



CICLAMADRID

Un proyecto al servicio de los
empresarios turísticos madrileños

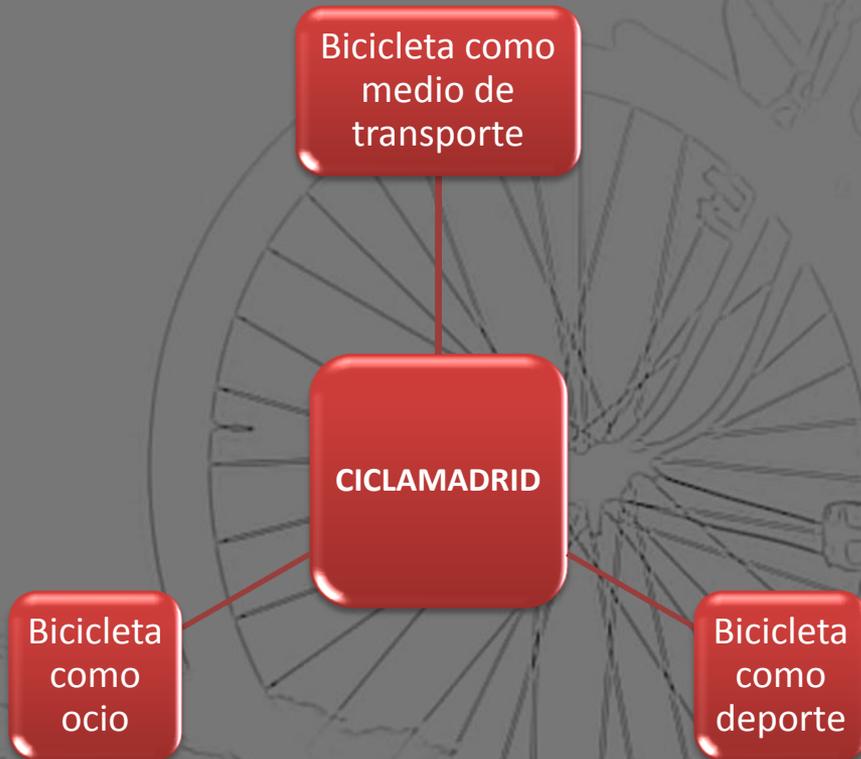
¿Qué es Ciclamadrid?

Ciclamadrid es un producto turístico desarrollado por la Comunidad Autónoma de Madrid que tiene como objetivo fundamental desarrollar el cicloturismo en la Comunidad Autónoma.

El cicloturismo es una actividad en auge. Aunque en la región existen numerosas rutas e itinerarios destinados al uso de ciclistas y cicloturistas, no existe hasta el momento una oferta estructurada de producto.

Ciclamadrid aspira a estructurar el producto cicloturista en la Comunidad de Madrid, mediante un sistema de colaboración público-privada, diversificando así el catálogo de la oferta turística regional.

La conceptualización del producto



Ciclamadrid parte de:

- La bicicleta es en sí mismo un elemento de ocio para un gran número de personas de todas las edades. El disfrute o la excusa para el paseo.
- Es utilizado o se puede utilizar como un medio de transporte alternativo en los viajes turísticos. Es estos puede ser un elemento prioritario (con influencia en la decisión del viaje), o complementario (una forma diferente de descubrir un destino).
- Es también una actividad deportiva con cada vez más usuarios.

Estos tres usos definen una serie de perfiles de usuarios que se desplazan a lugares apropiados para desarrollar su actividad.

El producto pretende rentabilizar la práctica de esta actividad

Aspectos claves del proyecto



Las principales acciones a desarrollar en el programa son:

- Desarrollo de una red de rutas a partir de la creación de un recorrido circular periférico y sus correspondientes enlaces, tanto hacia el interior como hacia los puntos más distales.
- Creación de un Club de producto para el desarrollo del mismo, la facilidad de integración de la iniciativa privada, la creación de canales de comercialización y rentabilidad de la actividad y la garantía de calidad del mismo.
- Definir un modelo de gestión que permita la fluida colaboración público privada.
- Definir la estrategia inicial de comunicación y las principales acciones de puesta en marcha.
- Creación de una imagen de producto que permita desarrollar un reconocimiento claro en el mercado y facilite la consolidación de la marca

El Club de Producto

El Club de Producto se plantea como una estrategia colaborativa entre los diferentes sectores y agentes implicados en el desarrollo del producto y entre estos y el sector público.

Su función es estructurar adecuadamente el producto, garantizar el correcto servicio a los visitantes, favorecer la penetración en el mercado, optimizar la rentabilidad de los establecimientos asociados y amplificar su proyección.

Es una alianza colaborativa que tiene como objetivo optimizar la comercialización, responder a las necesidades de la oferta y de la demanda, vertebrar a los diferentes subsectores implicados y, en consecuencia, incrementar los beneficios de las empresas.

Su función es servir también de punto de encuentro entre las administraciones y los agentes privados a fin de alinear esfuerzos.

El Club de Producto

El Club de producto establecerá una metodología común de funcionamiento mediante un manual de referencia que permitirá establecer las pautas apropiadas, tanto generales como de cada subsector, para garantizar el funcionamiento del producto y conseguir la adecuada satisfacción del visitante.

Se trata de un sistema autoregulado, en el que los empresarios tendrán participación y decisión a la hora de definir la estructuración del producto, los niveles de calidad planteados y las estrategias de desarrollo de producto.

El manual se entiende como una herramienta abierta que deberá ir adaptándose a la realidad de la evolución del producto y a los cambios de la demanda.

Es un sistema participativo, colaborativo y voluntario.

El Club de Producto

Ventajas de la metodología:

- Aborda el producto de una manera integral.
- Facilita la colaboración entre diferentes empresarios y sectores.
- Establece una relación estable administración- agentes implicados.
- Garantiza unos niveles de calidad adecuados.
- Mejora la experiencia del visitante.
- Rentabilizar esfuerzos.
- Permite gestionar el producto.
- Facilita la adaptación a nuevas demandas.

Es pues una herramienta útil para poder vender más y con mayores garantías de lo que se puede alcanzar de una manera individual. De esta manera permite llegar a donde la iniciativa individual no podría llegar o lo haría de una manera limitada y más costosa.