàstica artística, de bàsquet, de hoquei, de futbol, de ciclisme, de handbol, de tennis, jocs de taula, de vòlei i fins a esports per a paralítics.

Aquestes diferents activitats s' organitzen des de cada entitat esportiva però amb la col·laboració de la direcció d' Esports de l' Ajuntament de Mataró i es realitzen a diferents llocs de Mataró.

Alguns exemples de les entitats que organitzen activitats esportives són el Centre Natació Mataró, Club La Sansi, Club Gimnàstic Mataró, Centre Atlètic Laietana, Iluro Hoquei Club, AE Boet Mataró, Club Tennis Mataró, Grup Atletisme Lluïsos Mataró, Club Joventut Handbol Mataró, entre molts altres.

A més a més, dins d' aquestes activitats hi ha diferents participants, des d' activitats com el torneig tancat del Maresme que organitza el Club escacs Cerdanyola i que participen uns 20 o 30 ciutadans, fins activitats d'una major importància i demanda com la cursa de 10km *City Run* que organitza la Reial Federació Espanyola d' Atletisme i que participen uns 5.000 o 6.000 participants.



Instal·lacions esportives de Mataró

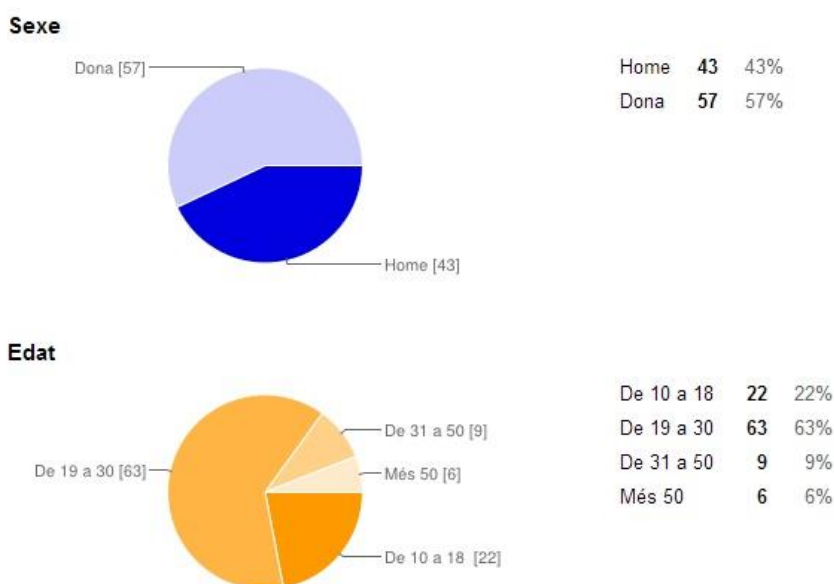
6.3.2 Anàlisi de l'enquesta realitzada a Mataró

Per saber les preferències esportives dels ciutadans de Mataró, vam realitzar 100 enquestes [Annex 7] on preguntàvem diferents qüestions per arribar a la conclusió per verificar la nostre hipòtesis sobre si: *Per fer que Mataró sigui marca esportiva s'han de crear nous esdeveniments per atraure a gent resident de Catalunya i Espanya.*

De les 100 enquestes realitzades, un 57% van ser dones i un 43% van ser homes, i en el grup d' edats, la majoria dels enquestats (63%) han sigut joves de 19 a 30 anys. [Gràf. 7]

Gràfic 7: Primeres preguntes a la enquesta realitzada a ciutadans de Mataró

Resum



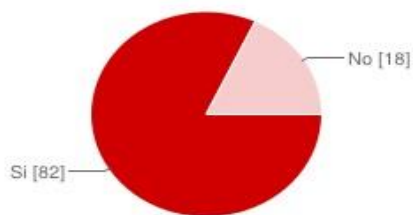
Font: elaboració propia, enquesta als ciutadans

En la següent qüestió, vam preguntar si els enquestats practiquen esport ja que ens interessa saber-ho per si existeix alguna relació entre els que fan esport i volen la creació d' esdeveniments esportius a Mataró o entre els que no fan esport però, també, volen gaudir i veure aquests esdeveniments esportius.

Per tant, d' aquests 100 enquestats un 82% si que practiquen algun esport. I, d' aquests que practiquen esport, en la següent pregunta els hi vam preguntar quin tipus d' esport practiquen. L' esport que més es practica és anar al gimnàs seguit del futbol, encara que també molts dels enquestats fan altres esports com l' escalada, l' esquí, el pàdel o l' skateboarding, entre d' altres. [Gràf. 8]

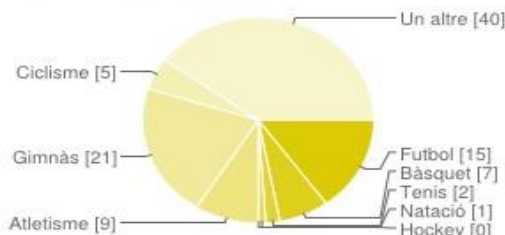
Gràfic 8: Preguntes als ciutadans de Mataró

Practiques l'esport?



Si	82	82%
No	18	18%

Quin tipus d'esport practiques?



Futbol	15	15%
Bàsquet	7	7%
Tennis	2	2%
Natació	1	1%
Hockey	0	0%
Atletisme	9	9%
Gimnàs	21	21%
Ciclisme	5	5%
Un altre	40	40%

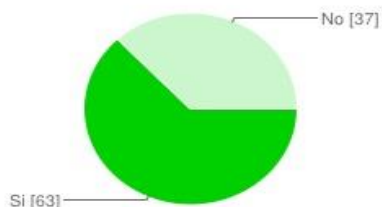
Font: elaboració pròpia, pregunta als ciutadans

En la següent pregunta, volíem saber si els nostres enquestats segueixen algun campionat esportiu per poder saber si a la població els hi agrada seguir campionats o esdeveniments esportius.

Es pot veure que un 63% de la població segueix un campionat esportiu i el més abundant és la Lliga BBVA de futbol, la *Champions League*, la NBA de bàsquet, la Formula1 o el campionat de MotoGP, entre d'altres. [Gràf. 9]

Gràfic 9: Preguntes als ciutadans de Mataró

Segueixes algun campionat esportiu?



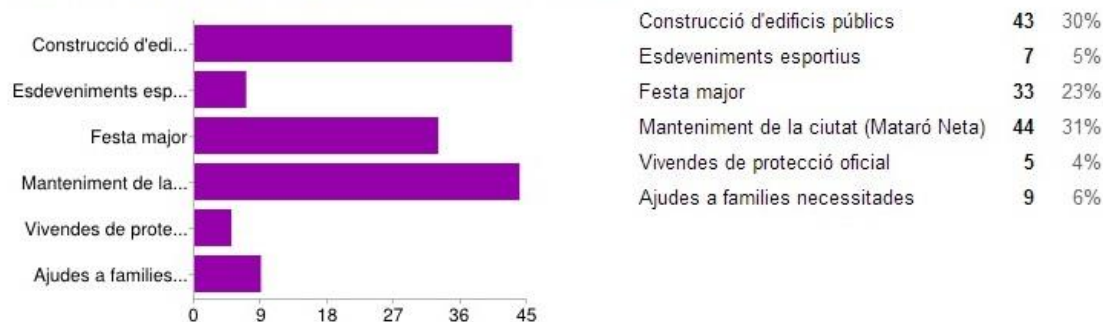
Si	63	63%
No	37	37%

Font: elaboració pròpia, pregunta als ciutadans

Per acabar, en les últimes preguntes vam preguntar als enquestats on creien que destinava més diners l'Ajuntament de Mataró i la resposta va ser al manteniment de la ciutat seguit de la construcció d'edificis públics. Només va ser un 5% de la mostra que van pensar que es destinava més diners en esdeveniments esportius, per tant pensem que s'inverteix molt poc. [Gràf. 10]

Gràfic 10: Pregunta als ciutadans de Mataró

A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?



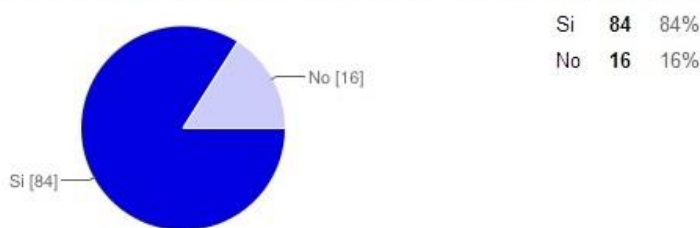
Font: elaboració pròpia, pregunta als ciutadans

D' altra banda, també vam preguntar si consideren que s'havien de fer més esdeveniments esportius i la resposta va ser d'un 84% afirmatiu, això significa que la població estaria d'acord en organitzar algun esdeveniment esportiu perquè així podrien participar o només anar a veure'l.

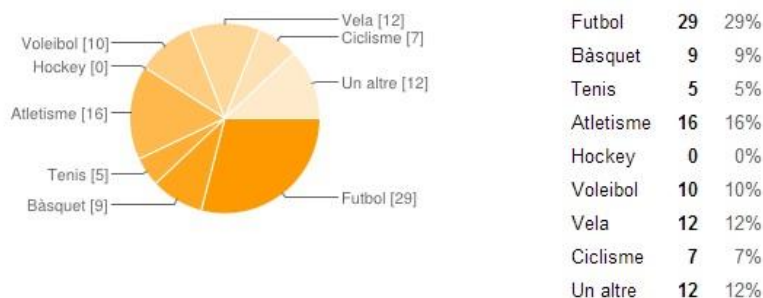
Per concretar més, el tipus d'esdeveniment que creuen que tindria més èxit seria en primer lloc amb un 29%, realitzar un campionat de futbol, en segon lloc amb un 16% un esdeveniment relacionat amb l'atletisme i en segon lloc un campionat de vela (12%). [Gràf. 11 i 12]

Gràfic 11 i 12: Preguntes als ciutadans de Mataró

Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?



Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítim, aèri...)



Font: elaboració pròpia, pregunta als ciutadans

6.3.3 La Volta Ciclista de Catalunya

Per fer un seguiment d' un esdeveniment esportiu important a la ciutat i estudiar el seu impacte econòmic i turístic, hem triat la Volta Ciclista de Catalunya que aquest any va passar i començar la seva segona etapa per Mataró.

[Referència 22] Feia 32 anys que la *Volta* no passava per la capital del Maresme ja que ha estat acollida, anteriorment, per la ciutat en quatre ocasions. L' esdeveniment a Mataró va tenir lloc entre el 24 i el 25 de març del corrent any, i al matí d' aquest últim dia va tenir lloc la sortida des del Camí de la Geganta, al Parc Central de Mataró. Aquesta volta ha aportat a la ciutat molts visitants, visites que representen una oportunitat per a la ciutat.



Imatge de la sortida de la Volta Ciclista de Catalunya a Mataró



Imatge de la Volta Ciclista de Catalunya a Mataró
Grau en ADE

D' altra banda, la Volta Ciclista també ens ha representat una ocupació hotelera important per a la ciutat, ja que la nit del 24 al 25 de març s'han allotjat membres de 4 equips ciclistes que es van distribuir en: 75 persones s'han allotjat a l' Hotel Port Atenea de Mataró, entre aquestes eren l' equip Caja Rural i els mossos d' esquadra. Van poder escollir entre una tarifa doble de 102€ o una tarifa individual de 76€ amb mitja pensió (esmorzar i sopar) que va estar inclosa en el preu i també van reservar tot el pàrquing de l' hotel per a ells.

Per una altra banda, els equips *Wanty – Groupe*, Equipo Ciclista Cofidis i CCC Polsat es van allotjar a l' Hotel NH Ciutat de Mataró. Més o menys van ser unes deu persones per grup i van tenir una habitació estàndard (amb esmorzar inclòs) d'una tarifa individual de 94,05€ i una tarifa doble de 188,10€ a escollir. No van tenir més despeses, a diferència de Caja Rural que va pagar el pàrquing de l' hotel Atenea exclusivament per a ells. Encara que també, hem sabut que els clients de l' Hotel NH van sopar a les instal·lacions de l' hotel.



Hotel Port Atenea Mataró



Hotel NH Ciutat de Mataró

Sabem del cert que, Mataró va tenir unes despeses de 16.000 euros per portar la volta a la ciutat i altres despeses per asfaltar alguns carrers, en seguretat, etc. En contrapartida, les despeses que van fer els equips ciclistes a la ciutat van ser, més o menys, d'uns 12.000 euros, entre despeses d'allotjament, de pàrquing, de transport, de càtering, etc. [Referència 23]

També, s'ha de comptar amb tot l'impacte mediàtic que ha causat per a la televisió i per a la ràdio. Nou grans plataformes televisives van retransmetre aquesta Volta Ciclista de Catalunya 2014, i ho han fet en 27 idiomes i han arribat a 163 països de tot el món. Les retransmissions van arribar, d'aquesta manera, a més de 540 milions de llars a nivell mundial.

6.4 Punts d'informació turística a Mataró

Mataró és una ciutat situada al litoral del mediterrani i és la capital de la comarca del Maresme. Per tant, gaudeix d'un bon turisme que cada cop va en augment.

Dintre de la ciutat de Mataró es poden trobar dos punts d'informació turística, una és l'oficina de turisme que forma part de l'Ajuntament i l'altre és el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme que és més genèrica, és a dir, dintre de la Costa de Barcelona – Maresme.

6.4.1 Oficina de turisme a Mataró

Per tindre a aquest turisme satisfet [Referència 24], des de l'Ajuntament de Mataró es volen potenciar les activitats que es poden fer a la ciutat, com les visites als museus o la nau Gaudí i Modernisme de la ciutat, les activitats del mar (club de rem, club i escola de vela, societat de pesca, etc.) i dos quilòmetres de platja, compres a un centre de botigues i un centre comercial, mercats mediterranis, gastronomia i oci, cultura i tradició i visites autoguiades gratuïtes. D'altra banda, Mataró compta amb cinc hotels, dues pensions i un càmping.

La informació que es facilita als turistes a la oficina de turisme està escrita en diferents idiomes: català, castellà, anglès, francès i rus.

D'altra banda, Mataró dona diferents serveis com les visites autoguiades gratuïtes pels museus de Mataró, una botiga on poder comprar records de la ciutat i un servei nou de missatge instantània a través d'un *smartphone*.

Aquest últim servei és molt nou a la ciutat i Mataró ha sigut la primera ciutat espanyola on s'ha implantat aquest sistema. Tracta d'informació turística que només indicant una paraula clau, l'usuari rebrà en el seva aplicació *WhatsApp* la informació relativa al que necessita. [Referència 25]

Una altra manera de gaudir d'aquesta ciutat és a través de la seva festa major, Les Santes de Mataró. Són uns dies de celebració amb moltes activitats per a totes les edats tan de dia com de nit. Aquesta informació també, en els idiomes català, castellà, anglès, francès i rus, la difonen a través de la oficina de turisme i la pàgina web oficial de Mataró.



Alcalde de Mataró presentant el servei de missatgeria mòbil



Cartell de Les Santes 1993

Actualment, la oficina de turisme de Mataró està ubicada a l' Ajuntament de Mataró al carrer La Riera, 48.

L' oficina de turisme de Mataró es distribueix en espais diferenciats:

- Un espai principal d' atenció i informació al visitant.
- Un espai de venda de productes de marxandatge.
- Un espai de projecció audiovisual.
- Un espai d' autoinformació on – line pels usuaris.
- Un espai de lectura i/o espera.
- Un espai d' autoinformació.

Per cobrir aquests espais, l' Oficina de Turisme de Mataró disposa del següent equipament informàtic al *Front – Office*:

- 2 ordinadors per a gestió del personal.
- 1 impressora.
- 1 pantalla LCD de 50" amb suport de paret per l' espai audiovisual.

- 2 ordinadors de consulta on – line destinats a l' espai d' autoinformació on – line pels usuaris.

Espai d'autoinformació on line



Espai audiovisual



6.4.2 Punts de suport informatiu

A més a més, la oficina de turisme s'encarrega de posar diferents punts de suport informatiu (a partir del mes de juny, que comença la temporada d' estiu) i a tots els establiments d' allotjament de la ciutat.

Aquests punts de suport informatiu són llocs de socors de la Creu Roja, les instal·lacions de recepció del Port de Mataró, els restaurants de tot el front marítim, els mòduls d' entrepanis i begudes, els locals d' oci, les empreses nàutiques, entre d' altres.

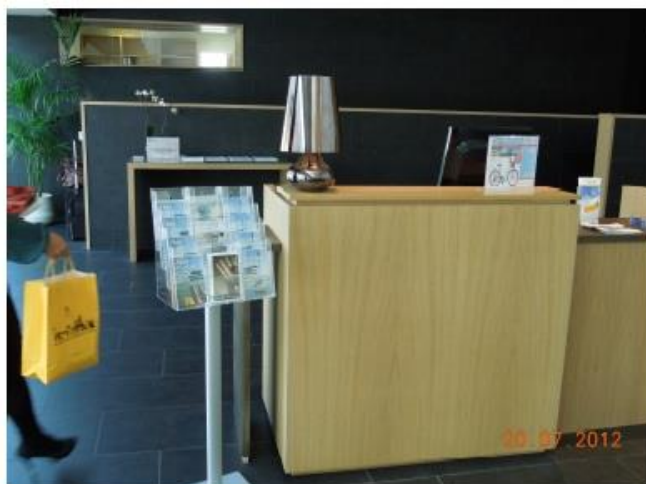
A part d' aquests punts, l' any 2013 a partir del mes de juliol es van instal·lar dos punts d' informació, un a la plaça Miquel Biada de Mataró i l' altra va ser un panell informatiu a l' interior de l' estació de tren de Rodalies amb l' objectiu de donar la benvinguda a la ciutat als visitants que arriben per aquest mitjà de transport. [Referència 26]



Punt de suport informatiu Creu Roja



Punt de suport informatiu d'un mòdul d'oci



Punt de suport informatiu de l'Hotel Port Atenea



Punts de suport informatius

6.4.3 Evolució de la oficina de turisme

Gràcies a l'informe de la temporada turística de 2013 hem pogut saber molta informació sobre el turisme que va rebre Mataró durant aquest any. [Referència 27]

En comparació amb l' any 2012, els visitants/usuaris a la oficina van ser de 9.189 i en l' any 2013, en canvi, van ser de 7.164 visitants, és a dir, una disminució del 22,03%. D' altra banda, la procedència d' aquests usuaris són de França, Regne Unit i Alemanya, encara que en el 2013 ha augmentat molt el turisme rus. Es va notar un increment de visitants estrangers a l' Oficina de turisme en un 3,45%. Pel que fa a les comunitats autònomes, els que més van utilitzar el servei d' informació turística han estat els visitants procedents del País Basc i la Comunitat de Madrid. La major part de les persones usuàries catalanes (76,66%) provenen del Maresme seguits de visitants del Barcelonès, Vallès Oriental, Vallès Occidental, Baix Llobregat i La Selva.

El que pregunten més aquests turistes és informació sobre festes i fires (28,46%), patrimoni cultural i/o rutes guiades o audio-guies (22,12%), informació general de la ciutat (16,95%), informació sobre el Maresme i resta de Catalunya (5,71%), comerç, allotjament i restauració (5,53%). Sobre la botiga de venda de productes de Mataró, s'han interessat 240 persones.

Per altra banda, el perfil de les persones usuàries ha sigut el següent:

Taula 9: Perfil dels usuaris

EDAT	2012	2013
Menys 12 anys	1,06%	1,41%
Entre 13 i 25 anys	8,99%	7,89 %
Entre 26 i 40 anys	29,67%	28,95 %
Entre 41 i 65 anys	34,67%	33,65 %
Majors de 66	17,14%	15,40 %
N/S -N/C	8,48%	12,70 %

Font: informe de la temporada turística a Mataró 2013, Ajuntament de Mataró.

6.4.4 Consorci de Promoció Turística de Mataró

D' altra banda, el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme està ubicat a la plaça Miquel Biada 1 i aquí es porten els temes turístics del Maresme.

Per poder obtenir informació dels serveis i informació que disposa el Consorci, vam realitzar una entrevista a les encarregades del Consorci de Promoció Turística de Mataró, Gemma Campillos i Eva Esplugues. [Annex 8]

Aquest consorci del Maresme està format pels 30 ajuntaments de la comarca, més l' associació de càmpings i ciutats de vacances de Barcelona, tres gremis d' empresaris i una associació turística.

Les funcions que realitzen les encarregades són tot tipus d' accions de promoció turística de la comarca, a través de diversos projectes com fulletons turístics, la pàgina web, inversions publicitàries, col·laboració amb premsa, coordinació de projectes a la comarca, assistència a

fires de turisme, o també, qualsevol tipus d' acció de promoció que vingui donat per la Diputació de Barcelona o bé l' Agència Catalana de Turisme.

També disposen de l' Observatori per a la Qualitat Turística del Maresme, un servei d' oficina turística comarcal, assessoraments puntuals a ajuntaments i empreses de la comarca, entre d' altres.

Els serveis que ofereix l' oficina de turisme comarcal és, sobretot, donar a conèixer la comarca a través de l' oficina de turisme del Consorci. En el Consorci donen servei tan a particulars, com a altres oficines o punts d' informació.

Des del Consorci, pensen que l' ubicació de la oficina de turisme a Mataró és l' idònia ja que atrau als visitants al centre de la ciutat i així també incentivar a les compres i a les restauracions. D' altra banda, també, pensen que col·locar un punt d' informació a l' estació de tren seria ideal donat que és un dels principals punts d' arribada de la gent. Durant els últims anys, hi va haver un punt d' informació turística important situat al Passeig Marítim de Mataró (davant del Club Nàutic de Mataró) i va atraure molts visitants.



Punt d' informació turística a l' any 2009

També, ens van informar sobre el nivell de satisfacció de la informació que reben els turistes que visiten la oficina de turisme de Mataró.

Segons l' estudi sobre el perfil del visitant de la destinació Costa Barcelona – Maresme, realitzat pel Laboratori de la Diputació de Barcelona, els turistes van puntuar amb un 8,2 el Maresme i un 75,9% va assegurar que el recomanaria als seus amics i familiars com a destinació per passar les vacances. També, gràcies aquest estudi, hem pogut saber que el sol i la platja continuen sent el gran atractiu del Maresme. [Referència 28]

7. CONCLUSIONS

Al inici del treball, hem redactat quatre hipòtesis, de les quals hem fet un estudi i hem pogut extreure una conclusió.

En primer lloc, pel que fa referència al mercat rus citàvem dades econòmiques oficials que indicaven que el mercat rus és un dels mercats emissors de turistes que més creix actualment i a més a més a partir de l'estudi DYM hem pogut redactar el perfil del turista rus a la costa del Maresme. Aquest apartat pretenia analitzar aquest fenomen i veure quines eren les preferències del turista rus per tal d'arribar a definir el seu perfil i seguidament saber quines són les seves necessitats.

La hipòtesi que hem definit a l'inici del treball és; *El turisme rus està satisfet amb la destinació Mataró i s'atrau a partir del comerç i de la gastronomia*, per tant a partir de les dades estudiades i de l'enquesta realitzada al turisme, hem arribat a la conclusió que la hipòtesi es certa.

Per una banda, el turisme rus està satisfet amb la destinació de la costa del Maresme, ja que busca cinc factors en aquesta destinació que són: conèixer Barcelona, la platja, visitar llocs històrics, anar de compres i, per últim, el clima.

Com podem observar aquest factors la capital del Maresme els té, està situat a 20 minuts de Barcelona, té un llarga platja amb diferents activitats marítimes, es poden visitar alguns monuments, com l'església de Santa Maria, disposa d'un centre comercial (Mataró Parc) i el centre de la ciutat, on es troben diverses botigues, així el turista rus podria fer les seves compres. I per últim, el clima del mediterrani és càlid al estiu i l'hivern no és gaire fred. Per una altre banda, el que busquen també és al gastronomia, i Mataró està rodejat de diversos restaurants i el punt fort és que hi ha un equilibri entre la qualitat-preu.

Per tant, el turisme rus esta satisfet amb Mataró a partir de la seva gastronomia, situació, oci i clima.

En segon lloc, gràcies a l'estudi realitzat de l'evolució del turisme de negocis, hem pogut veure que en els últims anys ha augmentat amb molt d'èxit. Aquest augment es degut a les gran instal·lacions i sobretot pels serveis que dona la ciutat de Barcelona.

Per una altre banda, ens hem centrat en la capital del Maresme, Mataró, que gràcies a les dos grans infraestructures, el Centre de Congressos de La universitat del Tecnocampus i l'Hotel Atenea Port aquest últim any s'ha potenciat el turisme de reunions.

Per tant, creiem que la nostra hipòtesis *Per maximitzar l' impacte del turisme de negocis cal crear activitats d'oci pels empresaris que fan els seus meetings a Mataró*, es pot validar ja que hem trobat propostes per part del congressista i per part dels centres de negocis que poden interessar als empresaris.

Finalment, després de realitzar les enquestes i entrevistes i obtenir tota la informació possible de quines són les propostes d' *after-meeting* que volen fer els empresaris, hem conclòs quins són els seus gustos i quines activitats els hi agradaria fer després de les convencions o jornades. Hi ha varietat, però les més comunes són les següents:

- Rutes gastronòmiques i degustacions, és a dir, provar els restaurants més emblemàtics de la zona i fer degustacions de menjar i vi.
- Activitats esportives com jugar a golf, fer vela o gaudir del mar en vaixell, jugar a tennis i córrer pel Passeig Marítim de Mataró.

- Rutes culturals com visitar la part antiga de Mataró, la Nau Gaudí, el Clos Arqueològic i Can Serra, el museu de Mataró.
- Descansar al SPA dels hotels on s' allotgen els empresaris o anar al gimnàs d' aquest mateix.
- Gaudir d'una bona nit als millors locals de la ciutat.

En tercer lloc, després d' estudiar tota la informació que hem obtingut per part de l' Ajuntament, de l' IMPEM, dels hotels i dels ciutadans de Mataró, creiem que podem verificar la nostra hipòtesis *Per fer que Mataró sigui marca esportiva s'han de crear nous esdeveniments per atraure a gent resident de Catalunya i Espanya.*

Després de veure que Mataró consta de diverses instal·lacions esportives, on es realitzen moltes activitats durant l' any (aproximadament 110 activitats) de tot tipus d' esports, podem concloure que actualment Mataró està explotant de manera eficient aquest recurs, ja que aprofita per donar als ciutadans espais per realitzar diversos esports i on a més a més es realitzen tot tipus de campionats.

Per una altre banda, els ciutadans de Mataró aposten perquè es facin esdeveniments esportius, ja que els hi agrada participar i veure actuacions esportives. L'objectiu d'aquest punt és atraure a gent d'altres poblacions, a més a més dels propis ciutadans, perquè participin amb la finalitat que aportin valor a la ciutat, tant econòmicament i turísticament.

Com hem pogut analitzar, a partir de l'opinió de la població, els esdeveniments amb més èxit que es podrien fer a la ciutat seria de tipus futbolístic, aquest tipus es podria complir ja que, Mataró disposa de diversos camps de futbol amb bon estat. Seguidament, un esdeveniment relacionat amb l'atletisme, on dintre d'aquest terme entrarien les curses a distància, els salts i els llançaments. Mataró disposa de un camp d'atletisme, i per això seria possible realitzar-ho. I per últim, entre els més votats, seria realitzar una concurs de vela, per aquest tipus la ciutat disposa d'una llarga platja i un port olímpic amb diferents instal·lacions per fer possible aquest esdeveniment.

D' altra banda, penso que Mataró ha fet molt bé en invertir aquests diners per a que passés la Volta Ciclista de Catalunya per la ciutat ja que contant els 12.000 euros de despesa per part dels equips, els diners que hagi pogut recuperar dels mitjans de comunicació i dels hotels, les despeses dels visitants o turistes i patrocinadors privats ha fet una bona inversió.

Com a conclusió, penso els ciutadans de Mataró volen més esdeveniments esportius d' aquest tipus que converteixin Mataró en una ciutat marca esportiva i, d' aquesta manera, es pugui atraure visitants d' altres llocs i donar més valor a la ciutat.

En quart i últim lloc, després de realitzar el treball de camp sobre la hipòtesis *La ubicació òptima de la oficina de turisme a Mataró seria a l' estació de tren i a l' Ajuntament de la ciutat a través d'una entrevista, informació turística i dades dels darrers anys, hem arribat a la conclusió que podem verificar la nostre hipòtesis.*

Podem verificar aquesta hipòtesis ja que la ubicació actual és a l' Ajuntament de Mataró i això ja és una realitat i funciona correctament. És una bona ubicació ja que atrau al turista al centre de la ciutat on està situada la part antiga de Mataró i un gran centre de comerç.

Per altra banda, creiem que una altra ubicació idònia seria a l' estació de tren ja que és un punt d' arribada important de transport. No obstant, durant els últims anys hi hagut un punt d' informació turística amb uns fulls d' informació.

La nostra opinió segons l' estudi realitzat és que es podria construir una altra oficina de turisme, igual que la de l' ajuntament, a l' estació de tren i això ajudaria a facilitar informació als turistes.

D'altra banda, també donem suport a que cada estiu creixien els punts d' informació turística als llocs més atractius pel turisme a Mataró com al Passeig Marítim davant del Club Natació Mataró (igual que s'ha fet els últims anys), en parades d' autobús, en els hotels, pensions i càmpings, d'entre altres.

8. VALORACIÓ I AGRAÏMENTS

Després de finalitzar aquest treball, el valorem de manera positiva ja que hem après molt, no només en la manera de treballar en grup ni en la manera de fer un treball de fi de grau, sinó en qüestions plantejades per a la ciutat de Mataró i perquè hem aconseguit arribar a les conclusions que volíem saber.

En la frase de l' anònim *El trabajo acompañado de esfuerzo te conducirá hacia la recompensa*, ens sentim molt identificades ja que l' esforç que hem fet durant aquest curs ha sigut satisfactori per arribar a l' objectiu final del nostre treball d' investigació.

D' altra banda, sobretot volem agrair al nostre tutor Josep Maria Raya la seva ajuda, dedicació i col·laboració pel nostre tema. També, volem agrair tota la informació que ens ha facilitat l' IMPEM i el seu temps en ajudar – nos.

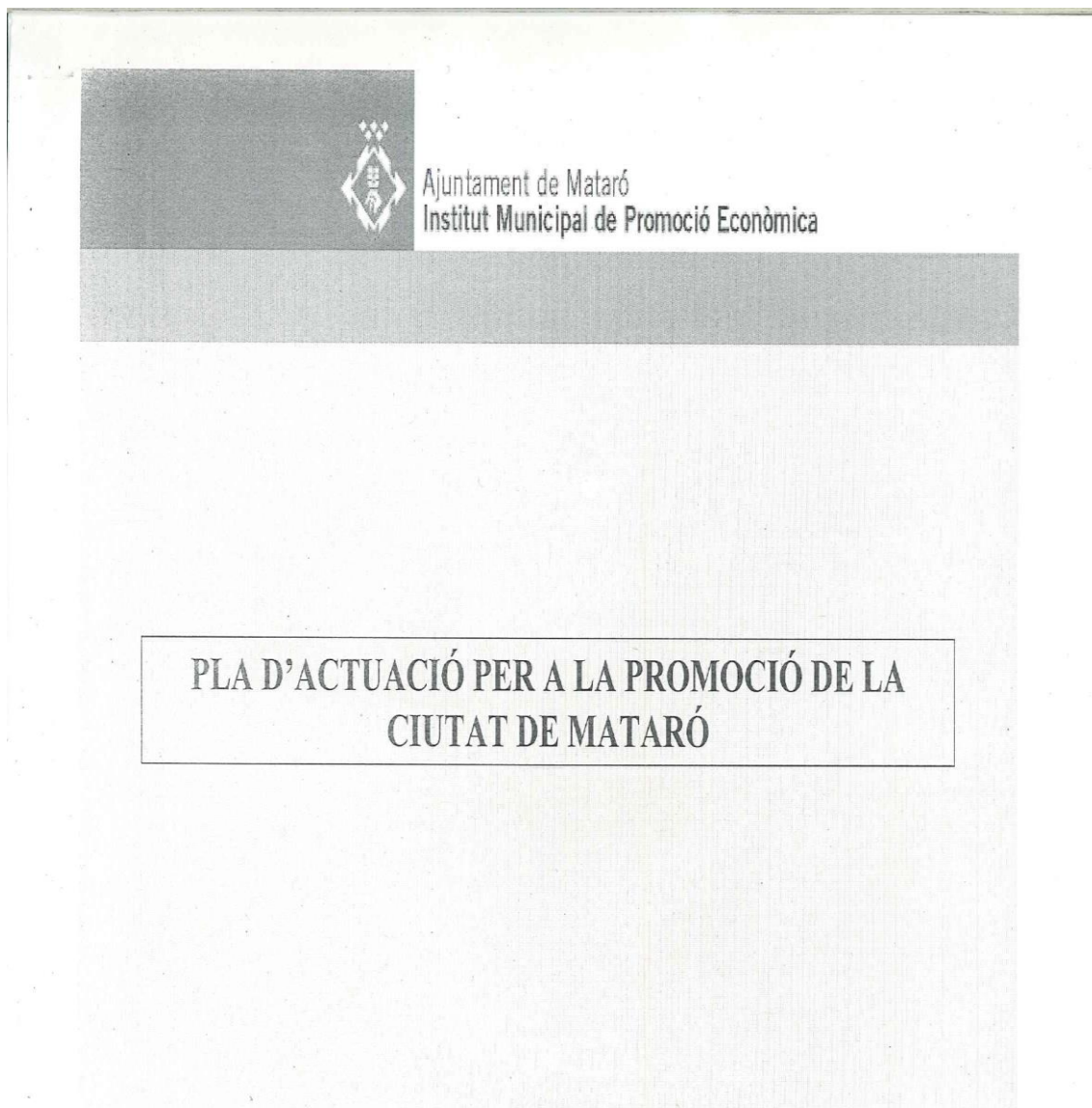
9. BIBLIOGRAFIA

- [1] Referència 1: INSTITUT MUNICIPAL DE PROMOCIÓ ECONÒMICA. *Pla d' actuació per a la promoció econòmica de la ciutat*. 1 ed. Mataró. (2004).
- [2] Referència 2: *Tourism review*. [en línia]. *How to win over a Russian tourist: tips and trick*. Disponible a: <http://www.tourism-review.com/tips-how-to-attract-russian-tourists-to-a-destination-news2563> [Consulta 23 de març del 2014].
- [3] Referència 3: El Periódico [en línia]. *Castelldefels organiza una fiesta para promocionar la ciudad entre los turistas rusos*. Disponible a: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/barcelona/castelldefels-organiza-una-fiesta-para-promocionar-ciudad-entre-los-turistas-rusos-3159149> [Consulta 05 de març del 2014].
- [4] Referència 4: Vietnam breaking news [en línia]. *Dak Lak attracts more Russian tourists*. Disponible a: <http://www.vietnambreakingnews.com/2014/03/dak-lak-attracts-more-russian-tourists/#.Uy7Kidzy1jA> [Consulta 23 de març del 2014].
- [5] Referència 5: *Santander Motor Turístico* [en línia]. Disponible a (PPT/PDF): https://www.google.es/search?q=cordoba&oq=cordoba&aqs=chrome..69i57j0l5.884j0j7&sourceid=chrome&espm=210&es_sm=93&ie=UTF-8#q=plan+estrategico+de+turismo+santander [Consulta 05 de març del 2014].
- [6] Referència 6: Ajuntament de Barcelona. *Departament de Turisme* [en línia]. Disponible a: <http://www.turisme2015bcn.cat/files/7931-103-arxiuCAT/PROGRAMA%20D'ACTUACIÓ%202010%20-%202015.%20AMBIT%20AJUNTAMENT.%20OCTUBRE%202010.pdf> [Consulta 22 de novembre del 2013]
- [7] Referència 7: El Periódico Mediterráneo [en línia]. *Los tres olímpicos de Vila-real atraerán turismo deportivo y venderán la ciudad*. Disponible a: http://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/vilareal/tres-olimpicos-vila-real-atraeran-turismo-deportivo-venderan-ciudad_861351.html [Consulta 23 de març del 2014]
- [8] Referència 8: Joburg.org [en línia]. *Johannesburg attracts Russian tourism*. Disponible a: http://www.joburg.org.za/index.php?option=com_content&id=4674&Itemid=329 [Consulta 23 de març del 2014].
- [9] Referència 9. Revista Travel Manager [en línia]. *Retos del destino turístico para atraer al Business Traveller*. Disponible a: <http://revistatravelmanager.es/retos-del-destino-turistico-para-atraer-al-business-traveller/> [Consulta 23 de març del 2014]
- [10] Referència 10. El País [en línia]. *El negocio del turismo de negocios*. Disponible a: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/01/26/catalunya/1390762147_195800.html [Consulta 23 de març del 2014].
- [11] Referència 11. Generalitat de Catalunya [en línia]. *Balanç turístic 2013*. Disponible a: http://www20.gencat.cat/portal/site/empresaocupacio/menuitem.32aac87fcae8e050a6740d63b0c0e1a0/?vgnnextoid=96f594abdc94410VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=96f594abdc94410VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default&newLang=es_ES [Consulta 26 d'abril del 2014].
- [12] Referència 12. Diputació de Barcelona i Turisme de Barcelona. *Informe de resultats: enquesta de caracterització dels turistes a la cost de la província de Barcelona (any 2013)*.

- [13] Referència 13: El País [en línia]. *El negocio del turismo de negocios*. Disponible a: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/01/26/catalunya/1390762147_195800.html [Consulta 21 de maig del 2014]
- [14] Referència 14: Barcelona Activa [en línia]. *Barcelona en cifras 2012*. Disponible a: <http://www.slideshare.net/barcelonactiva/barcelona-en-cifras2012> [Consulta 21 de maig del 2014]
- [15] Referència 15: Atles de turisme a Catalunya [en línia]. *Congressos i turisme de negocis*. Disponible a: <http://www.ub.edu/mapaturismecat/ARTS/153.html> [Consulta 2 de juny del 2014]
- [16] Referència 16: Tecnocampus Mataró – Maresme [en línia]. *Centre de congressos i reunions*. Disponible a: <http://www.tecnocampus.cat/ca/centre-congressos> [Consulta 5 de juny del 2014]
- [17] Referència 17: Tecnocampus Mataró – Maresme. *Centre de congressos i reunions Tecnocampus*. Indicadors 2012 – 2013.
- [18] Referència 18: Tecnocampus Mataró – Maresme. *Memòria centre de congressos 2012*.
- [19] Referència 19: Hotel Atenea Port Mataró. *Reuniones a la carta*.
- [20] Referència 20: Hotel NH ciutat de Mataró [en línia]. *Reuniones y eventos*. Disponible a: <http://www.nh-hoteles.es/nh/es/hoteles/espana/barcelona/nh-ciutat-de-mataro.html#hotelHallsTitulo> [Consulta 10 de juny 2014]
- [21] Referència 21: Institut Municipal de Promoció Econòmica de Mataró. *Propostes d' after-meeting 2014*.
- [22] Referència 22: Ajuntament de Mataró [en línia]. *Volta Ciclista a Catalunya – 24 i 25 de març*. Disponible a: http://www.mataro.cat/portal/contingut/avis/2014/03/afectacions_volta_ciclista_catalunya.html [Consulta 28 de març del 2014]
- [23] Referència 23: Capgrós de Mataró [en línia]. *La Volta a Catalunya passarà dos cops a Mataró i costarà 16.000 euros*. Disponible a: http://www.capgros.com/noticies/detall.asp?id_noticia_portal=34856 [Consulta 28 de març del 2014]
- [24] Referència 24: Ajuntament de Mataró. *Resum de les accions de difusió i promoció turística realitzades durant la temporada d' estiu 2013*.
- [25] Referència 25: Ajuntament de Mataró. *Plataformas de mensajería instantánea para el Turismo*.
- [26] Referència 26: Oficina de turisme de Mataró. Informació turística facilitada per l' IMPEM.
- [27] Referència 27: Ajuntament de Mataró. *Dades turístiques sobre la temporada d' estiu 2013*.
- [28] Referència 28: Costa Barcelona Maresme [en línia]. *Platja i clima, principals atractius pels turistes que visiten el Maresme*. Disponible a: <http://www.costadebarcelonamaresme.cat/ca/noticies/2014-03-24/platja-i-clima-principals-atractivos-als-turistas-que-visiten-el-maresme> [Consulta 12 de juny 2014]

10. ANNEXOS

Annex 1: Pla d'actuació per a la promoció de la ciutat de Mataró



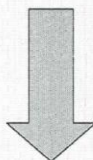


Ajuntament de Mataró
Institut Municipal de Promoció Econòmica

Pla d'actuació per a la promoció de la ciutat

• **ANTECEDENTS:** Mataró treballa la seva transformació tant urbanística, com socio-econòmica, sense abordar la comunicació del canvi ni incidint en el posicionament de la ciutat en els seus àmbits d'incidència

• **ACTUALMENT:** nou govern municipal de Mataró aposta per la promoció de la ciutat, tant a nivell intern de la pròpia ciutat com a nivell extern



Objectiu general: posada en valor del concepte MATARO

Objectiu operatiu: proposta de posicionament de ciutat sobre el qual articular el programa d'actuació per a la promoció de la ciutat



Ajuntament de Mataró
Institut Municipal de Promoció Econòmica

Pla d'actuació per a la promoció de la ciutat

Com s'aborda el repte:

1-. Des de la planificació i la definició estratègica que garanteixi:

- el rigor de la informació i la metodologia utilitzada,
- l'eficàcia del resultat i
- l'eficiència dels recursos que s'esmercin

2-. Des de la concertació i participació: agents públics i privats afectats directament i indirectament en l'àmbit de la promoció de la ciutat (40 membres)

3-. Des de l'elaboració de la metodologia de treball i de participació (veure Annex I)



Ajuntament de Mataró
Institut Municipal de Promoció Econòmica

Pla d'actuació per a la promoció de la ciutat

Resultats obtinguts:

- 1-. Anàlisi d'experiències d'altres ciutats: Terrassa, Badalona i Granollers
- 2-. Anàlisi aprofundit dels recursos de Mataró
- 3-. Estudi de camp relatiu als hàbits de consum de lleure urbà, la percepció actual del concepte Mataró, elements diferencials i valorats de la nostra ciutat així com les potencialitats de futur.
- 4-. DAFO
- 5-. Definició estratègica: definició d'Objectius i Proposta de Posicionament :
MATARÓ CIUTAT MEDITERRÀNIA
- 6-. Quatre segments de mercat prioritaris: mar i natura, cultura, comerç i tecnologia
- 7-. Programa d'actuació basat en 4 pilars d'actuació:

● Programa de competitivitat

● Programa de productes

● Programa de gestió i implementació

● Programa de comunicació



Ajuntament de Mataró
Institut Municipal de Promoció Econòmica

Pla d'actuació per a la promoció de la ciutat

● Programa de gestió:

- oficina de turisme
- Creació del MIRADOR
- Elaboració i seguiment del PLA DE COMANDAMENT
- incorporació del sector TURISME al pacte local per l'ocupació
- Convenis de col·laboració amb diverses entitats
- creació de programes de creació i impuls empresarial del sector

● Programa de competitivitat

- senyalització d'accés, recursos i rutes
- millora dels equipaments i serveis del front marítim
- adequació dels espais de natura
- anàlisi de les necessitats d'allotjament
- Convenis de col·laboració amb diverses entitats
- estructuració del servei d'informació al visitant
- Pla de formació especialitzada als RRHH del sector: nous filons d'ocupació

● Programa de productes: (veure detall al pla)

- Natura i mar: alguer, estació nàutica, port, fira del mar ...
- Comerç: Mercats mediterranis, CCOO, llançadora
- Cultura: Pla director de patrimoni, barroc, itinerari Via Augusta, ciutat d'ILURO ...
- Tecnologia: Tecnocampus, incubadora, universitat.

● Programa de comunicació:

- Pla de comunicació de l'Ajuntament
- Definició estratègia de comunicació i promoció dels 4 segments de mercat (mar i natura, comerç, cultura i tecnologia)
- Vídeo-reportatge del nou posicionament de MATARÓ ciutat mediterrània.
- pla de finançament (patrocinis i altres col·laboradors)

Annex 2: Programa d'actuació i cartera de productes



Ajuntament de Mataró
Institut Municipal de Promoció Econòmica

Programa d'actuació i Cartera de productes

RESUM

1 Programa de gestió i implementació	
Aquelles actuacions destinades a garantir un model de gestió eficaç, viable i factible i que integrin la participació dels agents implicats en l'activitat turística de la ciutat.	
PROPOSTA D'ACTUACIONS O PRODUCTES	AGENTS IMPLICATS
1.1. Definició de l'ens de gestió. Consolidació i ampliació del Servei de Promoció de la Ciutat	· IMPEM, Ajuntament de Mataró
1.2. Seguiment i participació en el Pla de comunicació de l'Ajuntament de Mataró	· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró
1.3. Creació d'un grup sectorial de Turisme. Pacte Local per l'Ocupació	· IMPEM, Gremi d'Hostaleria i Turisme de Mataró i el Maresme, UBM,
1.4. Creació del "Mirador", Comissió de Seguiment de l'aplicació del PAPC	· IMPEM, Comissió de Seguiment del PAPC
1.5. Creació d'una Comissió Tècnica Municipal transversal	· IMPEM, Ajuntament de Mataró (Comissió de Gestió)
1.6. Eines de mesura de projecció de la ciutat i indicadors de l'execució del PAPC	· IMPEM, Servei d'Estudis i Planificació de l'Ajuntament de Mataró
1.7. Definició i recerca dels instruments de concertació publicoprivada	· IMPEM, Ajuntament de Mataró; FAGEM, Cambra de Comerç, Consorci Port de Mataró, Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
1.8. Convenis de cooperació amb entitats i d'altres municipis	· IMPEM, Ajuntament de Mataró, Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, Diputació de Barcelona, Generalitat de Catalunya, ajuntaments i comarques

2	Programa de competitivitat	
Aquelles actuacions relacionades amb la creació d'espai turístic. Incorpora aquelles actuacions prèvies que han de permetre a Mataró com a destinació receptora de visitants, un nivell adequat en: els recursos, les infraestructures, els serveis públics i l'oferta turística.		
PROPOSTA D'ACTUACIONS O PRODUCTES	AGENTS IMPLICATS	
2.1. Infraestructures		
2.1.1. Senyalització viària d'accés a la ciutat (Adaptació de la senyalització existent a les necessitats turístiques)	· IMPEM, Àrea de Via Pública de l'Ajuntament de Mataró	
2.1.2. Senyalització del nucli urbà i dels recursos	· IMPEM, Àrea de Via Pública de l'Ajuntament de Mataró	
2.1.3. Millora dels equipaments i serveis a la platja (Pla d'Usos)	· IMPEM, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró	
2.1.4. Creació del Centre d'Acollida i Informació al Visitant (CAIV)	· Ajuntament de Mataró, IMPEM, PMC	
2.1.5. Adequació dels espais de natura per tal de poder ser visitats (manteniment, senyalització...)	· IMPEM, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró	
2.1.6. Evolució del carril bici	· IMPEM, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró	
2.1.7. Anàlisi de les necessitats d'allotjament a la ciutat en les seves diferents tipologies	· IMPEM, Gremi d'Hostaleria i Turisme de Mataró i el Maresme	
2.2. Informació i acollida al visitant		
2.2.1. Estructuració i coordinació dels serveis d'informació al visitant (punts itinerants, informadors turístics al carrer, punts d'informació tàctil, incorporació de noves llengües als elements informatius...)	· IMPEM, Ajuntament de Mataró, TCM, EUM	
2.3. Formació i sensibilització		
2.3.1. Accions de sensibilització ciutadana vers el turisme	· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró	
2.3.2. Pla de formació especialitzat sector públic i sector privat	· IMPEM	
2.3.3. Nous filons d'ocupació: informadors, guies, gestors culturals, animadors...	· IMPEM	
2.3.4. Escola Taller del Mar vinculada al PAPC	· IMPEM, Generalitat de Catalunya	
2.4. Imatge		
2.4.1. Creació de la imatge corporativa: definició de la marca paraigües i de posicionament	· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró.	

3

Programa de productes

Aquelles actuacions concretes que han de fer tangibles els diferents productes turístics conceptualitzats per a Mataró: són les actuacions que configuren el portafoli de productes turístics.

PROPOSTA D'ACTUACIONS O PRODUCTES	AGENTS IMPLICATS
3.1. Mar i Natura	
3.1.1. L'alguer	· IMPEM, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró, SPAS
3.1.2. Adhesió al programa de Turisme Blau de la Diputació de Barcelona	· IMPEM, Diputació de Barcelona, Consorci Port de Mataró
3.1.3. Mataró Estació Nàutica: turisme escolar, mar activa, etc.	· Ajuntament de Mataró, IMPEM, Consorci Port de Mataró, PME, IME
3.1.4. Tallers de mar: Què és un port?; juguem a pescar; investiguem el mar; laboratori de mar, etc.	· IMPEM, Consorci Port de Mataró, IME
3.1.5. Viure les Cinc Sènies: escola agrícola la vida a pagès, taller d'agricultura, granja - parc visitable, hípica amb itineraris pel terme municipal...	· IMPEM, PMC, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró, IME
3.1.6. Rutes mediterrànies: la ruta natural, la ruta botànica, la ruta agrícola...	· IMPEM, PMC, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró
3.1.7. La Fira del Mar	· IMPEM, PME, PMC, Àrea de Presidència i Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró, Consorci Port de Mataró
3.1.8. Obtenció Bandera blava a les platges i Q de qualitat	· IMPEM, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró
3.1.9. Biblioplatja	· IMPEM, PMC, UBM
3.1.10. Altres esdeveniments: gastronomia de mar i muntanya (tastets de mar, plat de Mataró, jornades gastronòmiques), estels de mar; tren turístic; vaixell...	· IMPEM, PMC, UBM, Gremi d'Hostaleria i Turisme de Mataró i el Maresme
3.1.11. Creació d'un aquari al port de Mataró	· IMPEM, PMC, UBM
3.1.12. Centre d'interpretació del mar	· IMPEM, IME, Consorci Port de Mataró
3.1.13. Impuls a la creació d'empreses de lleure nàutic i de platja	· IMPEM, Consorci Port de Mataró, Gremi d'Hostaleria i Turisme de Mataró i el Maresme
3.1.14. Recuperar el projecte del Parc Forestal	· IMPEM, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró
3.1.15. Projecte Circuit Anella Verda (Parc Forestal, Turó de Cerdanyola, Riera de Sant Simó, Front marítim ...)	· IMPEM, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró
3.1.16. Setmana Blava	· IMPEM, Consorci Port de Mataró, IME, PME.

PROPOSTA D'ACTUACIONS O PRODUCTES	AGENTS IMPLICATS
3.1.17. Centre d'Alt Rendiment d'Esports Nàutics de Catalunya	· IMPEM, Consorci Port de Mataró, PME, Àrea de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Mataró
3.2. Cultura - programa de Creació	
3.2.1. Pla Director de Patrimoni	
3.2.2. Difusió externa de la Festa Major i de les figures i comparses populars	
3.2.3. Rutes Nocturnes teatralitzades	
3.2.4. Fires mercat d'època de Mataró	
3.2.5. Rutes temporals: xemeneies de Mataró, comerç històric, cementiri vell ...	
3.2.6. Museu del Rock	
3.2.7. Cinemalmar	
3.2.8. Cicle d'exposicions fotogràfiques vinculades al mar	· IMPEM, PMC, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró, UBM
3.2.9. Sèrie de TV3 filmada a Mataró	
3.2.10. Mataró capital de la cultura catalana	
3.2.11. Tiquet comarcal de museus locals.	
3.2.12. Itinerari Via Augusta.	
3.2.13. Coneguem l'orgue de Santa Maria.	
3.2.14. Creació de productes al voltant del Mataró industrial	
3.2.15. Localització al centre històric d'un espai per a promoure l'activitat econòmica vinculada amb l'artesanía	
3.2.16. Configuració d'un espai a la via pública com a estructura per a la dinamització cultural al centre de la ciutat	
3.2.17. Accions de dinamització del front marítim i del Parc Central	
3.3. Cultura - programa de millora	
3.3.1. Adequació dels recursos i productes culturals existents (Clos arqueològic, Basílica de Santa Maria i Capella dels Dolors, Casa Coll i Regàs...), a les necessitats reals (horaris d'obertura al públic, visites guiades...)	· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró, Museu Arxiu de Santa Maria, Fundació Caixa Laietana, Gremi d'Hostaleria i Turisme de Mataró i el Maresme
3.3.2. Productes turístics: complementació de les rutes existents amb d'altres serveis	
3.3.3. Difusió turística de les rutes existents	

PROPOSTA D'ACTUACIONS O PRODUCTES	AGENTS IMPLICATS
3.4. Comerç	
3.4.1. Vinculació del comerç local a l'eix mediterrani. Campanya "comerç Mataró, comerç Mediterrani" i accions dirigides a fomentar la filosofia i la història del comerç	
3.4.2. Fira mercat del producte mediterrani	
3.4.3. El dia mediterrani: sortida al carrer temàtica, promocions especials, ...	· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró, UBM, Comerç Mataró Centre, altres eixos comercials, Centre Comercial Mataró Parc
3.4.4. Concurs d'aparadors mediterranis	
3.4.5. Espai Mataró: creació i comercialització de productes autòctons i exclusius de Mataró	
3.4.6. Mercats: <ul style="list-style-type: none"> · Vincular les campanyes de mercats al posicionament mediterrani. · Introducció als equipaments d'elements estructurals al·legòrics de la Mediterrània (reforma dels mercats) 	
3.4.7. Tiquet turístic	
3.5. Tecnològic / Universitari	
3.5.1. Tecnocircuit	· IMPEM, TCM
3.5.2. Incubadora: impuls TT, Tecnològic i Turisme	· IMPEM, TCM
3.5.3. Mataró Ciutat del coneixement turístic	· IMPEM, TCM
3.5.4. Universitat: incorporació de crèdits de lliure elecció sobre la vinculació de Mataró i el Mediterrani	· IMPEM, EUM
3.5.5. Mataró ciutat universitària	· IMPEM, TCM, EUM, EUPTM, IME
3.5.6. Platja universitària: Mediterr@nia	· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró, EUM, EUPIM
3.5.7. Plànols electrònics de la ciutat	· IMPEM, TCM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró

<h1 style="font-size: 48px; margin: 0;">4</h1> <h2 style="margin: 0;">Programa de comunicació i comercialització</h2> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Aquelles actuacions que faran arribar als consumidors els missatges que permetran el coneixement del producte i que permetran trobar les fórmules comercials per facilitar el seu consum.</p>	
PROPOSTA D'ACTUACIONS O PRODUCTES	AGENTS IMPLICATS
<p>4.1. Campanya de comunicació genèrica</p>	
<p>4.1.1. Pla de comunicació de l'Ajuntament</p>	<p>· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament de Mataró</p>
<p>4.2. Comunicació per productes</p>	
<p>4.2.1. Estratègia de comunicació del producte mar i natura</p>	
<p>4.2.2. Estratègia de comunicació del producte cultura</p>	<p>· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament, Direcció General de Turisme, Diputació de Barcelona, CPT Costa del Maresme</p>
<p>4.2.3. Estratègia de comunicació del producte comerç</p>	
<p>4.2.4. Estratègia de comunicació del producte tecnològic/ universitari</p>	
<p>4.3. Comercialització per productes</p>	
<p>4.3.1. Estratègia de comercialització del producte mar i natura</p>	
<p>4.3.2. Estratègia de comercialització del producte cultura</p>	
<p>4.3.3. Estratègia de comercialització del producte comerç</p>	<p>· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament, Direcció General de Turisme, Diputació de Barcelona, CPT Costa del Maresme</p>
<p>4.3.4. Estratègia de comercialització del producte tecnològic / universitari</p>	
<p>4.4. Canals de comunicació</p>	
<p>4.4.1. Pla anual de promoció: fires, workshops, famtrips, exposició itinerant, Bus de la Diputació...</p>	
<p>4.4.2. Pla de publicacions anual (agenda d'esdeveniments, itineraris...)</p>	<p>· IMPEM, Àrea de Presidència de l'Ajuntament, Direcció General de Turisme, Diputació de Barcelona, CPT Costa del Maresme</p>
<p>4.4.3. Projecte d'enfocament turístic del web municipal</p>	
<p>4.4.4. Patrocini, publicitat, mitjans de comunicació...</p>	
<p>4.4.5. Comunicació interna</p>	

Annex 3: Entrevista Marina Blanco, Manager del Centre de Congressos

1. Que és el que es fa en el TCM amb aquets congressos? (funcionament d' un congrés)
Principalment acollim congressos de clients de fora del Tecnocampus i, aleshores, fem tota la logística de l' esdeveniment. Si ells volen, també, poden contractar servei de càtering, audiovisuals, hostesses, traducció simultània, i aleshores els hi cobrem una comissió per la gestió. D' altre banda, ho poden contractar ells des de fora del Tecnocampus.
Però principalment, el que nosaltres venem és el lloguer de l' espai.
2. Quines són les funcions que realitzeu?
Jo sóc l' única persona encarregada que porta el departament de congressos. Porto des del principi, que és la visita de les sales als clients, el lloguer, preparar tot l' esdeveniment, fer l' horari de tots els actes setmanals per planificar tota la feina que s'ha de fer, de muntatge, etc., i l' últim pas que faig és elaborar l' albarà. Seguidament, administració és qui s' encarrega de preparar la factura pel client.
D' altra banda, també, controlo els clients impagats.
3. Quina repercussió tenen a Mataró?
Aquests congressos a Mataró no tenen gaire repercussió ja que són congressos de tipus turístics, estadístics, etc. No són congressos ni esdeveniments per la ciutadania, sinó que són més de tipus professional. D' altra banda, el que sí que repercuteix a la ciutat de Mataró és que aquests congressistes fan algunes activitats lúdiques i d' oci com excursions. Aquestes activitats ens les ofereix l' IMPEM, ja que són ells qui organitzen aquestes sortides per Mataró o pel Maresme.
4. Quins tipus de congressistes venen a Mataró? (Perfil del congressista, empreses, individuals, etc.)
Tot és sempre empresarial, no fem ni casaments ni altres congressos que no siguin de tipus professional. Hi ha tot tipus de congressos: en els auditoris, que són jornades de 2 o 3 dies; en les sales de reunions és on es fan cursos de formació d' empreses. També hi ha petites sales on hi ha diferent material, com projectors, per fer formacions més petites.
5. D'on venen? (Província o de fora)
Aquests clients provenen, sobretot, de la comarca del Maresme i, també, en menys mesura, de Barcelona. A nivell nacional més poc i internacional menys.
6. Aquets congressistes s'allotgen a Mataró i poden fer vida a la ciutat?
Com hi ha pocs congressistes que no són de la comarca o província (segurament uns dos o tres a l' any) no acostumen a allotjar – se a la ciutat. Encara que, quan ens visiten aquests congressistes sí que ens demanem informació sobre els hotels de Mataró i els oferim l' Hotel Ibis, l' hotel NH Ciutat de Mataró i el Hotel Port Atenea. Els hi oferim un ventall d' hotels de 3 – 4 estrelles amb preus variats.
7. Com es podria fomentar aquest tipus de congressos?
Nosaltres estem a alguns portals web com el portal Eventoplus, al de *Barcelona Convention Bureau*. Però a nivell de fer més promoció i publicitat del centre de congressos del Tecnocampus, ho fomentem a partir de l' Ajuntament, entre d' altres. Encara que és una mica complicat promocionar – nos perquè no estem dins de la ciutat de Barcelona i els grans congressos sempre prefereixen la ciutat de Barcelona.
8. Quants congressos es poden fer a l' any?
A l' any es poden fer uns 6 congressos importants i, per altra banda, en fem de més petits. Sobretot organitzem jornades més petites com formacions o reunions d' empreses.

9. Proposta *after-meeting*.

Als congressistes, sobretot els hi agrada la gastronomia de la zona i l'oci nocturn. Sinó, també, els hi agrada molt fer visites turístiques i guiades per Barcelona. Aquí, tenim una noia que els hi fa tota les rutes que volen veure però després tornen a la ciutat de Mataró per allotjar – se. L'encarregada té un pressupost tancat per visitar els llocs i monuments més emblemàtics de la ciutat i finalment una ruta per les terrasses altes dels llocs més important per poder observar les vistes de Barcelona mentre prenen alguna beguda o sopen.

Annex 4: Entrevista Raquel Valle, Cap/responsable de Departament de convencions

1. Quin tipus de reunions o *meetings* organitza l'hotel?

A l'hotel tenim des de petites empreses que fan reunions de tres o quatre persones fins a grans empreses que fan convencions anuals amb grans grups com, per exemple, de 100 persones.

Nosaltres estem limitats ja que només disposem de cinc salons i depenent de les necessitats de cada empresa abasteixen les cinc o només alguna sala.

2. Quin tipus de congressos es fan a l'hotel? (perfil de les empreses)

El perfil de les empreses és de diferent sectors com, per exemple, és sorprenent veure una empresa de Martorelles que venen a fer les convencions aquí. Per tant, no només són de Mataró, ni del voltant, sinó que també, últimament, rebem uns laboratoris de Madrid, ja aquí disposen de clients farmacèutics. Aquests congressistes, en general, venen aquí ja que els hi agrada l'entorn marítim. Com per exemple, *Procter&Gamble* fa les convencions aquí i porta els seus clients estrangers holandesos i estan molt contents d'aprofitar l'ambient marítim.

D'altra banda, Mataró és un punt entremig entre Barcelona, la costa brava i la Roca Village, i això ajuda a atraure aquests empresaris.

Per tant, alhora de la restauració, Barcelona els hi agrada molt però els preus dels hotels són més cars (també fixen uns preus depenen de la temporada) que Mataró i, per tant, això és un incentiu per allotjar – se aquí.

Per exemple, en aquests moments estem organitzant la convenció *Boge*, que dura aproximadament tres dies i és una empresa madrilenya que es dedica a la fabricació de compressors i han vingut aquí, a Barcelona, ja que tenen diferents distribuïdors.

3. Qui ho organitza i com es prepara?

Jo sóc l'encarregada de captar primer l'informació del client i a partir d'aquí, el departament de restauració és qui s'encarrega de tot el muntatge de les sales depenen de la necessitat del client.

4. Demanen un servei addicional? (menú o material)

Si, gairebé totes les convencions demanen un servei addicional de menjar que pot ser un *coffee break*, que són serveis d'esmorzar, o bé diferents menús a escollir que és el menú de treball per dinar, i per sopar poden escollir el menú de gala que és més complet. D'altra banda, algun dia surten a sopar a fora o fer alguna activitat.

Normalment del matí a la mitja tarda és quan la jornada és més intensa, i a partir de la tarda és quan tenen més temps lliure per fer alguna activitat que ells volen o que nosaltres els hi podem proposar.

El material que ens demanen (pissarres, projectors, megafonia, etc.) té un preu addicional i, també, alguns grups demanen habitacions i això ja ho porta el departament de reserves.

Normalment és l'hotel qui s'encarrega de tots els serveis addicionals que puguin demanar els clients, ja que col·laborem amb diferents empreses. Per exemple, vaig organitzar una convenció anual d'una empresa on em demanaven tot el tema de megafonia, àudio, un tècnic, i el que faig és contactar amb aquesta empresa i els hi

proporcionem aquest servei. En canvi, si aquests demanen algun restaurant jo els hi proporciono informació per a que ells puguin escollir el que més els hi agrada però no contactem amb aquests restaurants.

5. Quina dimensió té aquest tipus de *meetings*?

Nosaltres oferim reunions d' empresa, presentacions, convencions i fins i tot banquets. L' hotel Atenea disposa de sis sales que tenen una capacitat d' entre 10 a 550 persones i aquestes són:

- Saló Arenys, saló Vilassar i saló Premià: 60m²
- Saló Llavaneres: 140m²
- Saló Masnou: 145m²
- Saló Llavaneres + Masnou: 280m²
- Saló Maresme: 550m²

Cada sala es pot organitzar depenen de les necessitats dels clients.

6. On es fan? Quin tipus de sales teniu?

Les convencions es realitzen a les nostres sales. L' hotel compta amb cinc sales que depenen de les necessitats dels clients li proporcionem una o altre, ja que són de diferent dimensions. Depèn del nombre de persones de la convenció, del muntatge, del material, etc. Tenim sales des de 70m² fins a una sala de 500m².

7. Quants *meetings* podeu organitzar en un mes? (més o menys)

Depenen del mes en que ens trobem. Ara que estem en el mes de maig tenim convencions totes les setmanes. Normalment les convencions grans i llargues són de dimarts a divendres i després també hi ha les jornades que són d'un dia. Aquest mes hem pogut realitzar unes 36 convencions. Per exemple, pel pròxim 4 de juny estic organitzant 3 convencions de diferents empreses, però d' això estem parlant de convencions petites. Ja que no només s'ha de tenir en compte les sales, sinó l' espai on oferir – lis el servei adicional com els menús.

8. Quines activitats penses que es podrien organitzar després dels *meetings*?

Molts dels congressistes després de les convencions realitzen sopars en masies, els hi agrada jugar a golf en camps o en alta mar o fer esport pel passeig marítim (*footing* o *running*), etc.

Sobretot el que es busquen és la platja i el tema comercial, també, els hi agrada molt. Mataró té com a incentiu que, a nivell cultural, també, se'ls hi poden oferir algunes petites però intenses rutes culturals. D' altre banda, també els hi agrada molt l' oci com prendre alguna copa i la gastronomia (tema de tapes o plats d' origen).

9. Quin tipus de turisme esportiu rebeu a l' hotel? (edat, esport que realitzen, on juguen, etc.)

El turisme esportiu que es mou molt per Mataró és gràcies al Club Nàutic de Mataró a nivell de competicions i d' entrenaments. És veritat ja que aquest any hem absorbit molt turisme esportiu ja que abans s' allotjaven al Hotel Colón però ara està tancat per reformes i venen aquí. Però som conscients que quan aquest hotel torni a obrir, segurament tornaran a allotjar – se allà.

Sobretot el turisme esportiu que atrau Mataró és el waterpolo, la natació, el futbol i la vela.

Annex 5: Enquesta als congressistes i els resultats

ENQUESTES EMPRESARIS 14/06/14 15:02

ENQUESTES EMPRESARIS

1. Duración de la convención

.....

2. Planificación de la convención durante el día

.....

3. **Que desearía, comer en el hotel o probar la gastronomía de la zona?**
Maqueu només un oval.

Hotel

Otros restaurantes

4. **Si os hospedáis en el hotel, que actividades os gustaría hacer después de las convenciones?**
Maqueu només un oval.

Ruta gastronómica


Deportes

Ocio nocturno

Ruta cultural

5. **Que propuesta daríais para una actividad de aftermeeting en el Maresme?**

.....

Tecnología de  Google Forms

<https://docs.google.com/a/eum.tecnocampus.cat/forms/d/1jf81lu7XIRVhy5aTDL2GBf07lwsLRjFBLiqVkdVTcg/printform> Página 1 de 1

Marca de temps	Duración de la convención	Planificación de la convención durante el día	Que desearía, comer en el hotel o probar la gastronomía de la zona?	Si os hospedáis en el hotel, que actividades os gustaría hacer después de las convenciones?	Que propuesta daríais para una actividad de aftermeeting en el Maresme?
10/06/2014 19:11:50	4	convención por la mañana y tiempo libre por la tarde	Otros restaurantes	Deportes	actividades deportivas
10/06/2014 19:12:31	3	formación mañana y tarde	Hotel	Ruta gastronómica	probar restaurantes de la zona y hacer degustaciones
10/06/2014 19:12:51	1	formación mañana y tarde	Hotel	Ruta gastronómica	probar restaurantes de la zona y hacer degustaciones
10/06/2014 19:13:19	4	convención por la tarde	Otros restaurantes	Ocio nocturno	actividades relacionadas con el mar
10/06/2014 19:13:38	4	convención por la tarde	Otros restaurantes	Ocio nocturno	probar restaurantes y tomar una copa
10/06/2014 19:14:22	3	reunión por la mañana	Otros restaurantes	Ruta cultural	actividades deportivas, viajes en barco, ruta por la parte antigua de la ciudad o degustaciones
10/06/2014 19:14:45	1	congreso de un día mañana y tarde	Hotel	Ruta cultural	ir al gimnasio
10/06/2014 19:15:04	3	convención por las mañanas	Otros restaurantes	Ocio nocturno	leer o relajarme en el SPA
10/06/2014 19:15:28	2	reunión mañana y tarde	Otros restaurantes	Ruta gastronómica	degustación de vinos del maresme y jugar a golf
10/06/2014 19:15:49	3	congresos de mañana	Otros restaurantes	Deportes	jugar a golf

Annex 6: Activitats esportives que es realitzen a Mataró l'any 2014

Versió 24 - 13 de maig de 2014

DIA	ACTIVITAT	ORGANITZADOR	OBSERVACIONS	LLOC
GENER				
1	1a banyada de l'any	Centre Natació Mataró	300 part.	Platja Varador
11	1a Jornada Lliga Catalana de Bocccia	Federació Esportiva Paralitics Cerebrals		Poliesportiu Mpal Teresa Ma Roca
12	La Sansi Mataro. Cursa urbana 10 km	Club La Sansi	1500 part (molts de fora)	Passeig Maritim
12	XIV Duatló de muntanya	SBR		Circuit Cross Mpal.
26	6è Trofeu Iluro de Patinatge Artístic	Club patinatge artístic Iluro		Pol Mpal Jaume Parera
FEBRER				
16	Vetllada de Muay Tay Face to Face	Siam Gym S.L.	80 participants	Pol. Mpal Jaume Parera
22	1a Fase Masculina Gimnàstica Artística	Club Gimnàstic Mataró	300 participants	Pol Mpal C/ Euskadi
MARÇ				
1 i 2	XIII Criterium del Maresme de Patinatge Artístic	Patinatge Artístic Mataró	150	Pol Mpal Jaume Parera
2	Control de salt amb Percha	Centre Atlètic Laietana	80	Estadi Municipal d'Atletisme
1, 8 i 22	Jornades Lliga Catalana Ciclisme en Pista	Esport Ciclista Mataró	80	Velòdrom Municipal
15	Trobada d'Escoles de Bàsquet	AE Boet Mataro	150	Pol Mpal Eusebi Millan
16	I Jornada de l'Hoquei Femeni	Iluro Hoquei Club	160	Camp Municipal d'Hoquei
16	3a Pet-jades i 1r Canicross SPAM	SPAM		Des de C/Galicia
22	Jornada de Promoció del Futbol de l'AEiLL	AEiLL	200	Plaça Santa Anna
23	Jornada Esport adaptat	FEM i Activa't		Nou Parc Central
22 i 23	Jornades lliga espanyola futbol 7 per Paralitics cerebrals	Fed Esp de Deporte para personas con PC y Lesión cerebral		Camp Mpal de Futbol del Camí del Mig
24 i 25	Volta Ciclista a Catalunya			
30	Lliga Catalana de BMX	BMX Valles-Mataró club		Platja Varador
ABRIL				
1 al 6	Circuit absolut de Tennis masculí i femení	Club Tennis Mataró / Fed. Catalana Tennis	100 participants	Club Tennis Mataró
11	Nit de l'Esport	Direcció d'Esports	500 part.	Teatre Monumental
12-13	Curs Nacional d'Aikido	Aikido Mataró	50 part.	Pol Mpal E Millan
13	1a jornada de lliga de clubs d'atletisme	Grup Atletisme Lluïsos Mataró		Estadi Mpal. d'Atletisme
18-19-20	Torneig Francisco Aragon	Club Futbol Rocafonda		Camp Mpal. Rocafonda
26	2a Fase Rítmica Campionat Catalunya Edat Escolar	Club Gimnàstic Mataró	500 participants	Pol Mpal C/ Euskadi
26	2a Jornada Lliga Catalana de Clubs	Grup Atletisme Lluïsos Mataró	200	Estadi Mpal. d'Atletisme
26	Prèvia Campionat Catalunya de Relleus	Grup Atletisme Lluïsos Mataró	2500	Estadi Mpal. d'Atletisme
27	Run festival	Centre Natacio Mataro	900	Cursa urbana 10 km
27	Marxa Sant Jordi	UEC	500	Parc Forestal
Ab-maig	VITorneig tancat del Maresme	Club escacs Cerdanyola	20-30	
MAIG				

Pla d' actuació per la promoció econòmica de Mataró

DIA	ACTIVITAT	ORGANITZADOR	OBSERVACIONS	LLOC
1-4	Torneig Escobasquet	Associació Esportiva Boet	320	Pol Mpal Eusebi Millán
3	Campionat de Catalunya de relleus Alv - Inf - Cad	Grup Atletisme Lluïsos Mataró	500	Estadi Municipal Atletisme
10	Cursa BTT Policia Local	Policia Local Mataró		Estadi Municipal Atletisme
11	Decabike	Decathlon Mataró	900 participants/ Famílies i popular	Decathlon- Port Mataro
11	3a Marxa d'inclusió per les Persones Sordes	Centre Persones Sordes Maresme	300	des de C/Sant Cugat
17	9è Control: Prèvia de relleus Bnj/Alv/Inf	GA Lluïsos Mataró		Estadi Municipal Atletisme
17	Control de Perxa: Absolut	CA Laietània		Estadi Municipal Atletisme
18	Campionat de Catalunya de vídeo subaquàtic	SPAS	35	
20-21	Jornades finals del Jocs de l'Aualè	Ajuntament de Mataró	700 escolars de 6è	Pol Mpal Jaume Parera
24	Jornada de cloenda dels Jocs Escolars	Direcció d'Esports	Participants Jocs escolars - 800	Diferents IEM
24	Torneig d'escola (4-6 anys)	CH Mataró		PME Jaume Parera
31	Hockey Tour	Iluro HC		Plaça Sta Anna
31	Camp CAT (Fase Preliminar) Benjamí	CH Mataró		PEM Jaume Parera
31	10 KM City Run	RFEA	5.000-6.000	Sortida i arribada Parc de Mar. Circuit NII
JUNY				
1	Triatló "ciutat de Mataró"	Centre Natació Mataró	800 triatletes	Passeig Marítim
	3a Open Raid Maresme Joves	Agrupacio Cientifico Excursionista Mataró		Port de Mataro
6	Acte lliurament medalles Jocs Escolars	Direcció d'Esports	Participants Jocs Escolars	Camp Mpal Cami Mig
7	Promoció Korfbal	FC Korbal		Plaça Sta Anna
7	Finals Camp CAT Inf/Cad/Juv/Sèn	FC Korbal		PME Euskadi
7	Pormoció Futbol	AEiLL		Plaça Sta Anna
7-8	XIXè Torneig de Fires	CE Valldemia		Valldemia
8	3a travesia costa de Mataró 3a travesia popular platja del Varador	Centre Natació Mataró	150	Arribada CNM
	Trail Running Extrasport	Extrasport		Des de Circuit Cross
	Open Voleibol Infantil i juvenil Femení	Consell Esportiu del Maresme	12 equips	Pol Mpal del Carrer Euskadi
14	Festa Final de Temporada	AE Boet		PME Eusebi Millán
15	Semifinals Copa Catalunya	AE Enlleura't		PME Eusebi Millán
15	Partits i dinar de cloenda de temporada	CH Mataró		PME Jaume Parera
16-20	Torneig Futbol Sala Base	CFS Ciutat de Mataró		PME Eusebi Millán (ext)
21	Festa Final de Temporada	UD Molinos		CMF Vista Alegre-Molins
21	Sopar Final de Temporada	Club Joventut Handbol Mataró		Plaça del Voluntariat
21	Festa del Futbol Mataroní	Associació Clubs de Futbol de Mataró	200	Parc Central
22	Cursa Caminada pro discapacitats	AMPA Escola Educació especial L'Arboç		Pg Marítim i Cinc Sènies
22	Cursa Vallmar Granollers-Mataro	Camp IV Granollers- Ajuntament de Granollers	400	Des de Granollers fins Platja Ponent

Pla d' actuació per la promoció econòmica de Mataró

DIA	ACTIVITAT	ORGANITZADOR	OBSERVACIONS	LLOC
28	Torneig 3x3 de bàsquet	Associació Esportiva Boet Mataró		Pol Mpal E. Millan
28	VI Torneig 12 hores Futsal Enlleura't	Associació de lleure i cultura Enlleura't	200	Pol Mpal Teresa Maria Roca
28-29	Sport Volei Amateur Tour	Sport Volei Amateur	Torneig volei platja	Platja Varador
28-29	Diada de la Gimnàstica	Club Gimnàstic Mataró	100	Pol Mpal Euskadi
28-29	Torneig amistós futbol	C.U.D. Mataronesa	240 (segueix el 5-6 de juliol)	CMF Camí del Mig
29	2a Mitja Marató de muntanya	Club de Muntanya Horitzons	200	des d'Estadi
	Torneig 3x3 Hoquei	Club Gimnàstic Mataró		PME Jaume Parera
JULIOL				
5	Volei platja capgrossos	Colla Castellera Capgrossos	150	Platja varador
5-6	Torneig amistós futbol	C.U.D. Mataronesa	240 (comença el 28-29 de juny)	CMF Camí del Mig
6	1a Marxa Solidària AGIM	AGIM		Des del Parc Central- PI Sta
	Miting Ciutat de Mataró	Centre Athletic Laietania		Estadi Mpal Atletisme
12	II Torneig 3x3 de bàsquet	AE Enlleura't	Festes barri La Llàntia (60)	Pol Mpal Euskadi
12	Torneig futbol sala	AE Enlleura't	Festes barri La Llàntia (80)	Pol Mpal Euskadi
12-13	1r Torneig de futbol platja	Promoesports		Platja de Mataró
	Trofeu ciutat de Mataró de natació "Memorial Josep Mons"	Centre Natació Mataró		Centre Natacio Mataro
	Mulla't per l'esclerosis	Fundació Esclerosis múltiple		Diferents Piscines
	Fes-te a la mar	Sailability Catalunya	Tastets de vela per tothom	Port de Mataro
AGOST				
SETEMBRE				
	XVI Torneig Eusebi Millan	Associació esportiva Boet		
7-11	XXII Trofeu ciutat de Mataró "Memorial Jaume Parera"	Club hoquei Mataró		Pol Mpal J. Parera
	Torneig nacional de minibàsquet	AECC i UEM		Gàbia, Mora i Euskadi
	16 hores de bàsquet Júnior masculí	Associació esportiva Centre Catòlic Mataró		
	XVII Memorial Joan Piñol	Associació esportiva Centre Catòlic Mataró		
11	Cursa Rda 43- 11 de setembre	Centre Atlètic Laietania - Rda. 43 Intersport	800 participants/ Popular	Des del Nou Parc Central
	VI Torneig Pablo Carrillo de Bàsquet	Associació esportiva Boet		
20	Pedalada en BTT no m'hi guipo 4.0	Club Horitzons		Parc Forestal
22	Torneig volei platja bombers	Bombers Generalitat		Platja del Varador

DIA	ACTIVITAT	ORGANITZADOR	OBSERVACIONS	LLOC
26, 27 i 28	CAMPIONAT DE CATALUNYA BENJAMI I ALEVI	CLUB PATINATGE ARTISTIC MATARÓ	60	POL MPAL JAUME PARERA
	Torneig "ciutat de Mataró" d'hockey	Iluro Hockey club		
28	Caminada per l'Alzheimer	AFMA i EPMA Solidària	4000 part/ Famílies i popular	Des de Sant Simo
	XIV Torneig triangular José Lopez Miravete	CF Pla de'n Boet		
	IXè Torneig d'handbol memorial Eusebi Bosch	Club Joventut Handbol Mataró		
OCTUBRE				
5	VII Challenge Barcelona-Maresme	Challenge Barcelona Maresme		
4-5	torneig 3x3 futbol players	players sport i gestio		parc central
12	1a Marató de Muntanya de Mataró	Centre Atlètic Laietania - UEC Mataró	600	Complex esportiu CAL
19	La Bestia			parc central
25	Kid Challenge	Challenge Barcelona Maresme i Direcció d'Esports		Nou Parc central
	XXI Marxassa	Agrupació científico-excursionista de Mataró		Arribada a Mataró
NOVEMBRE				
2 o 23	3a Marxa de la Salut Mental	Colla Maimakansu		des de l'Estadi
19	Dreamrunners	Dreamrunners		
	Marxeta	Agrupació científico-excursionista de Mataró		
	Cros ciutat de Mataró	Grup Gimnàstic Lluïsos	3500 participants	Circuit de Cros
DESEMBRE				
7	17a Mitja Marató "ciutat de Mataró" i 21a Marató escolar	Direcció d'Esports	2500 part. + 1500 a la Marató Escolar Molts de fora	Des de Plaça Espanya
	24è torneig Ferran Ferrer i 14è Josep Gomà	Club esportiu Pla d'en Boet		
	18è torneig de Nadal de bàsquet femení	AECC i UEM		Gàbia, Mora i Euskadi
25	XXXVIII Cursa familiar de Nadal	Centre Atlètic Laietania		Complex Esportiu Laietània
25	63a Copa Nadal	Centre Natació Mataró		Centre Natació Mataró
27	3a Swimsilvestre	Xswimproject		Platja del Varador
31	3a Santi Silvestre	Club Muntanya Horitzons		Des de Fundació Maresme

Annex 7: Enquesta esportiva a la població de Mataró i els resultats

ESDEVENIMENT ESPORTIU 14/06/14 15:03

ESDEVENIMENT ESPORTIU

* Necessari

1. Sexe *
Maqueu només un oval.

Home
 Dona

2. Edat *
Maqueu només un oval.

De 10 a 18
 De 19 a 30
 De 31 a 50
 Més 50

3. Practiques l'esport? *
Maqueu només un oval.

Si
 No

4. Quin tipus d'esport practiques? *
Maqueu només un oval.

Futbol
 Bàsquet
 Tennis
 Natació
 Hockey
 Atletisme
 Gimnàs
 Ciclisme
 Altres: _____

5. Segueixes algun campionat esportiu? *
Maqueu només un oval.

Si
 No

https://docs.google.com/a/eum.tecnocampus.cat/forms/d/1592jN1dk5EAdFLCjvsL5wtd82wrtstDnb_h8zEp_o8/printform Pàgina 1 de 2

ESDEVENIMENT ESPORTIU

14/06/14 15:03

6. **Quin tipus de campionat segueixes? ***

.....

7. **A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners? ***

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Vivendes de protecció oficial
- Ajudes a famílies necessitades
- Festa major
- Construcció d'edificis públics
- Esdeveniments esportius
- Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)

8. **Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat? ***

Maqueu només un oval.

- Sí
- No

9. **Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítim, aèri...)** *

Maqueu només un oval.

- Futbol
- Bàsquet
- Tennis
- Atletisme
- Hockey
- Voleibol
- Vela
- Ciclisme
- Altres:

Tecnologia de
 Google Forms

Marca temporal	Sexe	Edat	Practiques l'esport?	Quin tipus d'esport practiques?	Segueix algun campionat esportiu?	Quin tipus de campionat segueix?	A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?	Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?	Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítm, aèri...)
20/05/2014 3:48:25	Dona	De 19 a 30	No	Gimnàs	Si	Futbol	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Futbol
20/05/2014 4:07:25	Home	De 31 a 50	Si	Atletisme	Si	Olimpiades	Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Atletisme
20/05/2014 4:29:31	Dona	Més 50	Si	Atletisme	Si	champion chip	Ajudes a famílies necessitades	Si	Vela
20/05/2014 4:39:10	Dona	De 10 a 18	Si	Gimnàs	No	Cap	Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta), Vivendes de protecció oficial	Si	Vela
20/05/2014 4:50:08	Dona	De 31 a 50	Si	Running	Si	Mundial de fútbol i olimpíades	Construcció d'edificis públics, Festa major, Ajudes a famílies necessitades	Si	Voleibol
20/05/2014 4:52:08	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	Champions campionat f1 i motogp	Construcció d'edificis públics	Si	Futbol
20/05/2014 4:57:09	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	liga	Construcció d'edificis públics	Si	Bàsquet
20/05/2014 4:59:41	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	liga	Festa major	No	Futbol
20/05/2014 5:02:06	Home	De 10 a 18	Si	Gimnàs	No	Cap	Construcció d'edificis públics	No	Voleibol
20/05/2014 5:08:32	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	Fútbol	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Futbol
20/05/2014 5:26:58	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	No	Cap	Festa major, Ajudes a famílies necessitades	Si	Futbol
20/05/2014 5:31:45	Home	De 19 a 30	Si	Gimnàs	Si	Champions, motociclisme, tennis	Festa major	Si	Voleibol
20/05/2014 5:38:56	Home	De 19 a 30	Si	Ciclisme	No	Kuize	Festa major	Si	Futbol
20/05/2014 5:42:19	Home	Més 50	Si	pàdel	Si	Lliga, motociclisme.	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Qualsevol

Marca temporal	Sexe	Edat	Practiques l'esport?	Quin tipus d'esport practiques?	Segueixes algun campionat esportiu?	Quin tipus de campionat segueixes?	A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?	Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?	Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítim, aèri...)
20/05/2014 2:00:41	Dona	De 19 a 30	No	No practico	No	No segueixo cap	Construcció d'edificis públics	Si	Atletisme
20/05/2014 2:00:44	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	Si	Futbol	Construcció d'edificis públics, Esdeveniments esportius, Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta), Vivendes de protecció oficial, Ajudes a famílies necessitades	Si	Voleibol
20/05/2014 2:14:38	Dona	De 19 a 30	Si	Running	Si	Mundial de futbol	Construcció d'edificis públics	Si	Futbol
20/05/2014 2:23:39	Home	De 19 a 30	Si	gimnàs	Si	combats	Festa major	Si	futbol
20/05/2014 2:29:33	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	Si	Futbol	Construcció d'edificis públics	Si	Ciclisme
20/05/2014 2:35:07	Home	De 31 a 50	Si	Atletisme	Si	Futbol, natacion, triathlon	Construcció d'edificis públics	Si	Atletisme
20/05/2014 2:36:42	Dona	De 19 a 30	Si	córrer	No	Cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	No	Ciclisme
20/05/2014 2:38:26	Dona	De 19 a 30	Si	gimnàs	Si	triatló	Construcció d'edificis públics	Si	Tenis
20/05/2014 2:56:36	Dona	De 10 a 18	Si	Bàsquet	Si	l·ligues catalanes on jugo	Construcció d'edificis públics	Si	Bàsquet
20/05/2014 2:58:04	Dona	De 19 a 30	Si	Escalar	Si	Fútbol	Esdeveniments esportius	No	Futbol
20/05/2014 3:02:44	Dona	De 31 a 50	Si	Atletisme	Si	Basquer	Festa major	Si	Bàsquet
20/05/2014 3:03:19	Dona	De 31 a 50	Si	Atletisme	Si	Basquer	Festa major	Si	Bàsquet
20/05/2014 3:14:51	Dona	De 10 a 18	Si	Esquí	No	Cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Tenis
20/05/2014 3:31:09	Dona	De 10 a 18	Si	Gimnàs	Si	Champions	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Futbol
20/05/2014 3:34:52	Dona	De 10 a 18	Si	Tenis	No	Cap	Construcció d'edificis públics	Si	Voleibol
20/05/2014 3:46:33	Dona	De 19 a 30	Si	Daruma	Si	Mgp	Festa major	Si	Vela

Marca temporal	Sexe	Edat	Pràctiques l'esport?	Quin tipus d'esport practiques?	Segueixes algun campionat esportiu?	Quin tipus de campionat segueixes?	A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?	Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?	Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítim, aèri...)
20/05/2014 5:43:18	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	Campionat de motociclisme, automobilisme, lliga de futbol i lliga bbva i lliga ACB de bàsquet	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Futbol
20/05/2014 5:45:33	Dona	De 19 a 30	No	cap	No	cap	Festa major	No	cap
20/05/2014 5:45:55	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	Si	Futbol	Festa major	Si	Futbol
20/05/2014 5:50:30	Home	De 10 a 18	Si	Gimnàs	Si	Tot sobre esport	Construcció d'edificis públics	Si	Futbol
20/05/2014 5:50:39	Dona	De 31 a 50	No	cap	Si	futbol del meu fill	Vivendes de protecció oficial	No	Futbol
20/05/2014 6:08:31	Home	De 19 a 30	Si	Escacs	Si	Futbol	Festa major	No	Futbol
20/05/2014 6:10:07	Dona	De 19 a 30	No	Ciclisme	No	-	Construcció d'edificis públics, Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	No	Ciclisme
20/05/2014 6:31:26	Dona	Més 50	Si	Atletisme	No	cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta), Ajudes a famílies necessitades	Si	Atletisme
20/05/2014 7:06:27	Dona	De 31 a 50	Si	caminar	Si	Futbol	Construcció d'edificis públics, Festa major	Si	Futbol
20/05/2014 7:10:35	Dona	De 19 a 30	No	Cap	No	Cap	Ajudes a famílies necessitades	No	Futbol
20/05/2014 7:37:18	Dona	De 31 a 50	No	Bàsquet	Si	lliga de futbol.	Construcció d'edificis públics	Si	Tenis
20/05/2014 7:54:40	Home	De 19 a 30	Si	Atletisme	Si	futbol i bàsquet	Construcció d'edificis públics, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Atletisme
20/05/2014 7:57:33	Home	De 19 a 30	Si	Futbol	Si	LFP	Construcció d'edificis públics	Si	Vela

Marca temporal	Sexe	Edat	Practiques l'esport?	Quin tipus d'esport practiques?	Segueixes algun campionat esportiu?	Quin tipus de campionat segueixes?	A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?	Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?	Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítim, aèr...)
20/05/2014 23:59:27	Home	De 19 a 30	Si	Gimnàs	Si	Nba,LFP	Construcció d'edificis públics, Festa major	Si	Futbol
21/05/2014 5:47:52	Dona	De 10 a 18	Si	Gimnàs	No	cap	Construcció d'edificis públics	Si	Futbol
24/05/2014 3:24:15	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	Lliga Espanyola	Ajudes a famílies necessitades	Si	Futbol
26/05/2014 12:37:20	Dona	De 10 a 18	Si	Gimnàs	No	Edd	Esdeveniments esportius, Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Vela
26/05/2014 12:37:18	Dona	De 19 a 30	No	cap	No	cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Bàsquet
26/05/2014 12:37:45	Home	De 19 a 30	Si	Gimnàs	Si	Motociclisme	Construcció d'edificis públics, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Tenis
26/05/2014 12:37:42	Home	De 19 a 30	Si	Atletisme	Si	Tots els d'atletisme	Construcció d'edificis públics	No	Atletisme
26/05/2014 12:38:12	Dona	De 19 a 30	Si	Patinatge	Si	Campionats de patinatge artístic	Construcció d'edificis públics, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Futbol
26/05/2014 12:39:23	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	No	cap	Construcció d'edificis públics	Si	Ciclisme
26/05/2014 12:39:34	Dona	De 19 a 30	Si	running	Si	fútbol	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Ciclisme
26/05/2014 12:41:13	Home	De 19 a 30	Si	Futbol americà	Si	NFL	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Ciclisme
26/05/2014 12:42:29	Dona	De 19 a 30	Si	balls	Si	motociclisme de Futbol i Bàsquet	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Atletisme
26/05/2014 12:43:04	Dona	De 10 a 18	Si	Futbol	No	principalment, tot i que també, els grand slams de tennis	Construcció d'edificis públics, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Futbol

Marca temporal	Sexe	Edat	Practiques l'esport?	Quin tipus d'esport practiques?	Segueixes algun campionat esportiu?	Quin tipus de campionat segueixes?	A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?	Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?	Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítm, aèri...)
20/05/2014 8:22:37	Home	Més 50	Si	Futbol	No	Futbol	Construcció d'edificis públics, Esdeveniments esportius, Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Atletisme
20/05/2014 8:22:46	Home	Més 50	Si	Futbol	No	Futbol	Construcció d'edificis públics, Esdeveniments esportius, Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Atletisme
20/05/2014 8:35:47	Home	De 10 a 18	Si	Bàsquet	Si	ACB	Ajudes a famílies necessitades	Si	Bàsquet
20/05/2014 10:03:47	Dona	De 31 a 50	Si	pilates	Si	futbol	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Vela
20/05/2014 10:50:36	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	Lligues europees de futbol, de bàsquet, campionats de tennis...	Construcció d'edificis públics	Si	Futbol
20/05/2014 11:41:40	Home	De 19 a 30	Si	Waterpolo	Si	Campionat de Catalunya	Construcció d'edificis públics	Si	Aquàtics
20/05/2014 11:59:55	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	Champions League	Construcció d'edificis públics	Si	Futbol
20/05/2014 12:15:32	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	No	cap	Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	ski
20/05/2014 12:20:42	Dona	De 19 a 30	Si	gimnàs	No	cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Vela
20/05/2014 12:32:38	Dona	De 19 a 30	Si	Bàsquet	Si	ACB,	Festa major	Si	Vela
20/05/2014 12:34:06	Dona	De 19 a 30	No	Surf	No	ASP	Construcció d'edificis públics	Si	Atletisme
20/05/2014 13:36:38	Home	De 10 a 18	Si	Futbol	Si	Futbol	Construcció d'edificis públics, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	No	Tenis

Marca temporal	Sexe	Edat	Practiques l'esport?	Quin tipus d'esport practiques?	Segueixes algun campionat esportiu?	Quin tipus de campionat segueixes?	A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?	Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?	Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítm, aèri...)
26/05/2014 15:00:45	Dona	Més 50	Si	curling	Si	la lliga curling	Construcció d'edificis públics	Si	Futbol
26/05/2014 15:17:33	Home	De 19 a 30	Si	Handbol	Si	Lliga	Construcció d'edificis públics	Si	Vela
26/05/2014 15:21:23	Dona	De 19 a 30	Si	Bàsquet	Si	ACB	Festa major	Si	running, aprofitar el mar, bàsquet
26/05/2014 15:50:21	Dona	De 19 a 30	No	Ciclisme	Si	De fútbol professional	Construcció d'edificis públics, Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Voleibol
26/05/2014 16:12:02	Home	De 19 a 30	Si	Futbol	Si	Futbol	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta), Vivendes de protecció oficial	Si	Futbol
26/05/2014 17:02:05	Home	De 19 a 30	Si	Tenis	No	cap	Construcció d'edificis públics, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Vela
26/05/2014 17:36:38	Home	De 19 a 30	Si	Natació	No	cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	waterpolo
26/05/2014 18:03:44	Home	De 19 a 30	No	ningún esport :)	No	ningún campionat :)	Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	No	Arts marciais
26/05/2014 19:22:45	Home	De 19 a 30	Si	Bàsquet	Si	NBA, ACB, ...	Esdeveniments esportius	Si	Bàsquet
26/05/2014 20:59:37	Home	De 19 a 30	Si	Gimnàs	Si	Lliga Futbol	Festa major	Si	Futbol
26/05/2014 21:23:55	Dona	De 19 a 30	No	cap	No	cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	No	algun marítm
27/05/2014 1:01:39	Dona	De 19 a 30	Si	Dansa	No	Cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Atletisme
27/05/2014 1:19:44	Dona	De 19 a 30	Si	Atletisme i futbol	Si	lliga, moto gp, f1, waterpolo	Vivendes de protecció oficial	Si	Vela
27/05/2014 9:35:07	Dona	De 19 a 30	Si	Ciclisme	No	cap	Construcció d'edificis públics	Si	Atletisme
27/05/2014 11:27:08	Dona	De 19 a 30	Si	Ciclisme	No	cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Voleibol

Marca temporal	Sexe	Edat	Practiques l'esport?	Quin tipus d'esport practiques?	Segueixes algun campionat esportiu?	Quin tipus de campionat segueixes?	A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?	Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?	Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítim, aèri...)
26/05/2014 12:43:55	Dona	De 19 a 30	No	Cap	No	Voleibol	Esdeveniments esportius	Si	Vela
26/05/2014 12:53:12	Home	De 19 a 30	Si	Skate	No	skate	Construcció d'edificis públics	Si	Qualsevol
26/05/2014 12:53:34	Home	De 19 a 30	Si	skate	Si	skate	Construcció d'edificis públics	Si	skate
26/05/2014 12:56:06	Home	De 19 a 30	Si	Gimnàs	Si	La Liga, Champions, Copa del Rey	Construcció d'edificis públics, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Atletisme
26/05/2014 13:01:03	Dona	De 19 a 30	Si	running i futbol	Si	competicions de futbol (lliga, champions, mundial, europeu...)	Construcció d'edificis públics, Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Futbol
26/05/2014 13:10:28	Dona	De 19 a 30	Si	HANDBOLL	No	No segueixo	Festa major	Si	HANDBOLL
26/05/2014 13:15:14	Home	De 19 a 30	Si	Atletisme	Si	Lliga de Clubs de Triatló	Construcció d'edificis públics	Si	Atletisme
26/05/2014 13:37:21	Dona	De 19 a 30	No	cap	No	cap	Ajudes a famílies necessitades	Si	Atletisme
26/05/2014 13:50:20	Home	De 10 a 18	Si	Bàsquet	Si	fcB	Festa major	Si	Bàsquet
26/05/2014 13:57:14	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	No	cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	No	Voleibol
26/05/2014 14:22:32	Home	De 10 a 18	No	cap	Si	Futbol	Construcció d'edificis públics, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Bàsquet
26/05/2014 14:27:55	Home	De 19 a 30	No	cap	Si	futbol	Festa major	Si	Atletisme
26/05/2014 14:43:21	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	No	cap	Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Ciclisme
26/05/2014 14:51:56	Home	De 19 a 30	Si	Futbol	Si	LFP	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Futbol
26/05/2014 14:58:12	Dona	De 19 a 30	No	Ball	Si	Grand Slam de tenis	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	No	Futbol

Marca temporal	Sexe	Edat	Practiques l'esport?	Quin tipus d'esport practiques?	Segueixes algun campionat esportiu?	Quin tipus de campionat segueixes?	A que creus que destina l'Ajuntament de Mataró més diners?	Consideres que s'haurien de fer més esdeveniments esportius a la ciutat?	Quin tipus d'esdeveniment esportiu creus que tindria èxit a la ciutat de Mataró? (Terrestre, marítim, aeri...)
27/05/2014 23:28: 14	Dona	De 19 a 30	Si	Gimnàs	No	Cap	Festa major, Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	Si	Voleibol
29/05/2014 11:34: 32	Dona	De 19 a 30	No	Cap	No	Cap	Manteniment de la ciutat (Mataró Neta)	No	Voleibol

Annex 7:Entrevista Gemma Campillos, tècnic turisme al Consorci de promoció turística Costa del Maresme

1. Quines funcions realitzeu al Consorci de promoció turística del Maresme?
El Consorci està format pels 30 ajuntaments de la comarca, més Associació Càmpings i Ciutats de Vacances de Barcelona, tres gremis d'empresaris, i una associació turística.
Realitzem tot tipus d'accions de promoció turística de la comarca, a través de diversos projectes, com realització de fulletons turístics, web, inversions publicitàries, col·laboracions amb premsa (enviament informació, imatges), coordinació del projecte SICTED (Sistema Integral de Qualitat Turística Espanyola en Destí) a la comarca, assistència a fires de turisme, com qualsevol tipus d'acció de promoció que ens vingui donat per la Diputació de Barcelona o bé l'Agència Catalana de Turisme (*press trips, workshops, fam trips...*). També disposem de l'Observatori per a la Qualitat Turística del Maresme on hi trobareu dades estadístiques turístiques. Servei d'oficina de turisme comarcal. A més d'assessoraments puntuals a ajuntaments i empreses de la comarca, i altres tasques diverses que se'ns encomanin (i segur que me'n deixo alguna!)
2. Quins són els serveis que ofereix l'oficina de turisme comarcal?
Donar a conèixer la comarca a través de la oficina de turisme del Consorci. Donem servei tant a particulars, com a altres oficines o punts d'informació. Enguany tindrem uns emissors *wi-fi* que emetran la nostra web www.costadebarcelonamaresme.cat en format *responsive* per a tots els mòbils *smartphone* que es connectin, i que a més estaran repartits a diverses oficines de la comarca.
3. Penseu que l' ubicació de l' oficina de turisme a Mataró, actualment, és la més òptima? O creieu que s'haurien de maximitzar els punts d' informació turística?
Entenem que la oficina actualment està ubicada al centre del poble per fer venir els visitant a la zona centre (compres, restauració, etc), però tal i com han fet algunes oficines maresmenques, un punt d'informació a l'estació de tren o bé pròxima, seria l'idoni, donat que és un dels principals punts d'arribada de gent. Ara per ara la nostra pròpia oficina del Consorci faria aquesta funció (estem ubicats just davant de l'estació), però no estem oberts el cap de setmana.
4. Hi ha hagut algun canvi al llarg dels anys en la localització de l'oficina de turisme de Mataró?
Potser us ho diran millor des de l'ajuntament, però fa uns anys recordo que hi havia un punt d'informació al passeig marítim, al costat de la piscina. El punt de la Riera, sempre hi ha estat.
5. Quins llocs creieu que serien els més potents per construir un punt d'informació turística?
Llocs amb molta aflluència de públic, una estació de tren, d'autobús, etc. Sobretot un punt d'arribada a la vila, segons el transport.
6. Quina és l'oficina més visitada de la comarca?
Calella, amb 59.989 visites el 2012 (dades oficina de turisme Calella), seguit de Malgrat de Mar.
7. Creieu que els turistes es queden satisfets amb l' informació que reben?
Segons [l'estudi sobre el perfil del visitant de la destinació Costa de Barcelona-Maresme](#), realitzat pel Laboratori de la Diputació de Barcelona, els turistes van puntuar amb un 8,2 el Maresme i un 75,9% va assegurar que el recomanaria als seus amics i familiars com a destinació per passar les vacances (dades del 2013).

8. Quins llocs els hi agrada més visitar als turistes?
Segons el mateix estudi, el sol i platja continua sent el gran atractiu del Maresme.
9. D'altre banda, si disposeu d'algunes dades estadístiques sobre turisme a Mataró, ens ho podríeu facilitar?
El nombre de visitants al 2012 va ser de 17.310 (dades de l'oficina de turisme de Mataró). Encara no tenim les del 2013 actualitzades.