

CiclaMadrid, Cultura y Naturaleza

Una iniciativa de la Dirección General de Turismo, basada en la metodología de Club de Producto.





¿Qué es CiclaMadrid?

- Una oferta turística nueva, atractiva, saludable y sostenible.
- Una red de rutas ciclables que une los principales destinos y los recursos de mayor interés cultural y natural situados fuera de la capital.
- Una propuesta para vertebrar la región de Madrid contribuyendo a su reequilibrio territorial.

¿A quién va dirigido CiclaMadrid?

¿A quién se dirige?

- Turismo regional
- Turismo nacional
- Turismo internacional



¿Qué sector se beneficia?

El sector de la Periferia de la Región:

- Alojamientos
- Restauración
- Guías y turismo activo
- Servicios especializados
- Comercios de bicicletas

CiclaMadrid tiene como socios principales a la DG Medio Ambiente, al Consorcio Regional de Transportes de la CM y cuenta con la colaboración de Vías Verdes.

Incremento del uso de la bicicleta como elemento de ocio y como medio de transporte

Crecimiento de la demanda de productos cicloturistas en el mercado

Adaptación del catálogo de productos de la Comunidad, a las nuevas necesidades de la demanda

Aparición de un creciente número de empresarios que prestan servicios relacionados con la actividad ciclista en general y cicloturista en particular

Muy buena receptividad por parte de los empresarios

Necesidad de impulsar la actividad turística en las zonas rurales y periféricas de la Comunidad

CiclaMadrid es un proyecto destinado a ampliar el catálogo turístico regional con un producto en expansión para el que entendemos que la región tiene suficientes recursos.

Posicionar a la Comunidad de Madrid como un destino cicloturista en óptimas condiciones de competitividad

Potenciar y diversificar el turismo de la región de Madrid

Equilibrar y estructurar al sector turístico de la periferia de Madrid

Atraer inversiones a la región, generar un mercado laboral más amplio y variado y una mejora del entorno natural

Mejorar los rendimientos del cicloturismo mediante la captación de nuevos visitantes y la correcta estructuración del producto

Ofrecer nuevas oportunidades de negocio al tejido empresarial, mediante el aprovechamiento combinado de los recursos culturales y naturales

El primer paso fue la elaboración del Plan Director, que fijó las bases del producto.

Definir un trazado circular que una el mayor número posible de destinos patrimoniales y puntos de interés

Disponer de una gran ruta de cicloturismo que conecte la periferia con el centro

Contar con infraestructuras ciclistas existentes, como las Vías Pecuarias

Que el trazado respete las condiciones óptimas del dicloturismo

Evitar el asfalto y los cruces no deseados con carreteras

Facilitar el enlace con otros recorridos para bicicleta, como las Vías Verdes

CiclaMadrid es un proyecto que se fundamenta en la colaboración público/ privada. La participación de los empresarios es clave para el éxito del proyecto.

CONCEPTUALIZACIÓN

Vacaciones en bicicleta

- Por la abundancia de recorridos cómodos para la práctica del cicloturismo.
- Por la accesibilidad a los recursos patrimoniales y naturales de importancia desde la ruta.
- Por la oferta de alojamientos, restauración, cultura y ocio.

Ciclismo en vacaciones

- Por la afluencia de diferentes perfiles de turistas a la región
- Por la generalización de la bicicleta como ocio y estilo de vida
- Por la idoneidad de la bicicleta para acceder a algunos recursos

Excursiones sin pernocta

- Demanda del mercado urbano de Madrid
- Incremento del uso de la bicicleta como medio cotidiano de transporte y como elemento de ocio

Características de la región de Madrid

- Registra una importante ocupación del suelo, con:
 - ✓ alta densidad de tramas urbanas
 - ✓ gran red de vías de comunicación
 - ✓ fuerte presión de circulación rodada
- Presenta una topografía muy diversa
- Está condicionada por la dinámica Centro-Periferia
- Ofrece un clima benigno, pero muy extremo en invierno y en verano
- Plantea una gestión de caminos compleja, con diferentes responsables
- Adolece de una débil vertebración territorial en las zonas rurales
- Cuenta con tres enclaves Patrimonio Mundial, con proyección internacional
- Dispone de una importante red de infraestructuras

Rutas existentes

- Existe una gran oferta, pero no hay un catálogo
- Se distribuyen de forma muy irregular en la región
- La creación de rutas procede de promotores muy diversos con diferentes criterios de diseño
- Tampoco están normalizados los gradientes de dificultad
- Predomina el excursionismo regional (Wikiloc: 140.854 rutas de MTB, frente a 1.622 de cicloturismo)

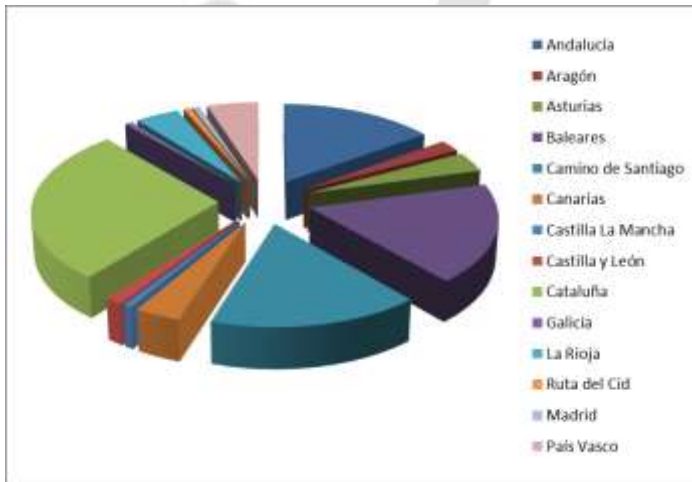
Tipos de rutas analizadas

- Vías pecuarias
- Sendas verdes
- Caminos naturales
- Sendas y centros IMBA
- Rutas desarrolladas por programas Leader
- GRs y senderos federativos
- Vías Verdes
- Espacios protegidos
- Sendas ciclistas Colmenar Viejo
- Otras rutas no incluidas en los programas anteriores

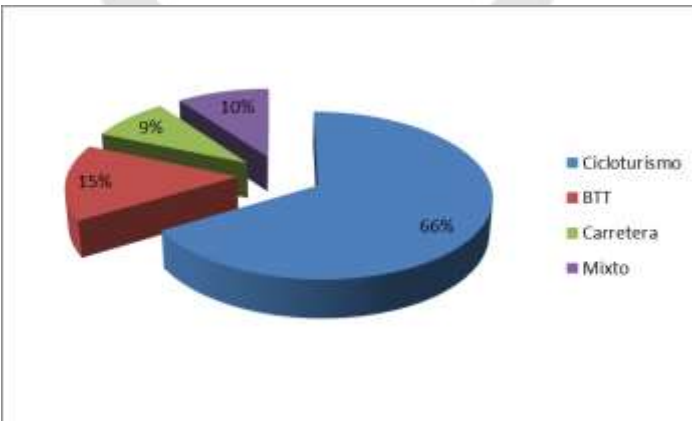
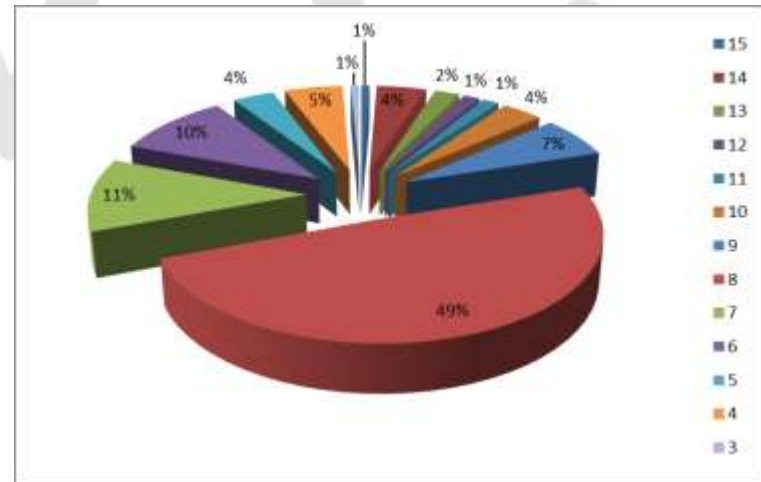
Análisis de la oferta. Paquetes de cicloturismo de operadores internacionales

Muestra de 140 paquetes

Destinos en los paquetes internacionales



Duración del viaje



Modalidad del viaje

Servicio	Porcentaje de operadores que ofrecen el servicio
Alojamiento	100
Desayuno	100
Comida	22,1
Cena	40%
Bicicleta	35%
Transporte interno	27,1
Transporte de equipajes	77,1

Servicios

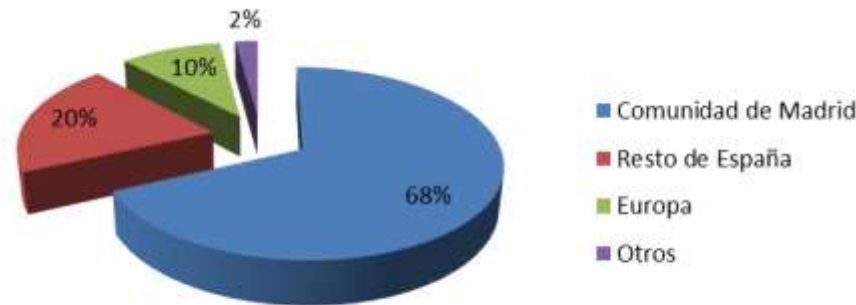
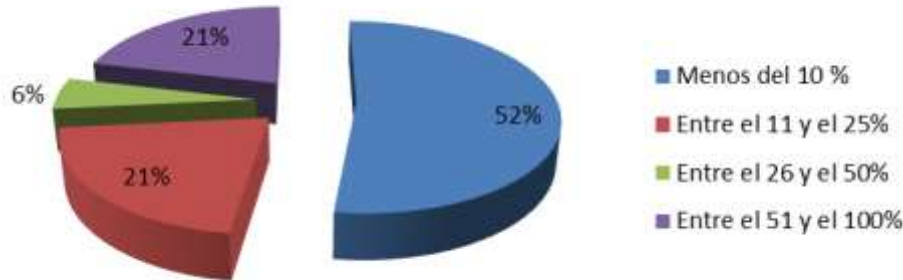
Análisis de la oferta.

Difusión y opiniones de empresarios

Se ha remitido un cuestionario a **160** empresarios
Se han obtenido 97 respuestas (**60,6 %**)

Un 47,4% manifiesta recibir habitualmente cicloturistas

% cicloturistas entre los clientes



% origen de los cicloturistas

El 40% considera que la bicicleta es la actividad principal de sus clientes

Los ciclistas traen los itinerarios preparados, aunque el 50% demanda información

Un 48% de empresarios considera que no tiene información suficiente

El 67% de los clientes viene en grupo de amigos. Sólo un 5% en familia.

El 82% de los clientes tiene entre 26 y 45 años

Los empresarios creen que la satisfacción del ciclista es buena (59%) o muy buena (20,2%)

97% le parece interesante la iniciativa, 3% no responde; no hay ningún no

El 93% estaría dispuesto a participar

El 88% considera necesario un sistema de organización

Datos de demanda

- Es una actividad en alza
- Se incrementa la venta de bicicletas
- Hay una relación directa entre el uso habitual de la bicicleta y el ocio en bicicleta
- En la actualidad es una actividad excursionista, pero se incrementa el viaje con pernoctación
- Los cicloturistas escogen preferentemente hoteles, casas rurales u hostales.
- Igualmente, requieren de buena información en origen, como factor determinante para seleccionar el destino.
- Prefieren rutas por caminos de tierra o tradicionales.

Perfil.

- Edad media entre 45 y 55 años
- El 50 % viaja en grupos de 2
- Nivel de ingresos entre 24.000 y 64.000 €
- Media de 60 km día
- 60% varones
- Gasto medio 57 €/día. Gasto total viaje 439 €
- Mayoritariamente nacional
- Realiza alguna actividad asociada
- Dedicar entre 6 y 7 horas a la actividad
- Pernocta preferentemente en hoteles, hostales y casas rurales
- Las motivaciones principales son practica de deporte y disfrute de la naturaleza.

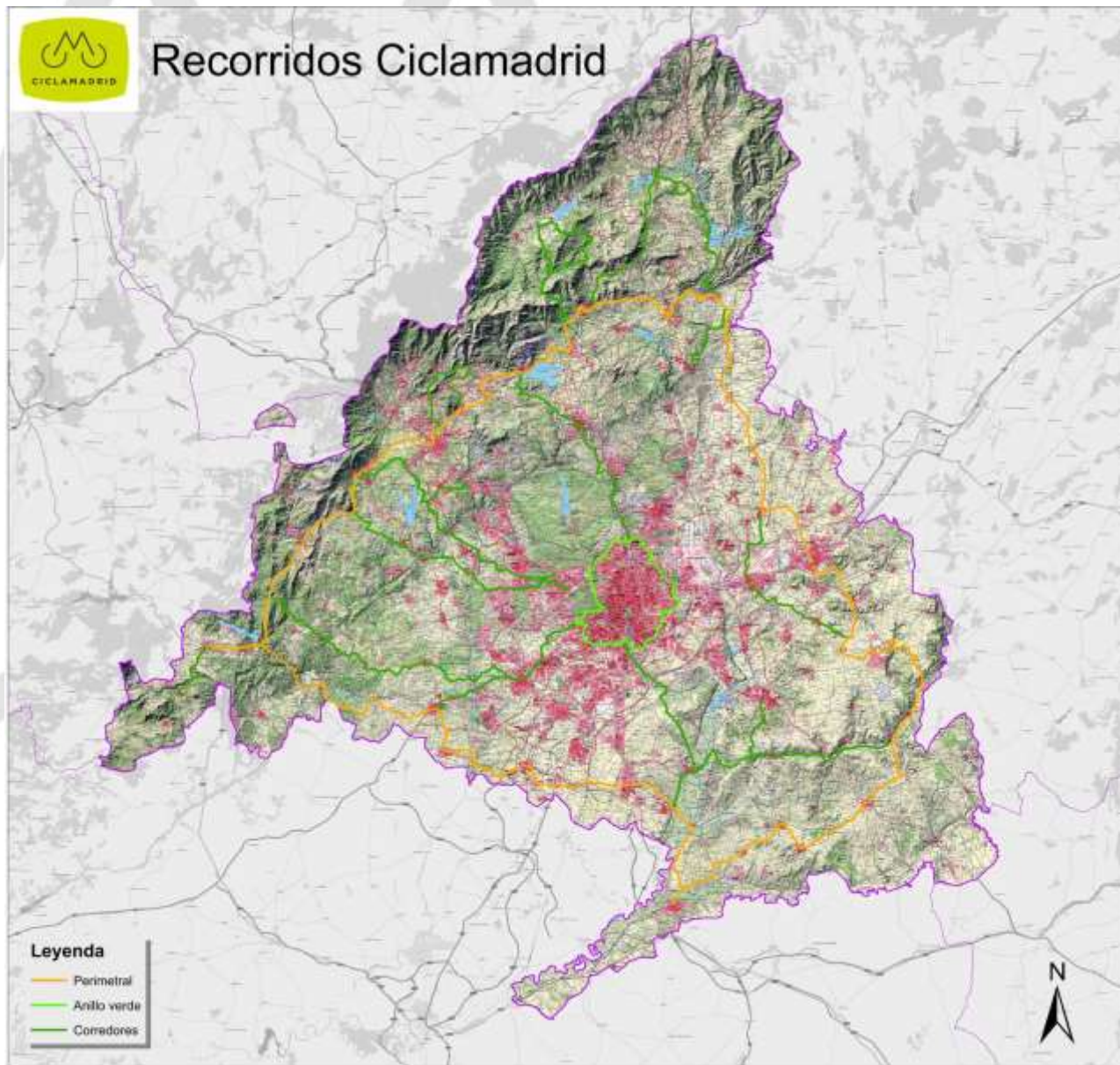
Otros factores importantes:

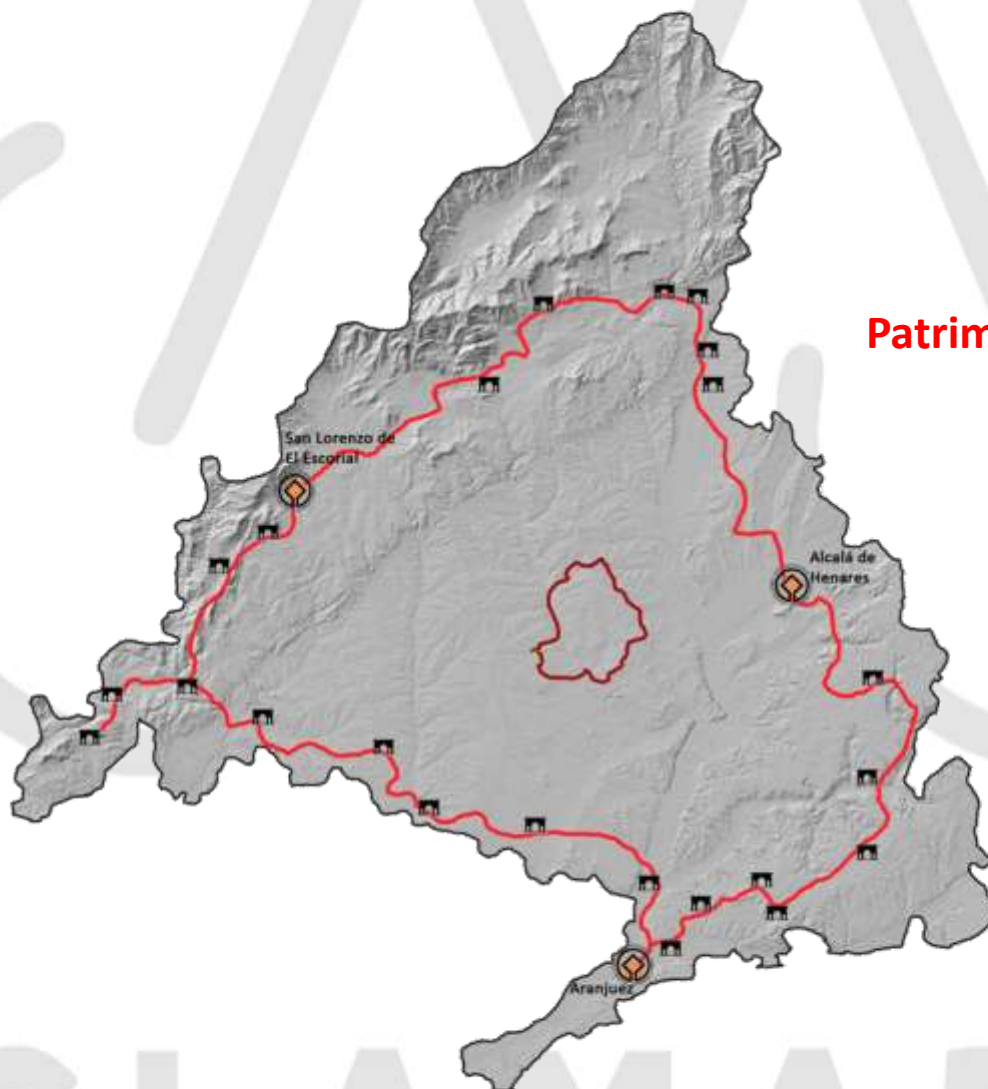
- Seguridad y continuidad de las rutas
- Poco tráfico rodado y facilidad del recorrido y perfiles suaves.
- Existencia de espacios naturales, pueblos y ciudades amables para el uso de la bicicleta.
- Buena información. Señalización e información interpretativa clara.
- Atractivo natural y su capacidad de generar desconexión de la vida diaria
- Variedad de la ruta
- Otros factores complementarios:
 - Calidad del alojamiento y adecuación a las necesidades
 - Hospitalidad
 - Fácil acceso a los servicios
 - Correcta información

Composición de CiclaMadrid

- Una **gran ruta circular** de 471 km. en la periferia de la región.
- Los **corredores** radiales que unen esta ruta con la ciudad de Madrid y su anillo ciclista, desde lugares con buenos servicios de comunicación de transporte público.
- Las variantes o alternativas que complementan la red.
El 100% discurre por rutas existentes, señalizadas y con mantenimiento (el 80% son Vías Pecuarias).
- Los nodos son los centros de atención y de oferta de servicios al turista

**Recorrido Periférico 471 Km
y corredores**





**Patrimonio Mundial en Madrid y
Bienes de Interés Cultural**

***PROPUESTA de organización:
Club de producto.***

Club de Producto

- **Creación de una asociación público- privada** de agentes implicados en el desarrollo de un producto turístico concreto.
- Su objetivo será garantizar la satisfacción de la demanda y la viabilidad de la asociación, a través de:
 - esfuerzo común, compartido y solidario
 - criterios de **calidad y sostenibilidad**
 - **requisitos** generales y específicos **de pertenencia**
 - creación de nuevos productos

Ente gestor del Club de Producto

Estructura su gestión en torno a cinco temas claves:

- Ser una herramienta de gestión de recursos, infraestructuras, promoción y comercialización
- Garantizar la viabilidad y funcionamiento del Club
- Favorecer la participación de todos los agentes implicados
- Contribuir a la vertebración turística del territorio
- Garantizar el nivel de fiabilidad y calidad del producto hacia el consumidor



Agentes

CONSENSO ENTRE LOS AGENTES IMPLICADOS

Sector público

- Administración regional
- Administración local
- Otras administraciones

Agentes territoriales

- Grupos de Acción Local
- Asociaciones turísticas y comarcales
- Otros organismos

Sector empresarial

- Asociaciones empresariales
- Empresarios

Posibilidades de negocio

- 9 millones de potenciales usuarios de bicicleta como actividad de ocio en el mercado español
- 80 millones de viajes de bicicleta de un día en España
- 890.000 viajes con pernoctación en España
- 2.300 millones de salidas de ocio en bicicleta en Europa.
- En Europa hay aproximadamente 20 millones de viajes cicloturistas.
- 44% de la economía generada por el mundo de la bicicleta se relaciona con el turismo.
- En Francia mueve del orden de los 2.000 millones de euros

Nodos y Áreas de influencia

Concepto de Nodo

Servirán de punto de referencia y coordinarán la prestación de servicios en el tramo correspondiente de la ruta.

Su papel es la de prestar apoyo técnico y comercial a los usuarios de la ruta.

Deben captar negocio, pero también repartir negocio.

Serán de gestión privada.

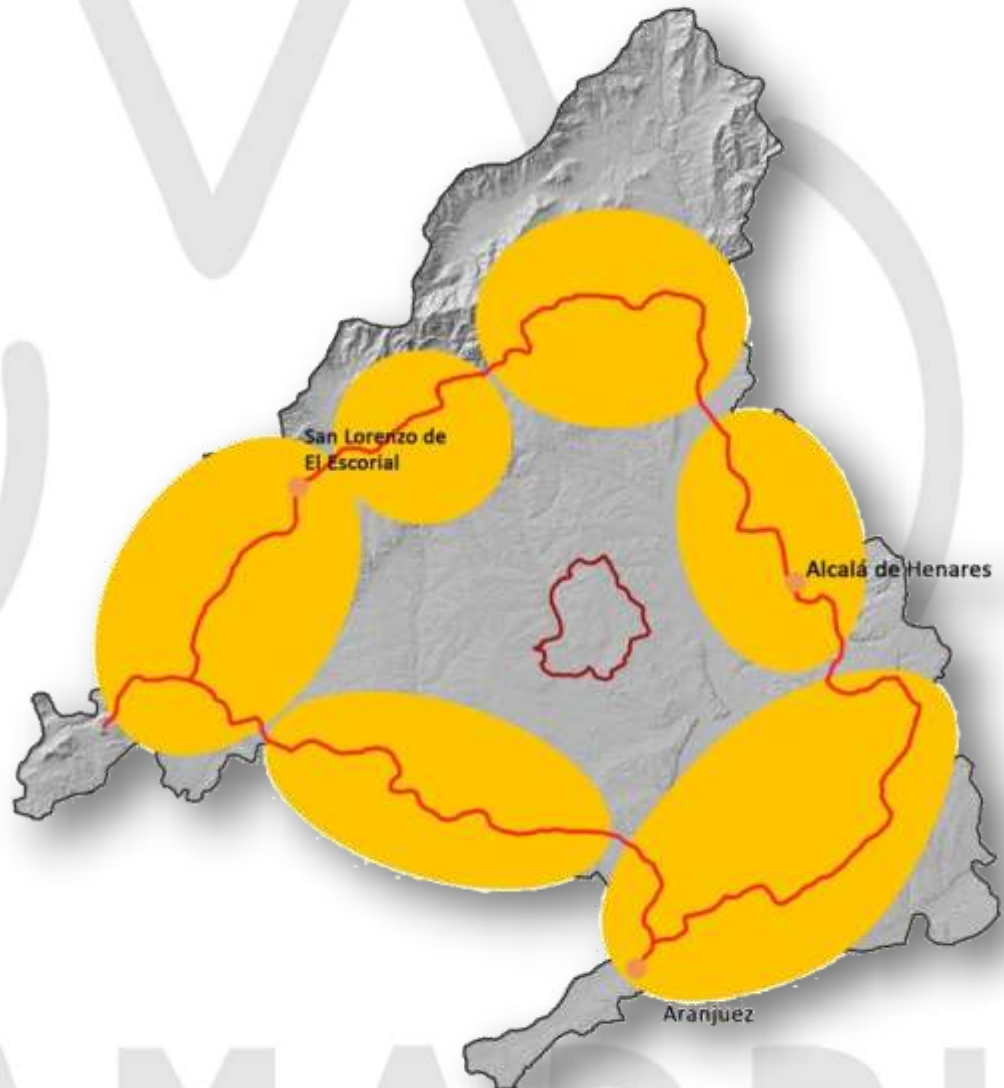




Imagen corporativa



- Buena identificación del mundo de la bicicleta
- Originalidad en las formas
- Fácil y versátil aplicación
- Independencia del símbolo



Buena convivencia con la imagen de la comunidad





Criterios:

- Será la imagen del producto y herramienta promocional
- Su calidad y conservación son emisores de la calidad del producto
- El menor impacto posible en el medio
- Aprovechamiento máximo de los ya instalados.
- La señalización en la ruta ha pasado a tener un carácter más secundario ante la aparición de las App.

