

ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE BOADILLA DEL MONTE

Ayuntamiento de Boadilla del Monte

(COMUNIDAD DE MADRID)

FASE 2: PARTICIPACIÓN PÚBLICA Y DIANÓSTICO



SEPTIEMBRE 2005



- 1. Objetivos y estructura de la sesión de trabajo**
- 2. Resumen del análisis realizado y expuesto en la sesión**
- 3. Primeras conclusiones**
- 4. Resultados**
- 5. Conclusiones**

1. Objetivos y estructura de la sesión de trabajo

2. Resumen del análisis realizado y expuesto en la sesión

3. Primeras conclusiones presentadas

4. Resultados

5. Conclusiones

1. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA DE LA SESIÓN DE TRABAJO

Objetivos

La jornada de participación pública-sesión de trabajo con la metodología SIR tiene dos objetivos de cara al Plan de Desarrollo de Turismo en Boadilla del Monte:

- Permitir la participación de todos agentes públicos y privados implicados en el sector turístico en Boadilla. Los agentes se sienten implicados desde el principio en la elaboración del Plan.
- Testar algunas variables que definen el modelo de desarrollo turístico de Boadilla, ajustar los resultados del análisis realizado en diferentes aspectos, y conocer la importancia de que los agentes turísticos dan a diferentes líneas de actuación a contemplar en el plan al objeto de marcar su ritmo de aplicación en el plan de acción.

Estructura sesión

A la convocatoria asistieron 24 personas vinculadas de una forma u otra al Plan de Desarrollo del Turismo de Boadilla del Monte.

La sesión de trabajo se estructuró en los siguientes apartados

- Presentación / Introducción a la sesión a cargo de la Concejal de Turismo
- Explicación metodología del Plan de Desarrollo del Turismo en Boadilla del Monte
- Presentación resultados del análisis interno y externo
- Primeras conclusiones
- Trabajo con elementos del análisis de la situación actual
- Trabajo con los componentes del análisis DAFO
- Resumen y conclusiones de la Jornada de Trabajo

1. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA DE LA SESIÓN DE TRABAJO

Aspectos a validar y testar entre los convocados

El cuestionario se realizó para cumplir con los siguientes objetivos:

- Identificar opiniones sobre el modelo turístico a seguir en el municipio de Boadilla del Monte y las tipologías de turismo a desarrollar por el municipio
- Identificar los mercados y segmentos de mercado prioritarios para el turismo en el municipio
- Ordenar en orden de importancia los principales retos turísticos para el buen desarrollo del plan del municipio.
- Priorizar las debilidades y fortalezas del sector turístico en el municipio al objeto de “enfocar” el análisis DAFO realizado.
- Conocer la percepción del papel de la iniciativa pública y la privada en el desarrollo del sector turístico en Boadilla del Monte y en el Plan de Desarrollo del Turismo en el municipio
- Conocer la importancia que los actores públicos y privados del turismo en Boadilla le dan a diferentes variables de gestión y desarrollo del turismo, y conocer la opinión sobre el grado de desarrollo de las mismas variables al objeto de identificar las líneas prioritarias que el Plan debería de contemplar.

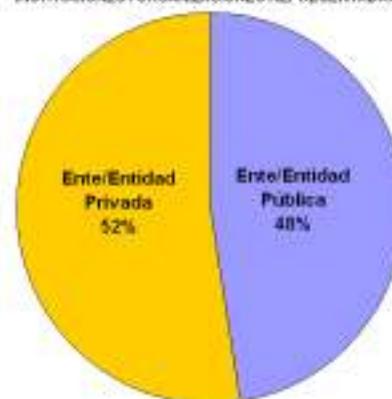
En la siguiente página figura el listado de asistentes, la participación estuvo representada de forma equilibrada por parte de la administración pública, con un 48% de los asistentes, y el sector privado con un 52%.

1. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA DE LA SESIÓN DE TRABAJO

PARTICIPANTES EN LA SESIÓN DE TRABAJO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE BOADILLA DEL MONTE

Actividad	Nombre empresa	Contacto	Cargo
Secretaría del Alcalde	Ayuntamiento		Secretaría del Alcalde
Concejalía de Urbanismo	Ayuntamiento	Sr Francisco Díaz La Torre	Concejal
Concejalía de Hacienda, Patrimonio	Ayuntamiento	Sr Juan Jesús Siguero Aguilar	Concejal
Concejalía de Formación y Empleo, Comercio, Transporte, Movilidad Urbana	Ayuntamiento	Sra Belén Húmera Contreras	Concejal
Concejalía de Deportes	Ayuntamiento	Sr José Alfonso Rodríguez	Concejal
Concejalía de Deportes	Ayuntamiento	Sra Sivia Cañete	Directora de Área
Concejalía de Sanidad y Consumo	Ayuntamiento	Sra Alicia Asensio Arévalo	Concejal
Concejalía de Cultura y Festejos	Ayuntamiento	Sr Paco Pastor	Concejal
Concejalía de Cultura y Festejos	Ayuntamiento	Sra Inmaculada	Gerente
Concejalía de Juventud, Menor y Turismo	Ayuntamiento	Sra Miriam Villares	Concejal
Asesora para Relaciones Institucionales y Turismo	Ayuntamiento	Srta Laura Samaniego	Asesora de Turismo y Relaciones Institucionales
Prensa y Visita guiada del Palacio del Infante D. Luis	Ayuntamiento	Sr Javier Castellano Garrido	Director de publicaciones
Prensa	Ayuntamiento		Técnica de Prensa
Ayuntamiento	Ayuntamiento	Sra Lucia	
Complejos deportivos	Club ATP	Sra Maribel Muñoz	Directora Comercial y Marketing
Hoteles	El Convento	Sr Javier Sánchez	Director
Hoteles	Hotel Partner Boadilla Palacio	Sr David Muñoz	Director
Hoteles	Sede de la cadena de hotel Partner	Sr Navil Lamarky	Jefe de Ventas
Restaurantes	Restaurante Salones Oma	Sra Isabel Gómez	
Restaurantes	La Cañada	Sr Fernando Verdasco	Responsable
Restaurantes	La Cañada	Sr Omar Navas	
Restaurantes	La Gasterea	Sr Alfredo de la Vera Sánchez	Responsable
Restaurantes	La Hosteria del Antiguo Convento	Sr. José M ^o Bonilla	Director Hotel y Hostería
Complejos deportivos	Club Deportivo Bonanza	Sr Trianes	Director
Otro	Ciudad financiera Grupo Santander	Belén	Relaciones Institucionales
Otro	Ciudad financiera Grupo Santander	Marisa	Relaciones Institucionales
Comerciantes	Asociación Comerciantes del Casco Antiguo	Sra Gema Zujasti	Directora del Centro Comercial El Palacio
Comerciantes	Asociación Comerciantes del Zoco de Boadilla	Sra Almudena	Gerente

INSTITUCIONES | ORGANIZACIONES REPRESENTADAS



1. Objetivos y estructura de la sesión de trabajo

2. Resumen del análisis realizado y expuesto en la sesión

3. Primeras conclusiones presentadas

4. Resultados

5. Conclusiones

2. RESUMEN DEL ANÁLISIS

La primera parte de la sesión de trabajo tuvo por objetivo el dar a conocer a los asistentes las variables básicas de Boadilla para el desarrollo del sector turístico de tal manera que les sirviera para argumentar y reforzar sus opiniones a testar en la segunda parte de la reunión.

A continuación se expone un resumen de los principales aspectos expuestos.

- ❑ El término municipal de Boadilla del Monte está favorecido por su proximidad a Madrid Capital, a tan solo 15 Km. de distancia.
- ❑ El entorno natural de Boadilla del Monte, que incluye el Monte de Boadilla y el Parque Regional del Río Guadarrama, es de gran valor paisajístico y faunístico. El municipio es conocido como el tercer pulmón de la Comunidad de Madrid
- ❑ Pertenece a la Región Oeste Metropolitano de la Comunidad de Madrid, que se caracteriza por su población joven, un tamaño medio del hogar alto y su alto nivel económico con respecto a la media de la Comunidad de Madrid.
- ❑ Boadilla del Monte ha duplicado su población en los diez últimos años y está rodeado por municipios de gran tamaño poblacional como Alcorcón, Pozuelo de Alarcón, Las Rozas y Majadahonda.
- ❑ La alta calidad de vida que ofrece Boadilla atrae a muchas familias jóvenes. Más de 50% de su población tiene menos de 35 años y el grupo de edad de menos de 5 años representa un 8,5% de la población, un 5,23% para la Comunidad de Madrid.

2. RESUMEN DEL ANÁLISIS

- ❑ Boadilla del Monte ha sufrido de su mala conexión con Madrid Capital y con el resto de la Comunidad de Madrid. Sin embargo, las vías de comunicación van mejorando, en particular con la inauguración de la M-50 y la próxima llegada del metro ligero en 2007 que, sin duda, tendrán un fuerte impacto en el tejido empresarial, industrial y residencial del municipio.
- ❑ Boadilla del Monte, junto con los municipios de Pozuelo de Alarcón, Las Rozas, Majadahonda y Villanueva de la Cañada cuentan con la mayor renta per cápita de la Comunidad de Madrid. La zona Oeste Metropolitana tiene una renta disponible bruta per cápita que se sitúa un 39% por encima de la media regional.
- ❑ El nivel económico de Boadilla del Monte es muy alto. Dentro de la economía del municipio se destaca el sector Servicios que representa un 56,46% de las unidades locales. Además, el sector terciario se ve reforzado por la reciente implantación de la Ciudad Grupo Santander y de varios proyectos de equipamientos de ocio y deportivos.
- ❑ El 75% de las viviendas son residencias principales.
- ❑ En los últimos años el número de urbanizaciones, y la extensión ocupada por las mismas, ha crecido de forma muy importante.
- ❑ Boadilla del Monte está en crecimiento ahora mientras que sus municipios colindantes como Las Rozas, Majadahonda, Pozuelo de Alarcón, Alcorcón tienen ya infraestructuras, una oferta deportiva, cultural, comercial, etc. organizadas y consolidadas.

2. RESUMEN DEL ANÁLISIS

- ❑ En la actualidad el sector turístico tiene un peso muy reducido en la economía de la zona. Sin embargo, en el caso de Boadilla del Monte, esto está evolucionando. Al nivel de turismo de negocio, los Polígonos locales y la Ciudad Grupo Santander generan un impacto positivo para la economía del municipio, en particular para los restaurantes, los hoteles y los centros deportivos.
- ❑ El Monte de Boadilla y el Parque Regional del Río Guadarrama ocupan una importante porción del territorio municipal. El 30,5% del territorio municipal es superficie protegida por el Monte. A eso hay que añadir la importante porción del Parque Regional que se ubica en el municipio de Boadilla.
- ❑ En la actualidad, el Monte de Boadilla se utiliza para actividades de diferentes tipos: recreativa, deportiva, lúdico-cultural y científica. Se prevé la realización de un plan de ordenación. Constituye un proyecto integral de utilización pública con un acceso restringido que deberá cumplir un objetivo tanto medio ambiental como cultural. No existe ningún centro de educación medio ambiental en la zona colindante a Boadilla. Aparte de Majadahonda, que mediante su Patronato Monte del Pilar organiza muchas actividades, no hay ninguna competencia.
- ❑ De momento, Boadilla del Monte no es un destino para la práctica de actividades de turismo vinculado con el deporte, pero cuenta con centros deportivos privados que tienen el objetivo de desarrollar actividades deportivas.
- ❑ La cercanía a Madrid Capital es un activo, desde el punto de vista de público potencial, pero un pasivo desde el punto de vista de que su cercanía y fácil accesibilidad hacen que Boadilla del Monte sea difícilmente perceptible como un destino de turismo de naturaleza en sí mismo.

2. RESUMEN DEL ANÁLISIS

- ❑ Tanto el Monte de Boadilla como el Parque Regional del Río Guadarrama y las vías pecuarias desarrollan, en comparación con su potencial, pocas actividades. Ahí existe probablemente una buena oportunidad para el desarrollo de producto.
- ❑ Existen infraestructuras turísticas de gran calidad como el hotel Antiguo Convento de Boadilla, salas de reuniones, restaurantes, centros deportivos, golfs, spas, reconocido patrimonio e historia.
- ❑ Boadilla del Monte es un sitio con historia que tiene tres Bienes de Interés Cultural: el conjunto histórico del Palacio del Infante Don Luís de Borbón y sus jardines y el Convento de las Carmelitas Descalzas, así como zonas arqueológicas de gran valor histórico. La aportación de Don Luís de Borbón, Ventura Rodríguez, Francisco de Goya, Luís Paret y Alcázar, Luigi Boccherini y más recientemente Alfredo Kraus, la existencia de construcciones de arquitectura religiosa y obra civil de valor, el Museo Histórico de la Informática, fiestas y eventos, son los principales elementos culturales de Boadilla del Monte.
- ❑ El Palacio del Infante Don Luís de Borbón, cuya historia está relacionada con la Familia Real, tiene un aspecto de real sitio, pero necesitaría para su aprovechamiento turístico una restauración del edificio así como de sus jardines. Gracias al nuevo plan de peatonalización, toda la zona del Palacio, de alto valor histórico y arquitectónico, se potenciará. Este plan dinamizará el casco histórico, el conjunto histórico se verá ensalzado.
- ❑ Al nivel de patrimonio cultural, entre los municipios colindantes con Boadilla del Monte destacan Villaviciosa de Odón con 5 Bienes de Interés Cultural y su historia vinculada igualmente con la Familia Real, Brunete y Alcorcón por sus cascos antiguos y Villanueva de la Cañada por su castillo.

2. RESUMEN DEL ANÁLISIS

- ❑ La programación cultural del municipio es bastante activa. En general, en los eventos y fiestas, participan solamente los habitantes de Boadilla. El Festival de Jazz es el evento con más potencial para atraer a gente de fuera y podría representar un atractivo turístico. Además, a nivel de instalaciones culturales, el nuevo equipamiento de la Casa de Juventud y el Menor de Boadilla del Monte incluirá un auditorio para 400 personas. También se puede contar con el auditorio de la Ciudad Grupo Santander, con aforo para 1000 personas.
- ❑ A nivel de programación cultural y exposiciones, Pozuelo de Alarcón, Alcorcón, Las Rozas y Majadahonda, cuyos presupuestos e instalaciones son importantes, tienen una programación amplia y consolidada que atrae a gente de fuera. El municipio de Boadilla del Monte es uno de los pocos municipios de la zona que no pertenece a la Red de Exposiciones Itinerantes de la Comunidad de Madrid.
- ❑ El Museo Histórico de la Informática fue inaugurado en diciembre de 2004 y está destinado en su mayoría a grupos de escolares. Por falta de medios financieros, el museo tiene a día de hoy un tamaño reducido y un número de visitantes muy bajo. Sin embargo, su alto valor cultural podría presentar un gran potencial. Por ejemplo, para grupos de jóvenes, el museo podría complementar a la oferta deportiva y a la oferta cultural y de turismo activo.
- ❑ La oferta de alojamiento hotelero (125 plazas) está compuesta de un hotel de 4 estrellas y dos de 3 estrellas que pertenecen a la cadena Partner. Con el desarrollo del Polígono Prado del Espino y la inauguración de la M-50, el número de establecimientos ha aumentado en los últimos años. Las Rozas, Alcorcón, y Pozuelo de Alarcón concentran una buena parte de la oferta hotelera de la zona colindante con Boadilla del Monte. En breve se esperan nuevas aperturas en Pozuelo de Alarcón y Villaviciosa de Odón.

2. RESUMEN DEL ANÁLISIS

- ❑ A nivel del municipio, la oferta de plazas en otro tipo de alojamiento, como aparthotel, apartamentos turísticos, campings y casas de turismo rural es inexistente.
- ❑ El Antiguo Convento de Boadilla del Monte dispone solamente de 17 habitaciones y suites, pero constituye un atractivo en sí mismo para un gran número de turistas, tanto nacionales como internacionales. Realiza importantes esfuerzos en promoción.
- ❑ Aunque la gastronomía no es un elemento cultural diferencial en Boadilla del Monte, el término municipal cuenta con una oferta de restauración amplia y de alta calidad. El número de restaurantes se considera correcto en relación con el nivel de población. Sin realizar muchos esfuerzos en promoción, pueden atraer a gente de los municipios colindantes, de Madrid Capital y en algunos casos de toda la Comunidad de Madrid. Además, es previsible que se amplíe, gracias sobre todo al impacto de la Ciudad Grupo Santander donde aproximadamente 7000 personas vienen a trabajar cada día.
- ❑ La Ciudad Grupo Santander es un proyecto único en su concepción y modélico en su desarrollo. Desde el punto de vista de arquitectura, imagen, uso de alta tecnología, paisajismo y medio ambiente, la Ciudad Grupo Santander constituye ya un atractivo para Boadilla del Monte.
- ❑ La oferta de salas de reuniones está en plena ampliación, tanto al nivel de los restaurantes como de los centros deportivos. Los centros deportivos tienen como objetivo ofrecer un producto integral incluyendo la posibilidad de organizar reuniones, aprovechar una restauración de alta calidad y combinar la jornada de trabajo con el deporte mediante la amplia oferta de instalaciones y el descanso en los Spas.

2. RESUMEN DEL ANÁLISIS

- ❑ La oferta de centros deportivos, tanto públicos como privados, representa un atractivo importante para Boadilla del Monte. Es también esencial subrayar que el municipio se promociona como “Ciudad del Deporte”. Además, la próxima inauguración del centro Atlantal, del nuevo Club ATP, la ampliación del Golf público Las Rejas y los varios proyectos de complejos deportivos públicos añaden una oferta de ocio y deportiva muy importante para el municipio.
- ❑ A diferencia de Villaviciosa de Odón y Majadahonda, Boadilla del Monte no dispone de centros de enseñanza de español.
- ❑ Aunque las actuaciones destinadas a los Niños realizadas desde las diferentes Concejalías del Ayuntamiento son numerosas, de una gran variedad y de buena calidad, las actividades propuestas son para los niños del municipio. Existe potencial de atracción en el Monte de Boadilla, los centros deportivos y la programación de teatro infantil. Boadilla del Monte está rodeado por una oferta de centros de ocio y centros especializados en público infantil bastante amplia.
- ❑ Boadilla del Monte no se destaca por su oferta comercial. Aunque la zona del Sector B con tiendas, restaurantes y bares presenta un atractivo y que la nueva peatonalización permitirá mejorar el casco urbano, el municipio cuenta con un porcentaje alto de comercio tradicional, representando un 14% más que la media regional. No posee centros comerciales de gran superficie. Se encuentra en la zona de influencia de los centros comerciales de Alcorcón, Las Rozas, Majadahonda y Pozuelo de Alcorcón. Además, el mercadillo de Majadahonda atrae los martes y sábados a gente local como de Madrid Capital.
- ❑ El Ayuntamiento de Boadilla del Monte ha puesto en marcha un Plan de Dinamización del Comercio de Boadilla.

- 1. Objetivos y estructura de la sesión de trabajo**
- 2. Resumen del análisis realizado y expuesto en la sesión**
- 3. Primeras conclusiones presentadas**
- 4. Resultados**
- 5. Conclusiones**

3. PRIMERAS CONCLUSIONES

- ❑ En la actualidad Boadilla del Monte no puede considerarse como un destino turístico. Sin embargo, es un sitio agradable en pleno desarrollo. Posee una cierta variedad de recursos naturales (Monte y Parque Regional) y turísticos (centros deportivos, Palacio y su conjunto histórico, zonas arqueológicas, Ciudad Grupo Santander, peatonalización del casco urbano) para su explotación turística. Existirá una oportunidad de combinar productos turísticos, Palacio + Monte por ejemplo. Presentará también un potencial para la realización de actividades deportivas, de turismo activo y de turismo de negocio. Sin embargo, la oferta deberá estructurarse e integrarse para después ponerse en valor en clave turística. La oferta de Boadilla podrá interesar tanto a empresas como a particulares.
- ❑ El Monte de Boadilla y el Palacio con sus jardines podrían representar un atractivo en sí mismos. Son los símbolos de la historia de Boadilla del Monte. El proyecto de ordenación para el Monte impulsará un dinamismo que hace falta todavía. Para utilizar el Palacio y sus jardines como un recurso turístico, es necesario restaurarlos y dotarlos de un proyecto turístico – cultural de nivel, que complemente las otras facetas del turismo en Boadilla.
- ❑ A nivel del comercio existe el reto de dinamizar el casco urbano, potenciando sus condiciones para desarrollar el turismo.
- ❑ La cercanía y fácil accesibilidad a Madrid así como al resto de la Comunidad (con la M-50 y el futuro metro ligero) es un activo, desde el punto de vista de público potencial. Existe una gran oportunidad para desarrollarse como una ubicación turística satélite de Madrid Capital (como El Escorial, Toledo, Chinchón, Segovia). En ese aspecto es importante trabajar para potenciar el excursionismo, sobre todo el de los habitantes de la Comunidad de Madrid. Boadilla del Monte constituye un sitio agradable para venir a pasear o a disfrutar de actividades para un día y durante los fines de semana. Pero, al mismo tiempo, es importante subrayar que el municipio como sus habitantes quieren un turismo de calidad y que no aceptarán un turismo de masa.

3. PRIMERAS CONCLUSIONES

- ❑ El gran potencial que representa la Ciudad Grupo Santander, tanto a nivel de recurso turístico como de clientela potencial, es muy importante. El Ayuntamiento y los comerciantes deben colaborar para proponer a los empleados de la Ciudad Grupo Santander, aproximadamente 7.000 personas, una oferta adecuada para que se queden en el municipio, y vengan a visitarlo con familiares y amigos en su tiempo de ocio.
- ❑ Boadilla es un destino completo a todos los niveles, con actividad propia y activos turísticos importantes por desarrollar. Existe una clara oportunidad para convertirse en el líder del turismo en la zona Oeste Metropolitana, marcando las pautas del modelo de desarrollo e innovando en oferta.
- ❑ Boadilla del Monte con los eslóganes del Ayuntamiento "Boadilla, siempre verde" y "Boadilla del Monte, Ciudad del Deporte" tiene dos puntos fuertes sobre los que trabajar, y tiene el reto de saber aprovechar dos de las connotaciones, que pueden ser positivas o negativas, relacionadas con su imagen: la de "municipio exclusivo y caro" y la de "Ciudad Grupo Santander".
- ❑ A nivel de producto, Boadilla tiene potencial para desarrollar actividades alrededor de la Historia y la Cultura, la Naturaleza y el Turismo Activo, y el Deporte, sin olvidar que tiene todos los elementos para desarrollar progresivamente el segmento de turismo de negocio.
- ❑ En todos los casos, es necesario desarrollar infraestructuras y equipamientos, y también productos concretos, tanto desde el punto de vista público como privado, y una estructura de gestión turística que, a día de hoy, está en un estado incipiente.

3. PRIMERAS CONCLUSIONES

- El posicionamiento turístico de Boadilla del Monte estará fuertemente condicionado por su capacidad de desarrollo de producto turístico en términos de actividades y la relación de éste con el desarrollo de oferta de alojamiento que, estamos seguros, se irá produciendo progresivamente en los próximos años. La presencia de la Ciudad del Santander generará una dinámica económica que ha de beneficiar necesariamente al sector, y es importante que la apertura de nuevos negocios de alojamiento y restauración puedan aportar, en sí mismos, prestigio a la marca de Boadilla, ayudando al desarrollo del sector.

- 1. Objetivos y estructura de la sesión de trabajo**
- 2. Resumen del análisis realizado y expuesto en la sesión**
- 3. Primeras conclusiones presentadas**
- 4. Resultados**
- 5. Conclusiones**

4. RESULTADOS

El cuestionario realizado se dividió en los siguientes bloques de preguntas, a continuación se exponen las preguntas y los resultados:

Bloque 1-Introducción.

Tipo de turismo a potenciar en Boadilla del Monte

Cuestiones de base para fijar el modelo de desarrollo turístico en el municipio

Principales retos para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Bloque 2-Mercado

Identificación de mercados y segmentos objetivo a los que se tendrían que dirigir los esfuerzos en promoción y comercialización de la oferta turística

Bloque 3- DAFO

Identificación de los tres principales puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Bloque 4- Generales

Conocer la opinión de las personas / entidades vinculadas con el sector turístico sobre el papel de la iniciativa pública y privada para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Conocer las prioridades sobre el tipo de turismo a desarrollar y el modelo para su desarrollo

Bloque 5- Variables básicas

Conocer el grado de importancia de diferentes variables básicas para el desarrollo del turismo y su grado de desarrollo en la actualidad al objeto de priorizar las líneas de actuación a contemplar en el Plan

4. RESULTADOS

❑ **Bloque 1-Introducción.**

Tipo de turismo a potenciar en Boadilla del Monte

Cuestiones de base para fijar el modelo de desarrollo turístico en el municipio

Principales retos para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

4. RESULTADOS

Bloque 1-Introducción. Tipo de turismo a potenciar en Boadilla del Monte

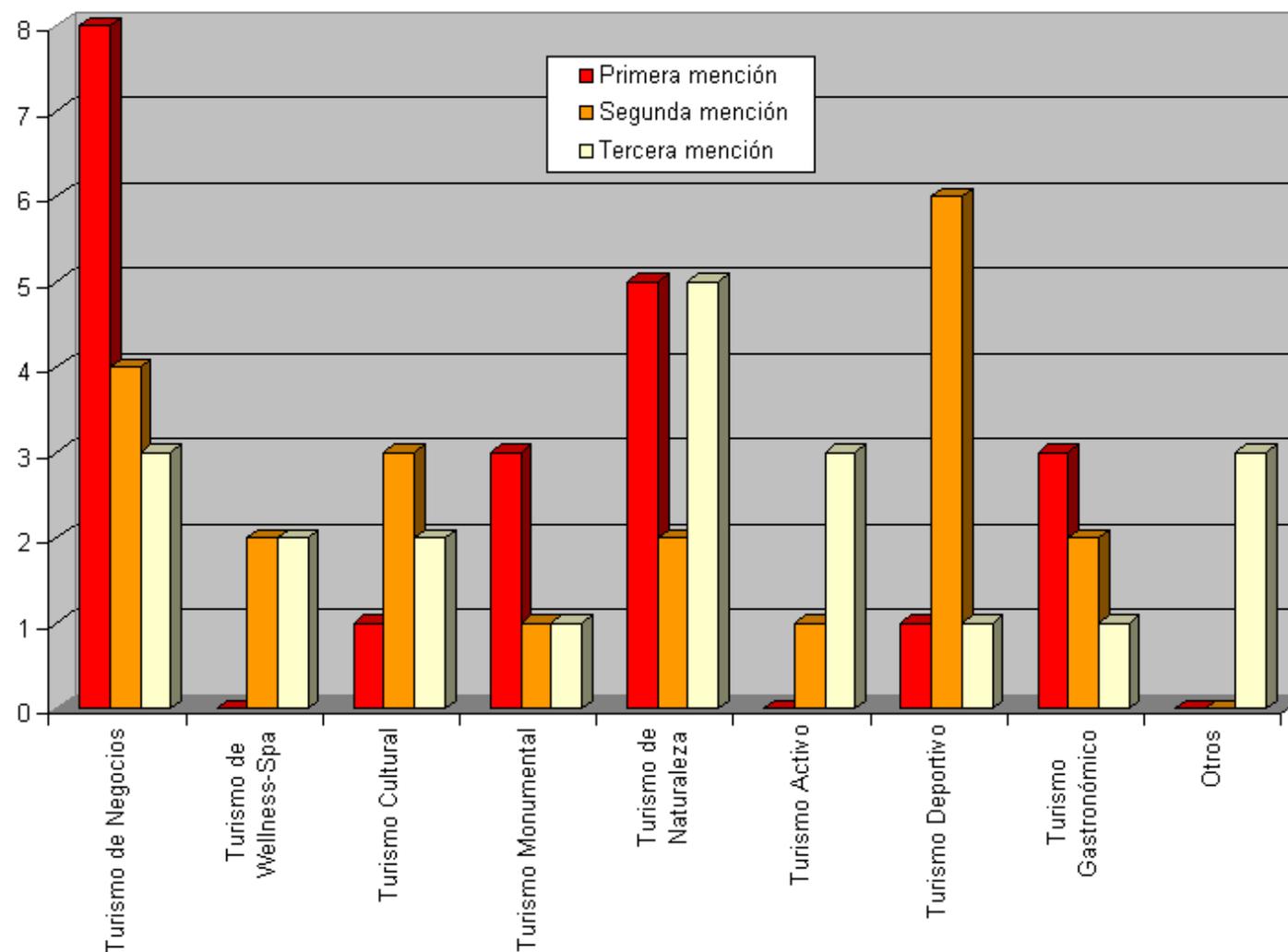
En su opinión, ¿qué tipo de turismo se tendría que potenciar en Boadilla del Monte?

Identifique los tres más importantes:

- Turismo de Negocios
- Turismo de Wellness-Spa
- Turismo Cultural
- Turismo Monumental
- Turismo de Naturaleza
- Turismo Activo
- Turismo Deportivo
- Turismo Gastronómico
- Otros

4. RESULTADOS

¿Qué tipo de turismo se debería de potenciar en Boadilla del Monte?



4. RESULTADOS

Bloque 1-Introducción. Tipo de turismo a potenciar en Boadilla del Monte

Primera mención.

El 38% de los participantes cree que el turismo que se ha de potenciar de forma prioritaria en Boadilla del Monte tiene que ser el turismo de negocios, el 24% de los participantes creen que se debería de potenciar el turismo de naturaleza

Segunda mención.

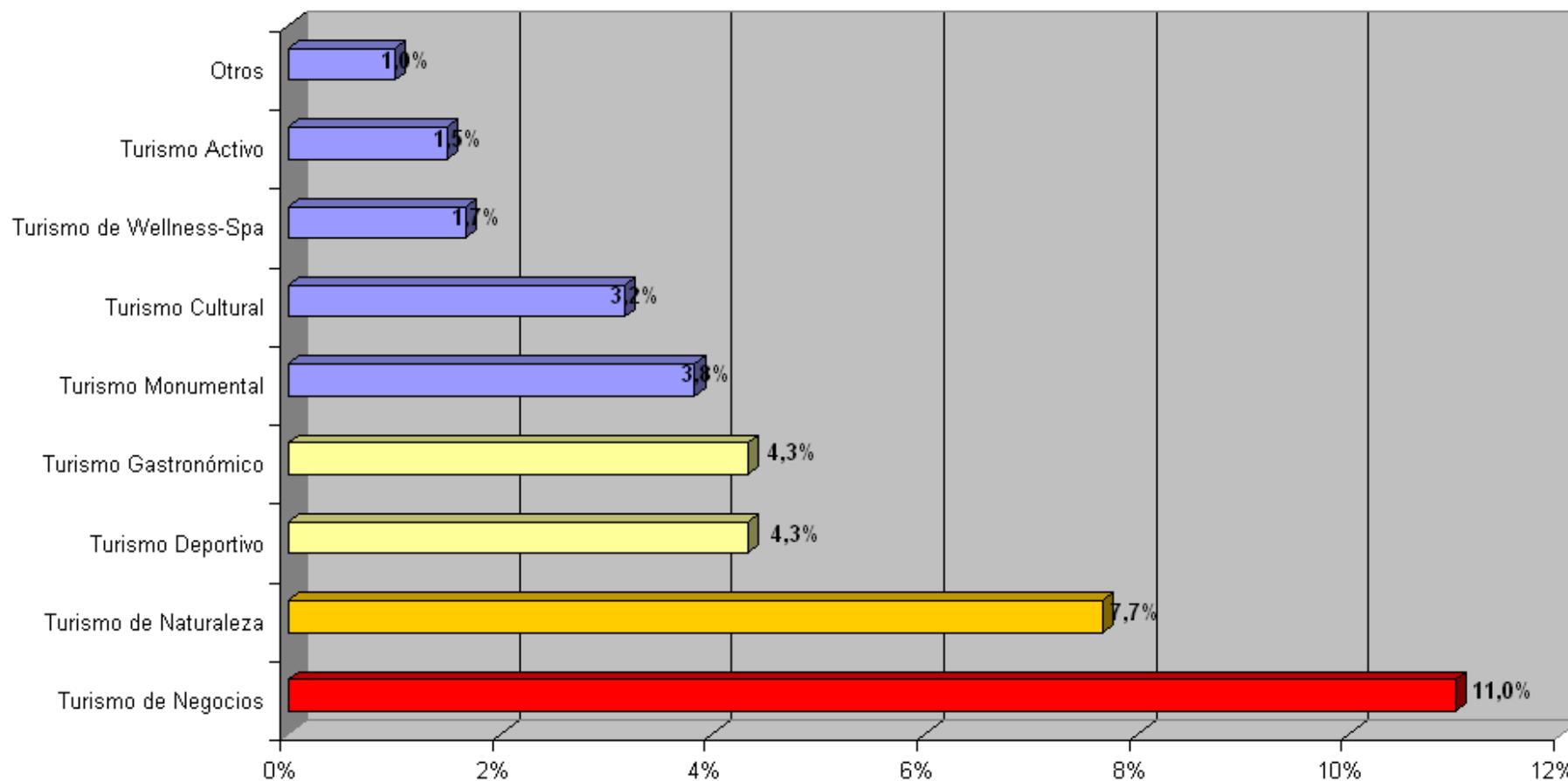
El 29% de los participantes cree que hay que potenciar como segunda opción el turismo deportivo, y el 19% el turismo de negocios

Tercera mención.

El 24% de los participantes cree que hay que potenciar como tercera opción el turismo vinculado con el deporte, el turismo de negocios y de naturaleza son las siguientes tipologías de turismo más votadas en tercera mención con un 14%.

4. RESULTADOS

Tipo de turismo a potenciar en Boadilla del Monte. Ponderado



4. RESULTADOS

Bloque 1-Introducción. Tipo de turismo a potenciar en Boadilla del Monte

- Para los participantes el turismo de negocios es el principal tipo de turismo a potenciar en Boadilla del Monte, el segundo tipo de turismo a potenciar es el turismo vinculado con la naturaleza, en tercer lugar se encuentran el turismo vinculado con el deporte y el turismo gastronómico.

- Esta respuesta coincide con los principales recursos y variables resultado del análisis realizado.

4. RESULTADOS

Bloque 1-Introducción. Cuestiones de base para fijar el modelo de desarrollo turístico en el municipio

Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

El turismo ha de ser una prioridad para Boadilla

Es necesario atraer mucho turismo, cuanto más mejor

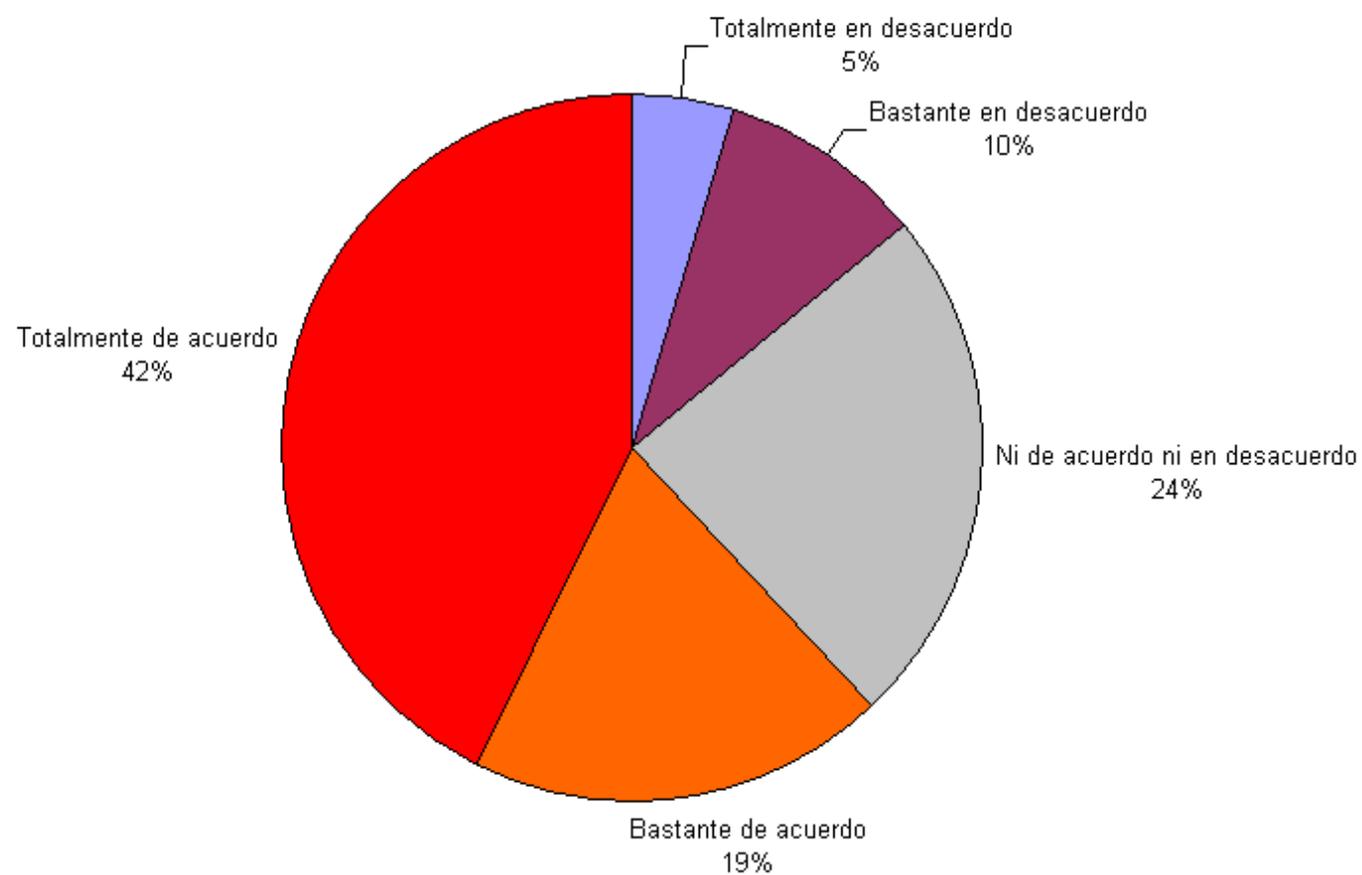
Es necesario captar segmentos específicos de mercado:

Es necesario atraer a los grandes grupos turísticos (NH, Melia, etc)

Es necesario proteger los espacios naturales

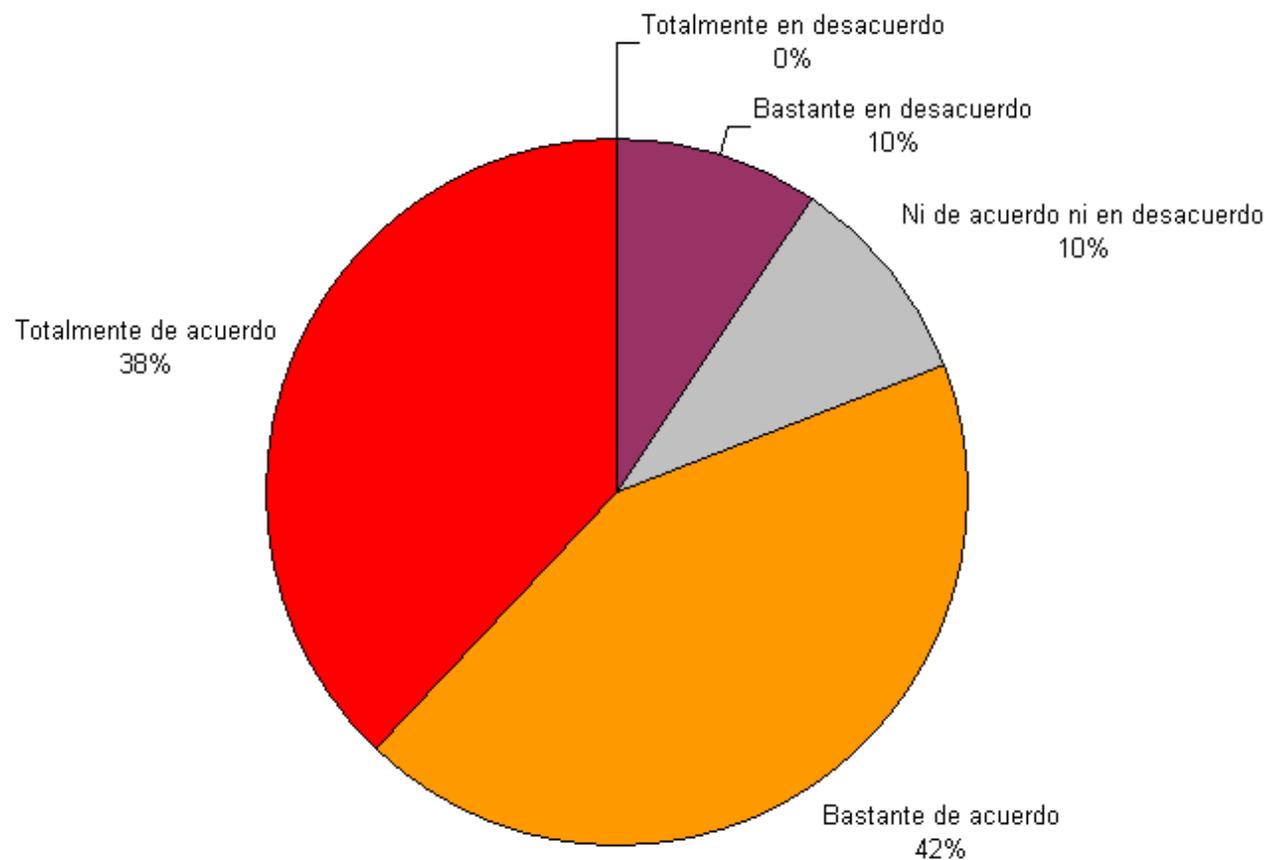
4. RESULTADOS

El turismo ha de ser una prioridad para Boadilla del Monte



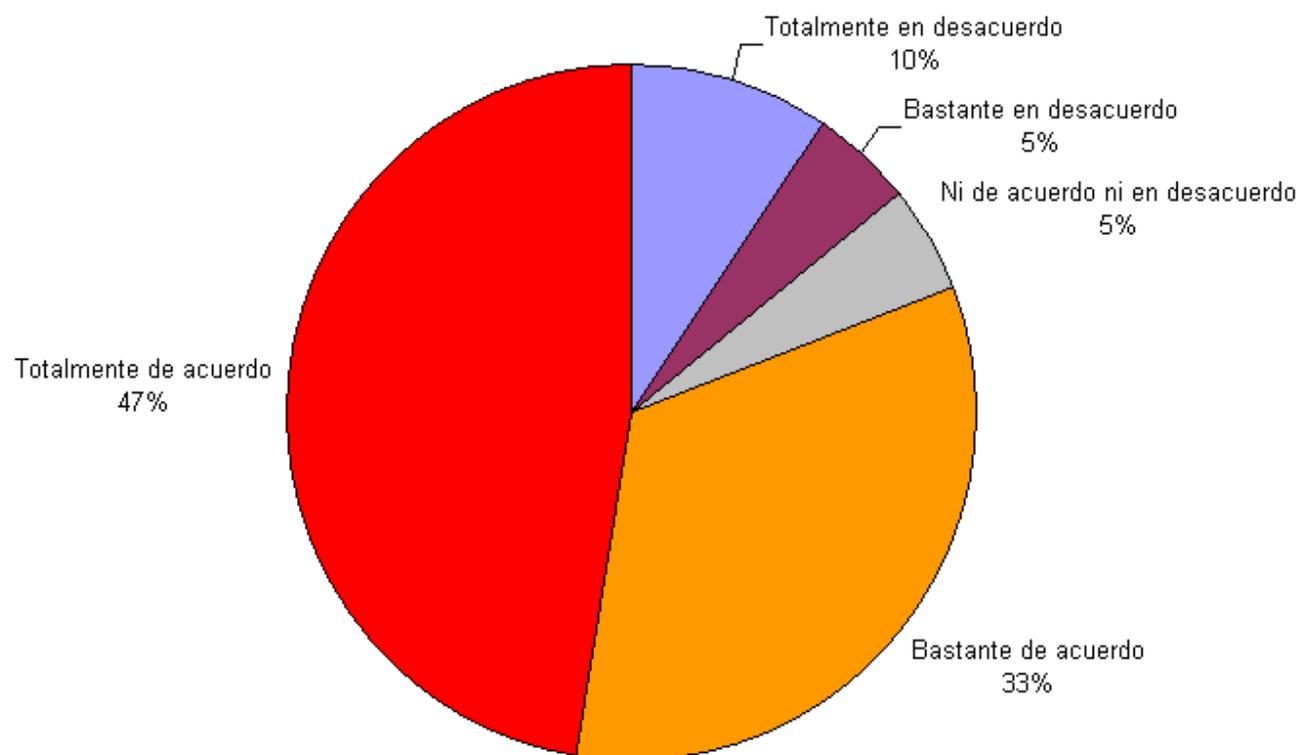
4. RESULTADOS

Es necesario atraer mucho turismo, cuanto más mejor



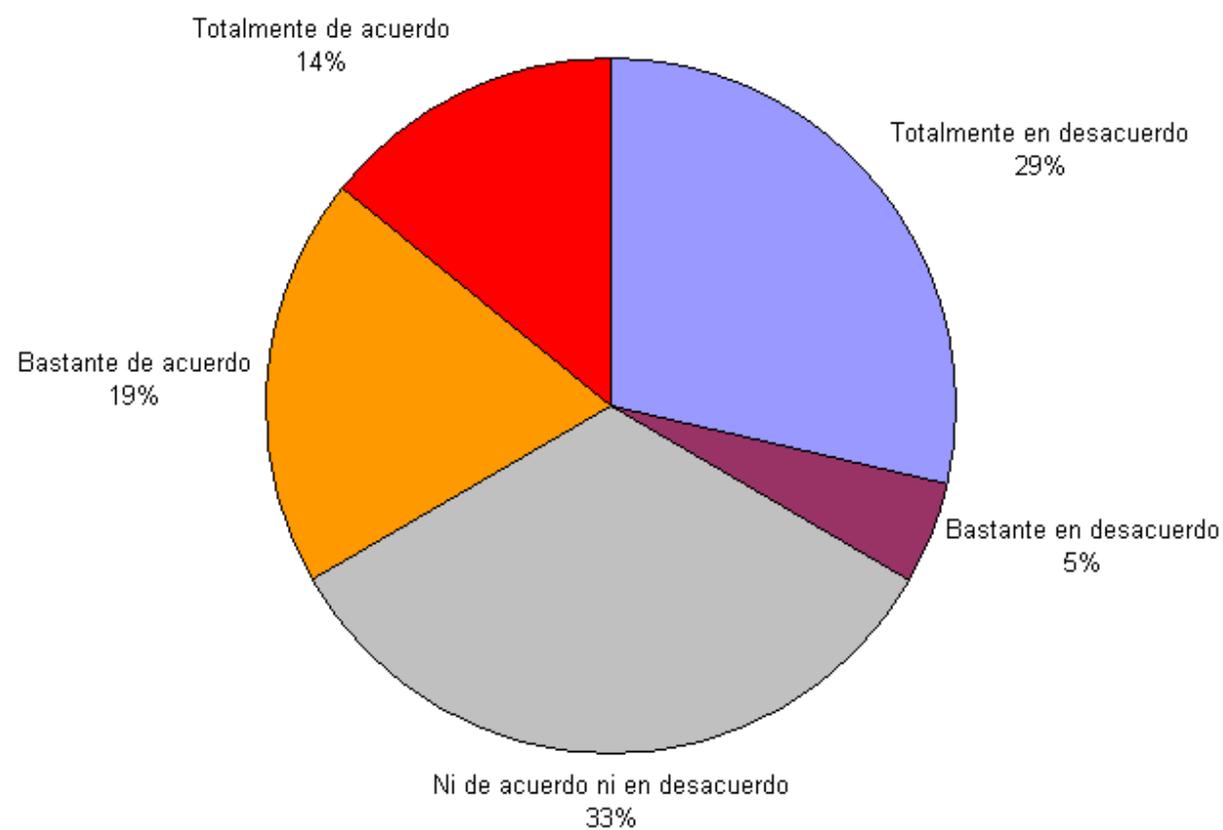
4. RESULTADOS

Es necesario captar segmentos específicos de mercado



4. RESULTADOS

Es necesario atraer a Boadilla del Monte a los grandes grupos turísticos (Sol-Meliá-Nh,...)



4. RESULTADOS

Es necesario proteger los espacios naturales de Boadilla del Monte



4. RESULTADOS

Bloque 1-Introducción. Cuestiones de base para fijar el modelo de desarrollo turístico en el municipio

- El 60% de los participantes cree que el turismo ha de ser una prioridad para Boadilla del Monte, todos los participantes tienen relación con el sector terciario de Boadilla del Monte, el 24% no están de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación. Un 15% se muestra bastante o en total desacuerdo con la afirmación

- El 80% de los participantes cree que es necesario atraer mucho turismo, cuanto más mejor, esto se debe al estadio de desarrollo del sector en Boadilla del Monte, donde la actividad relacionada con el turismo es incipiente.

- También el 80% se muestra totalmente o bastante de acuerdo con la afirmación de que es necesario captar segmentos específicos de mercado, hecho que señala la necesidad de desarrollar acciones de marketing muy dirigidas a nichos de mercado.

- Respecto a la necesidad de atraer a los grandes grupos turísticos a Boadilla del Monte, hay una igualdad de opiniones, aunque la mayoría, un 34%, se muestra contrario, un 33% está totalmente o bastante de acuerdo, y un 33% no está de acuerdo ni en desacuerdo

- El valor de contar con una superficie verde importante como atributo de Boadilla del Monte que ayude a diferenciarse de otros municipios es claro, el 86% de los participantes está totalmente de acuerdo con la necesidad de proteger los espacios naturales de Boadilla del Monte

4. RESULTADOS

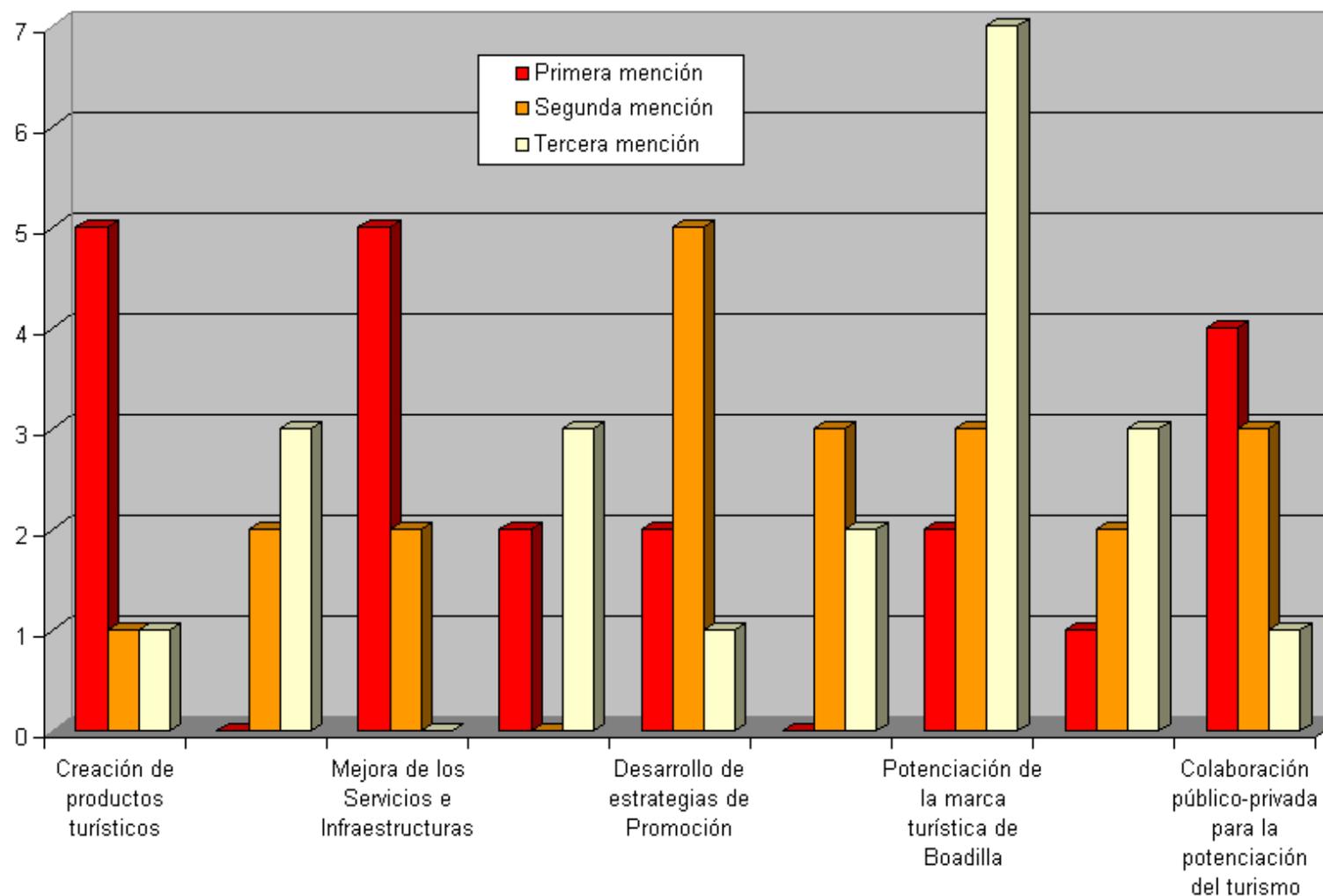
Bloque 1-Introducción. Principales retos para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Ordene, ¿cuáles son de la siguiente lista los tres retos más importantes a los que se enfrenta el turismo de Boadilla en los próximos 5 años?

- Creación de productos turísticos
- Diversificación de la oferta turística
- Mejora de los Servicios e Infraestructuras
- Captación de mercados emisores de turismo
- Desarrollo de estrategias de Promoción
- Preservación de los atractivos naturales de Boadilla
- Potenciación de la marca turística de Boadilla
- Creación de una estructura de gestión y promoción turística
- Colaboración público-privada para la potenciación del turismo

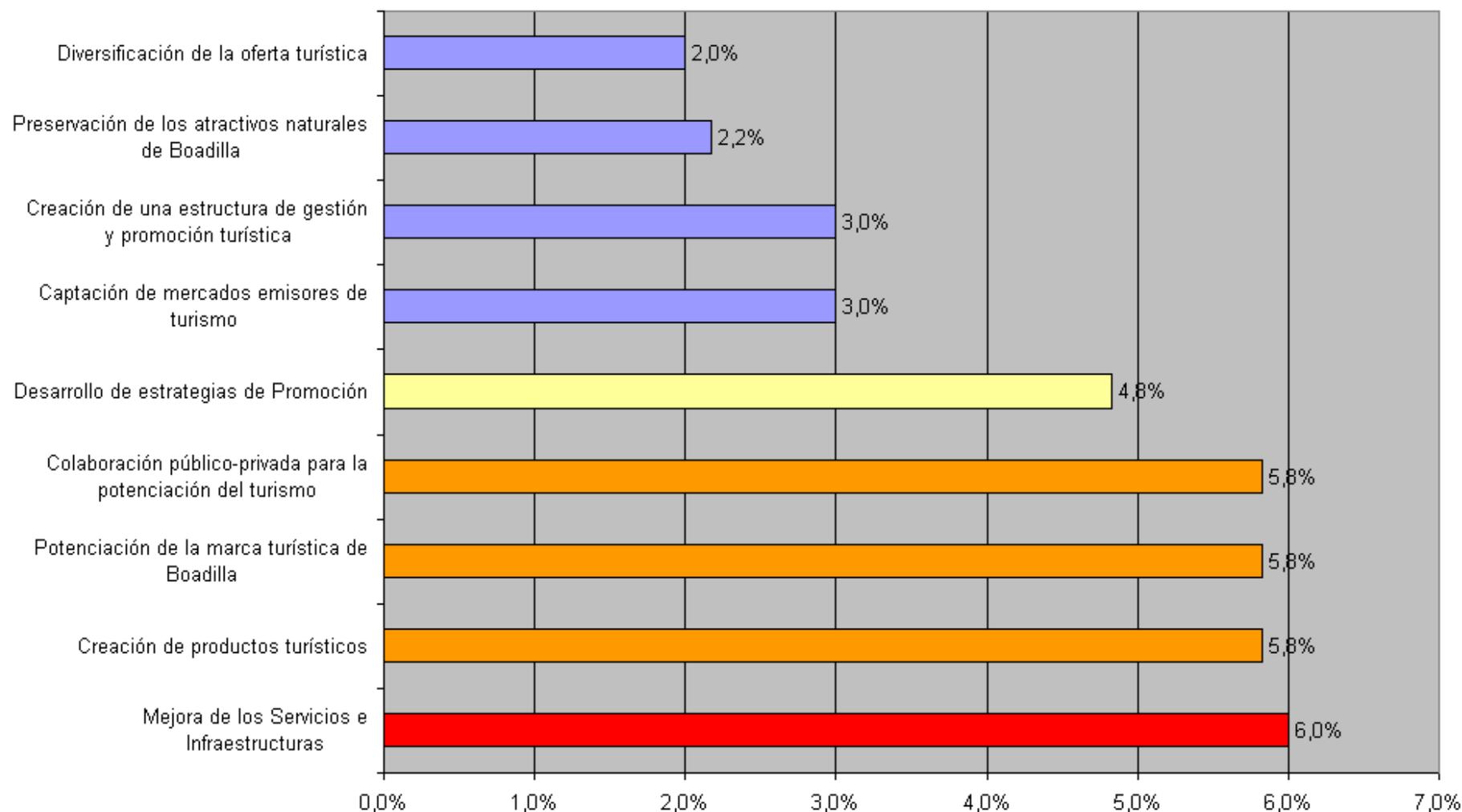
4. RESULTADOS

Principales retos para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte



4. RESULTADOS

Principales retos para el turismo en Boadilla del Monte. Ponderado



4. RESULTADOS

Bloque 1-Introducción. Principales retos para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

- ❑ La mejora de servicios e infraestructuras es el principal reto para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte. Probablemente los proyectos de mejora de infraestructuras de transportes que el Ayuntamiento tiene previsto realizar ayuden a conseguir la mejora de este aspecto
- ❑ Muy de cerca le siguen con la misma puntuación tres retos que tienen mayor relación directa con el turismo, la creación de productos turísticos, la potenciación de la marca turística de Boadilla del Monte y la colaboración público-privada para potenciar el turismo en Boadilla del Monte. Estos retos serán tenidos muy en cuenta en el plan de acción a desarrollar
- ❑ También destaca entre los retos el desarrollo de estrategias de promoción del turismo en el municipio

4. RESULTADOS

□ **Bloque 2-Mercado**

Identificación de mercados y segmentos objetivo a los que se tendrían que dirigir los esfuerzos en promoción y comercialización de la oferta turística

4. RESULTADOS

Bloque 2-Mercado. Identificación de mercados y segmentos objetivo a los que se tendrían que dirigir los esfuerzos en promoción y comercialización de la oferta turística

Ordene por orden de prioridad, ¿cuáles son los tres mercados prioritarios para Boadilla desde el punto de vista turístico?

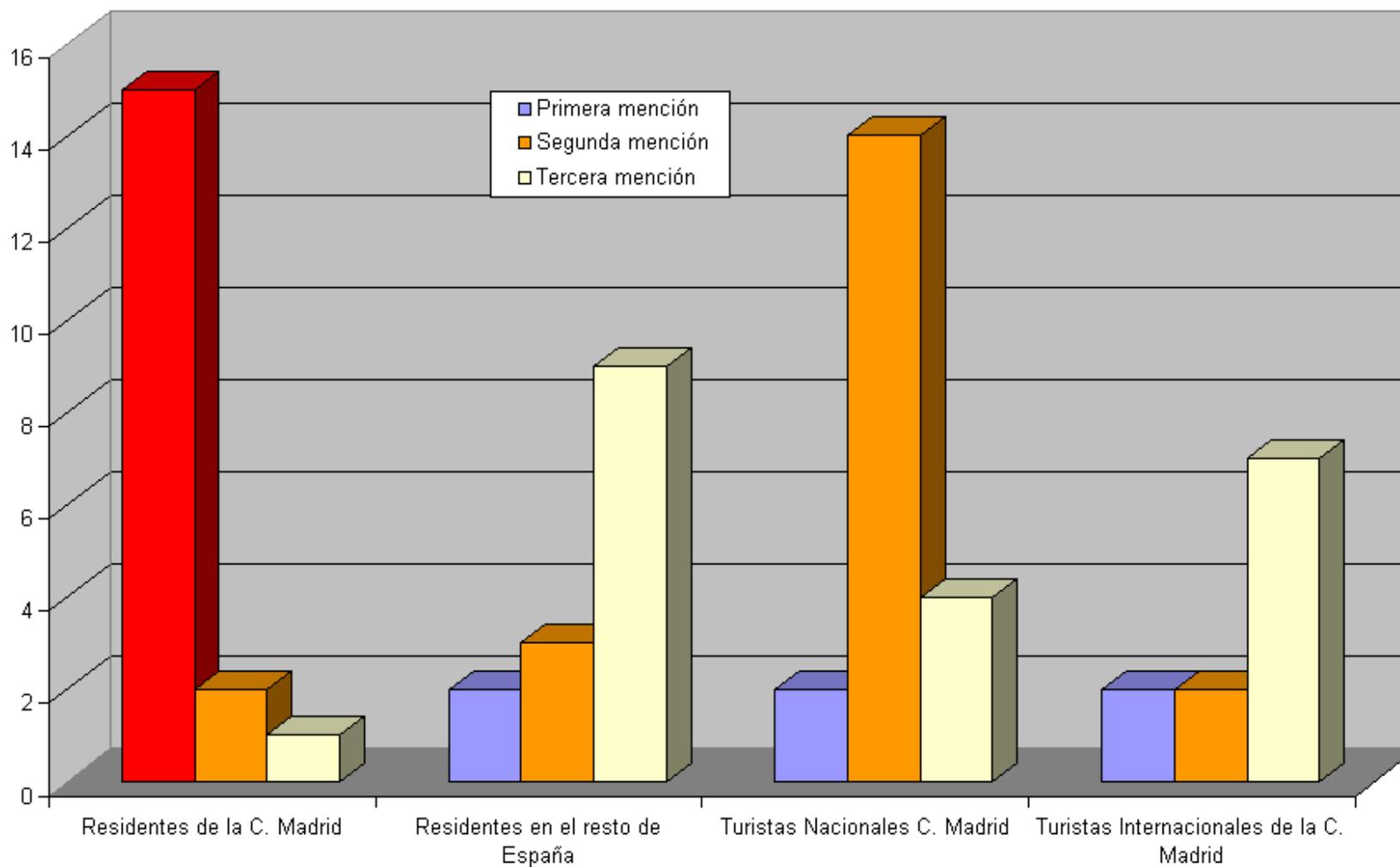
- Residentes de la C. Madrid
- Residentes en el resto de España
- Turistas Nacionales C. Madrid
- Turistas Internacionales de la C. Madrid

En su opinión, ¿cuáles son los tres segmentos de demanda prioritarios para Boadilla?

- Deportistas / equipos deportivos
- Empresas
- Escolares
- Familias con hijos
- Familias sin hijos
- Grupos
- Jóvenes
- Mayores

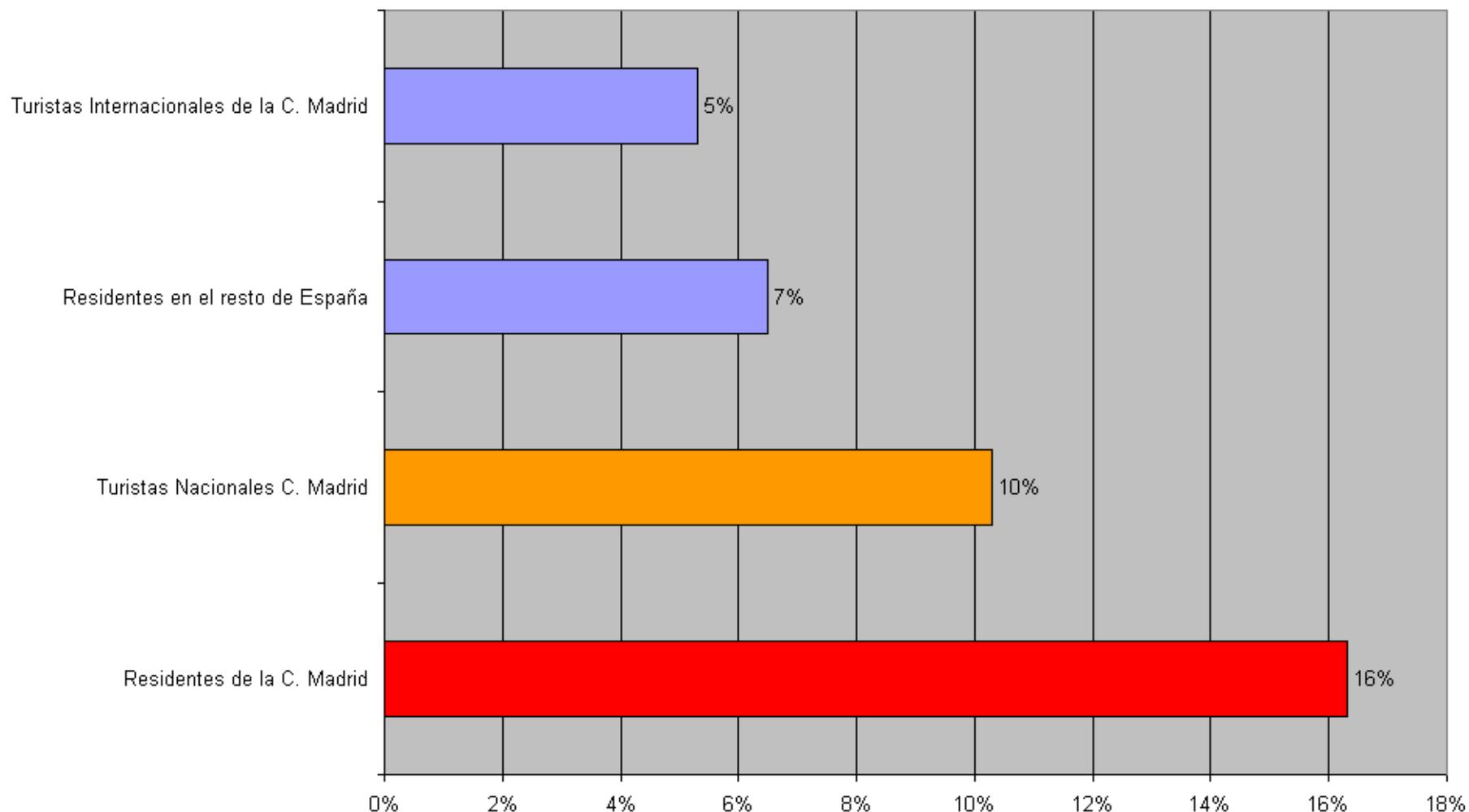
4. RESULTADOS

Mercados turísticos prioritarios para Boadilla del Monte



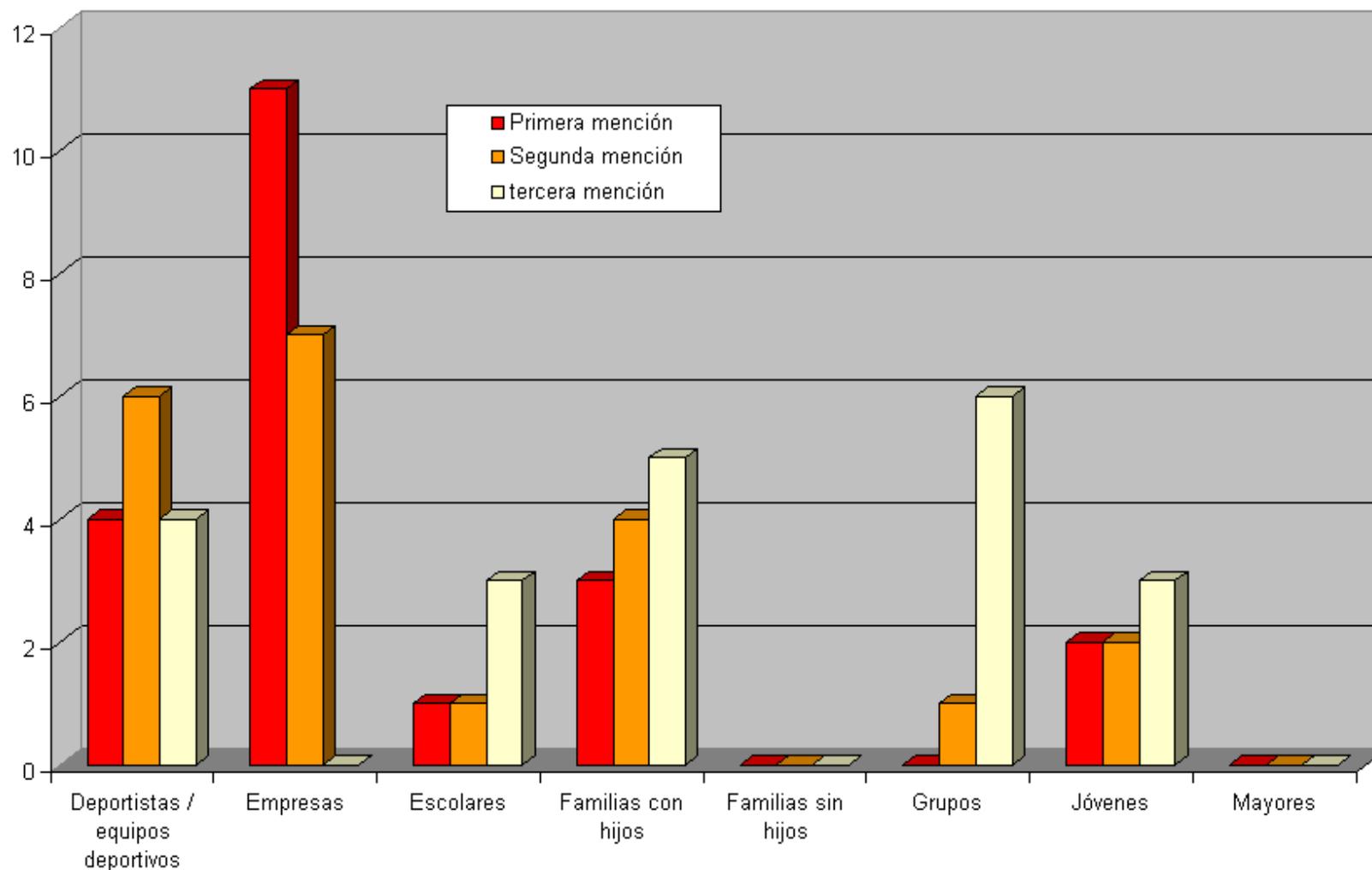
4. RESULTADOS

Mercados turísticos prioritarios para Boadilla del Monte (Ponderado)



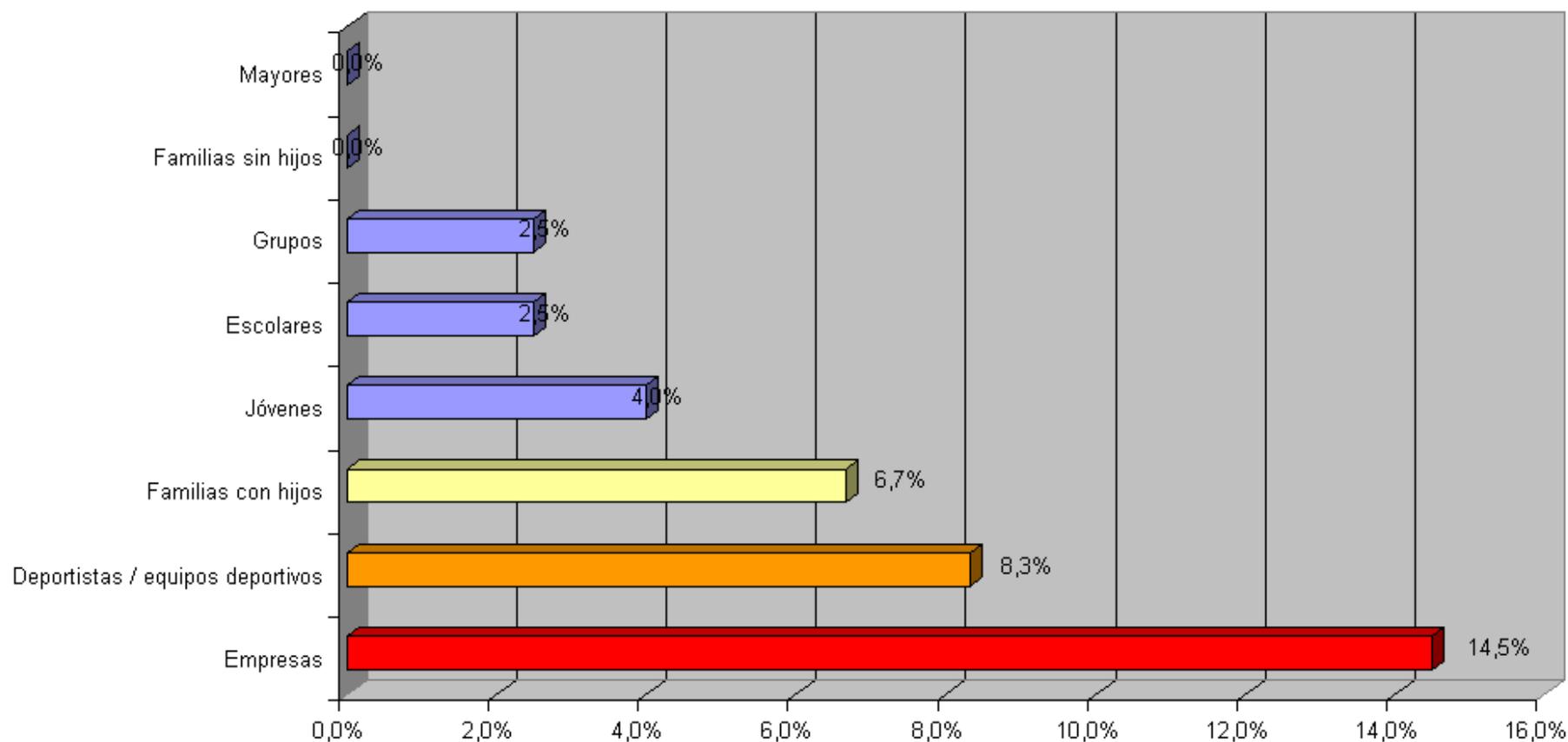
4. RESULTADOS

Segmentos de la demanda prioritarios para Boadilla del Monte



4. RESULTADOS

Segmentos de demanda prioritarios para Boadilla del Monte (Ponderado)



4. RESULTADOS

Bloque 2-Mercado. Identificación de mercados y segmentos objetivo a los que se tendrían que dirigir los esfuerzos en promoción y comercialización de la oferta turística

- ❑ El mercado prioritario al que se tendrían que dirigir la mayor parte de los esfuerzos en promoción y comercialización son los residentes de la Comunidad de Madrid, en menor medida también a los turistas que la Comunidad de Madrid recibe aunque en este caso sería necesario disponer de un atractivo turístico singular que en la actualidad Boadilla del Monte no tiene.
- ❑ Dentro del mercado de la Comunidad de Madrid, las acciones de marketing deberían de dirigirse a captar empresas. La apuesta por el turismo de negocios captando empresas de la Comunidad de Madrid es la prioridad para la mayoría de los participantes. Es necesario el desarrollo de infraestructuras o la puesta en el mercado de las existentes para acceder al mercado de reuniones, incentivos, pequeños congresos, y eventos.
- ❑ También destaca el segmento de mercado compuesto de deportistas o clubes deportivos para los que Boadilla en la actualidad dispone de algunas instalaciones de gran nivel. La apuesta por este tipo de turismo deportivo permitiría el desarrollo de algunos eventos deportivos especializados que pueden posicionar a Boadilla en el mercado de la Comunidad como municipio de referencia y especializado en instalaciones deportivas

4. RESULTADOS

Bloque 2-Mercado. Identificación de mercados y segmentos objetivo a los que se tendrían que dirigir los esfuerzos en promoción y comercialización de la oferta turística

- ❑ Si se relacionan los segmentos de mercado con las tipologías de turismo a potenciar según los encuestados, quedaría el turismo vinculado a la naturaleza y el segmento de las familias con niños.
- ❑ En este caso el reto se centraría en la puesta en valor de los recursos naturales del municipio mediante equipamientos innovadores que dieran a conocer el patrimonio natural del municipio o mediante infraestructuras en el mismo espacio natural (centros de interpretación, senderos señalizados, circuitos de bicicleta de montaña,...etc.) todos ellos dirigidos y diseñados para un público eminentemente familiar.

4. RESULTADOS

□ Bloque 3- DAFO

Identificación de los tres principales puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

4. RESULTADOS

Bloque 3- DAFO. Identificación de los tres principales puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Puntos débiles (Desventajas competitivas)

Son aquellas características internas del sector turístico de Boadilla del Monte que le hacen estar en una posición de desventaja ante sus competidores. Estas debilidades, a su vez, se pueden dividir en modificables a corto y medio plazo, modificables a largo plazo y no modificables, en función de la capacidad de actuación que se tenga.

Puntos débiles (Ventajas competitivas)

Por contra a las debilidades, las fortalezas son las características internas del sector turístico y del municipio y de su entorno que le hacen ganar ventaja sobre sus competidores.

Oportunidades

En este caso, son ventajas que obtiene el sector turístico de Boadilla del Monte de factores externos al municipio

Amenazas.

En este caso, son las características del entorno exterior al municipio que le hacen situarse en una posición de desventaja. Estas amenazas suelen estar fuera del alcance de actuación propio para su cambio

4. RESULTADOS

Bloque 3- DAFO. Identificación de los tres principales puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Puntos fuertes:

Ordene cuales son de la siguiente lista las tres principales Fortalezas para el turismo

Importantes espacios naturales

Patrimonio Histórico

Palacio

Oferta deportiva

Cercanía de Madrid

Calidad de Vida

Imagen del municipio

Ordene cuales son de la siguiente lista las tres principales Fortalezas para el turismo

Infraestructuras de acceso

Ubicación física

Población joven

Ciudad del Santander

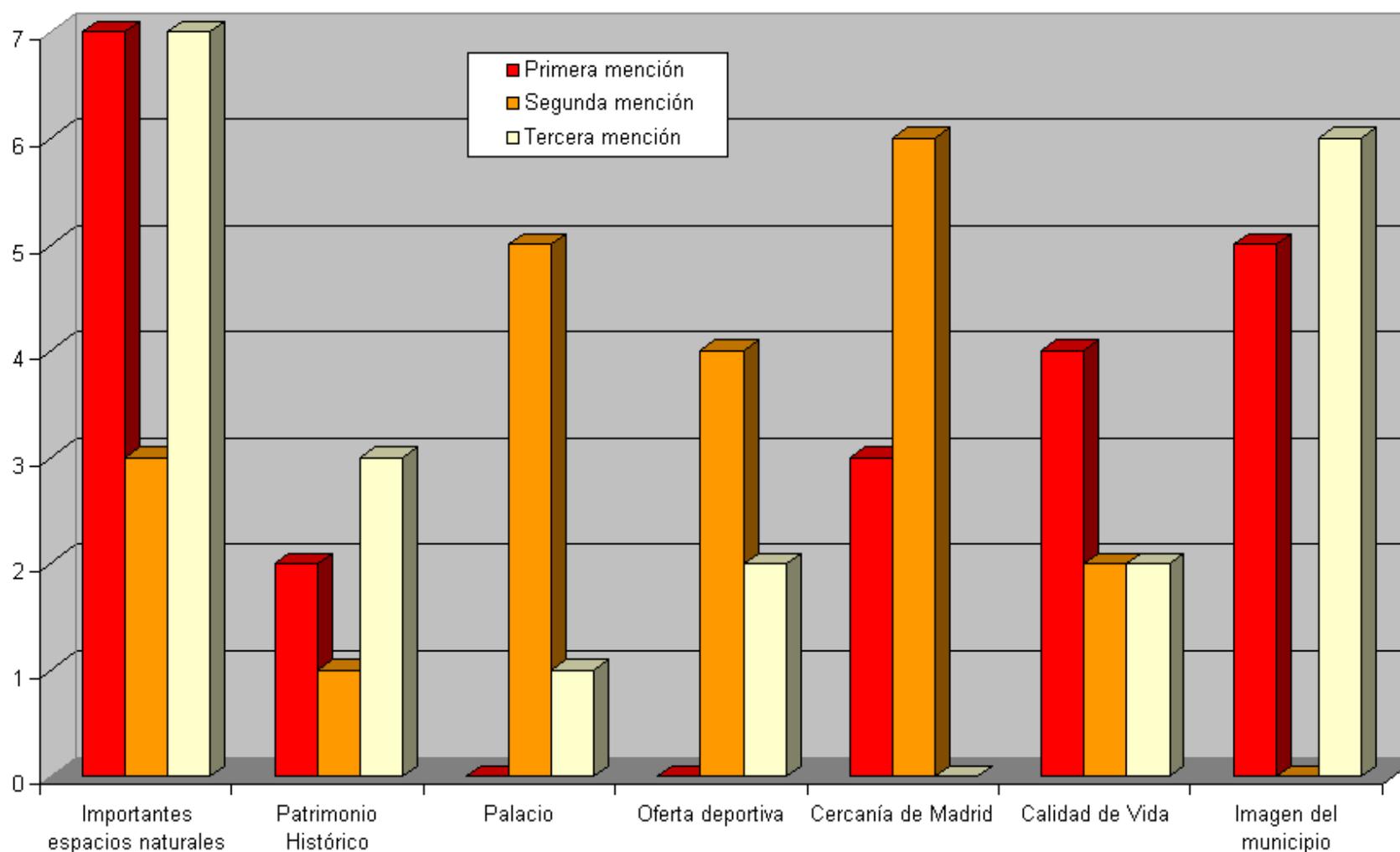
Personajes históricos

Compromiso político

Infraestructuras singulares para la celebración de reuniones

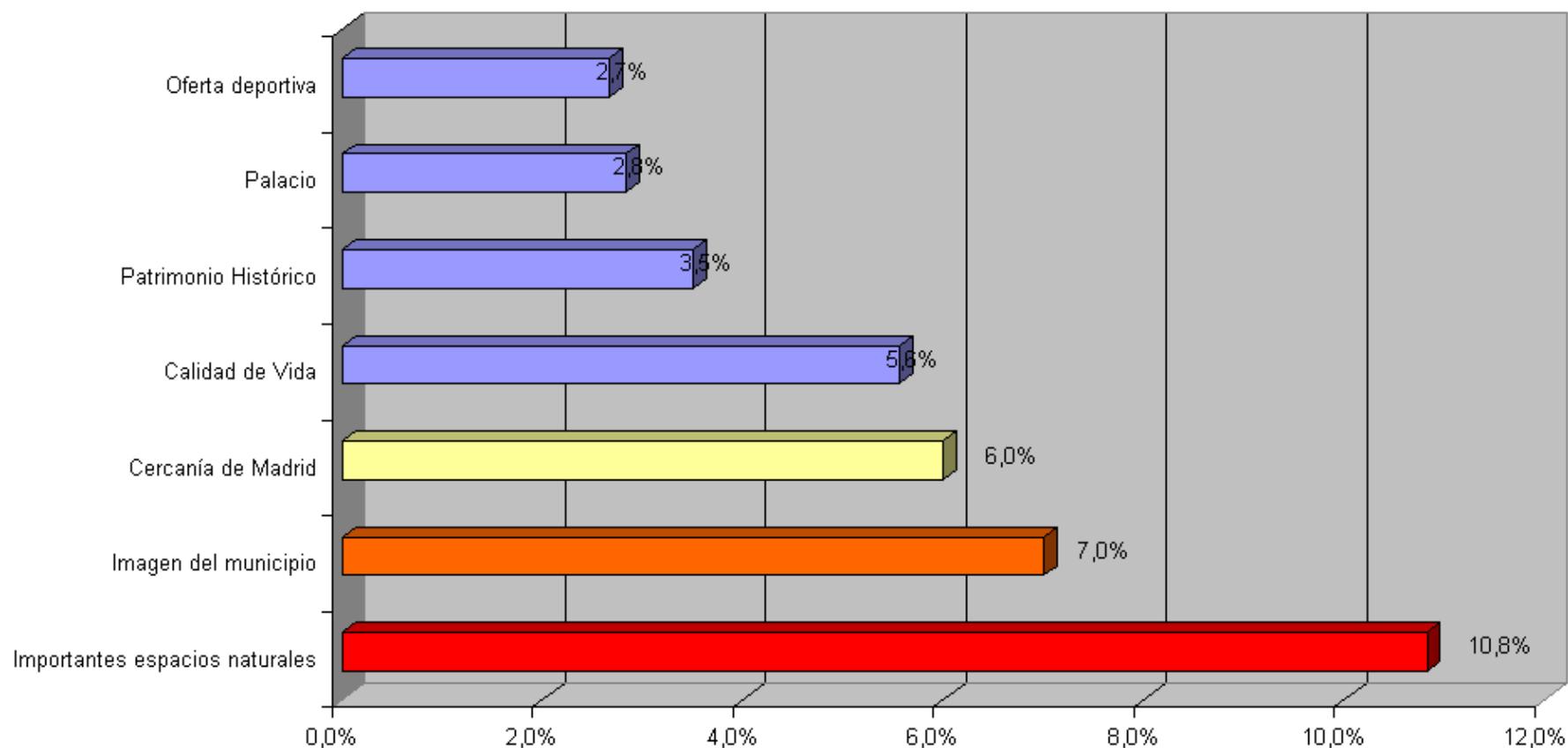
4. RESULTADOS

Principales fortalezas para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte



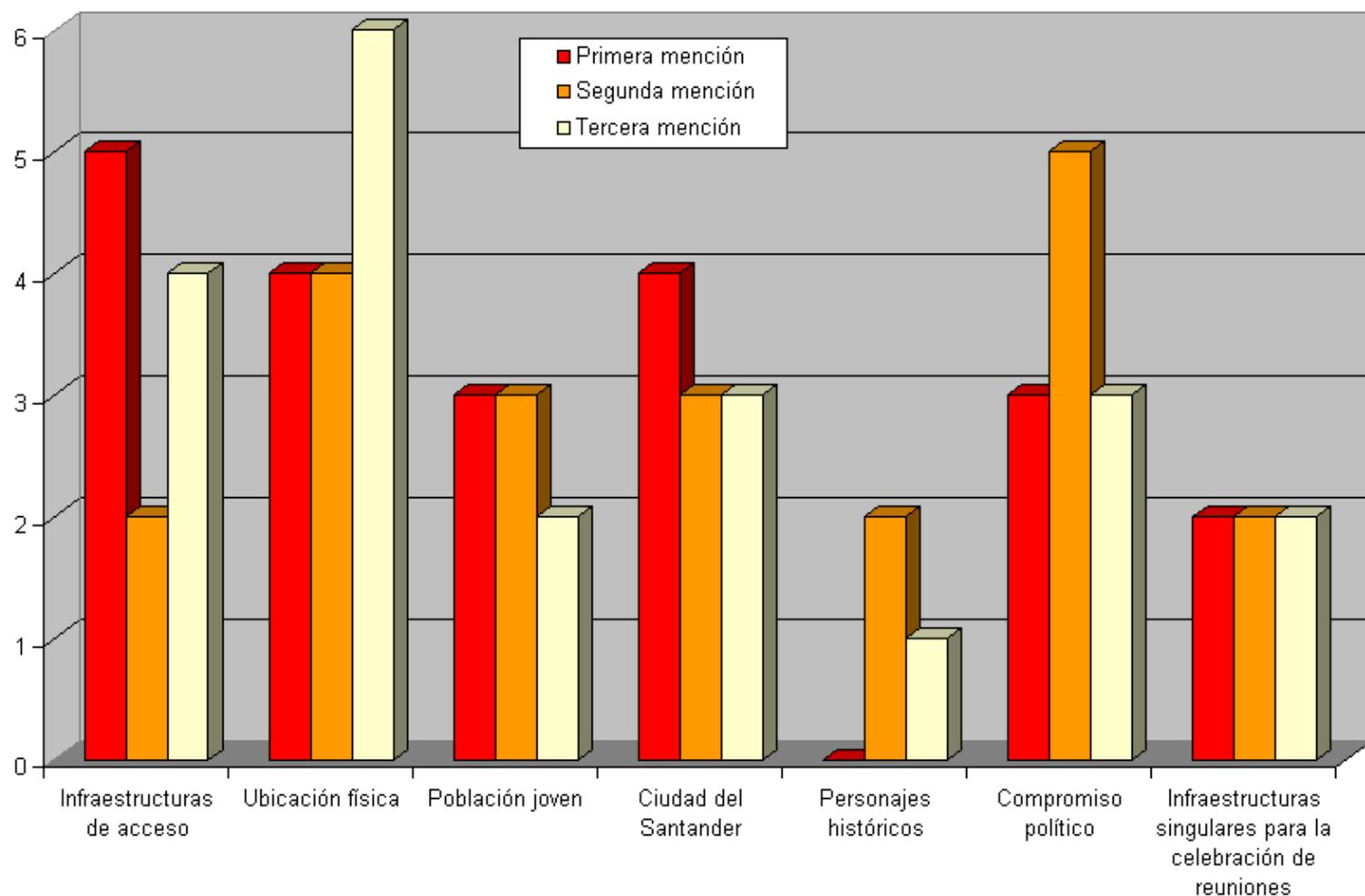
4. RESULTADOS

Fortalezas para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte (Ponderado)



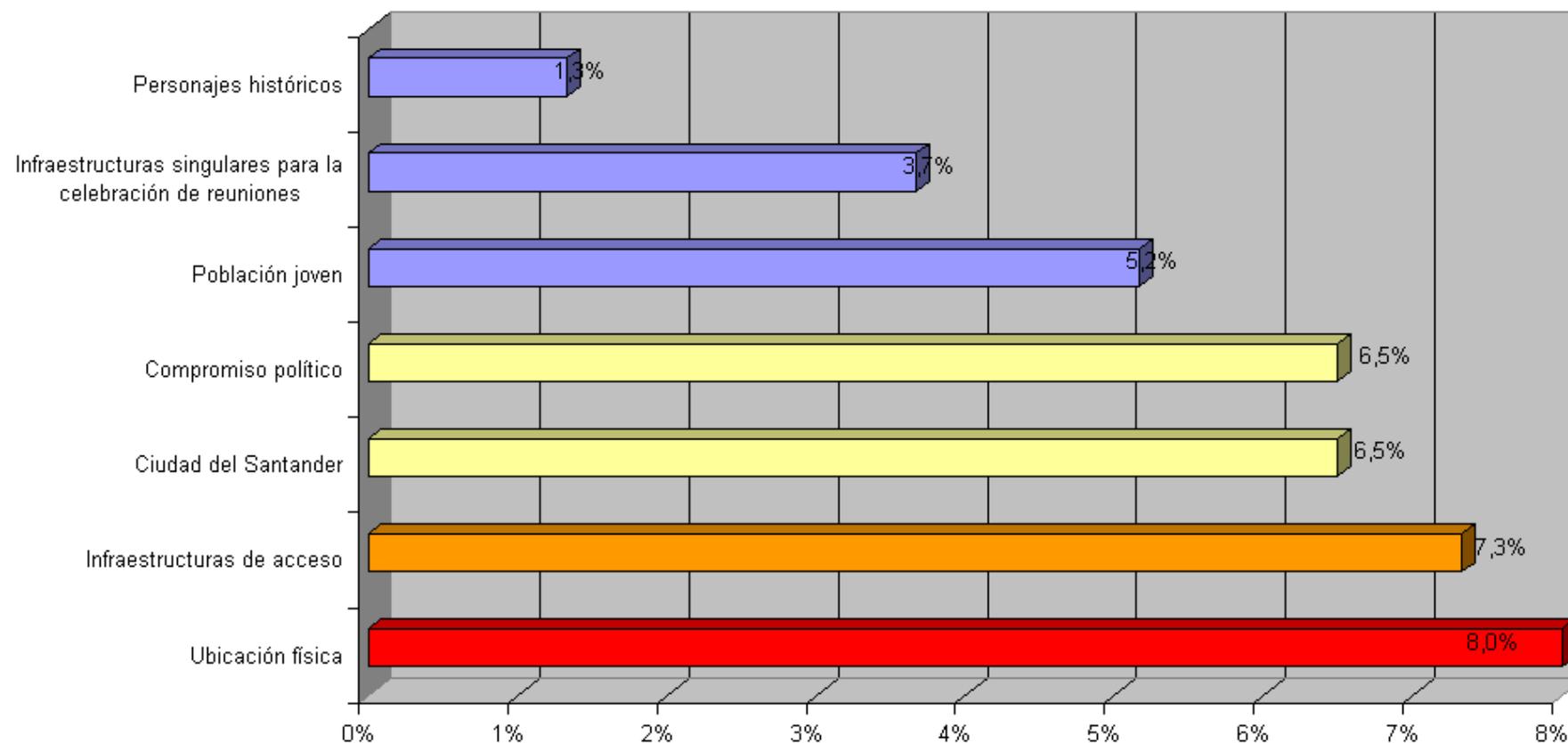
4. RESULTADOS

Principales fortalezas para el desarrollo del Turismo en Boadilla del Monte (2)



4. RESULTADOS

Fortalezas para el desarrollo del turismo de Boadilla del Monte (2). Ponderado



4. RESULTADOS

Bloque 3- DAFO. Identificación de los tres principales puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Puntos débiles:

Ordene cuáles son de la siguiente lista las tres principales Debilidades para el turismo

Falta de productos turísticos concretos

Falta de instalaciones para atraer y acoger a los turistas

Falta vida nocturna

Implicación de la sociedad

Oferta cultural localista

Comercio no enfocado a turismo

Accesibilidad para el turista

Ordene cuales son de la siguiente lista las tres principales Debilidades para el turismo

Estructura urbanística del municipio

Oferta hotelera

Oferta para convenciones y reuniones

Oferta de restauración

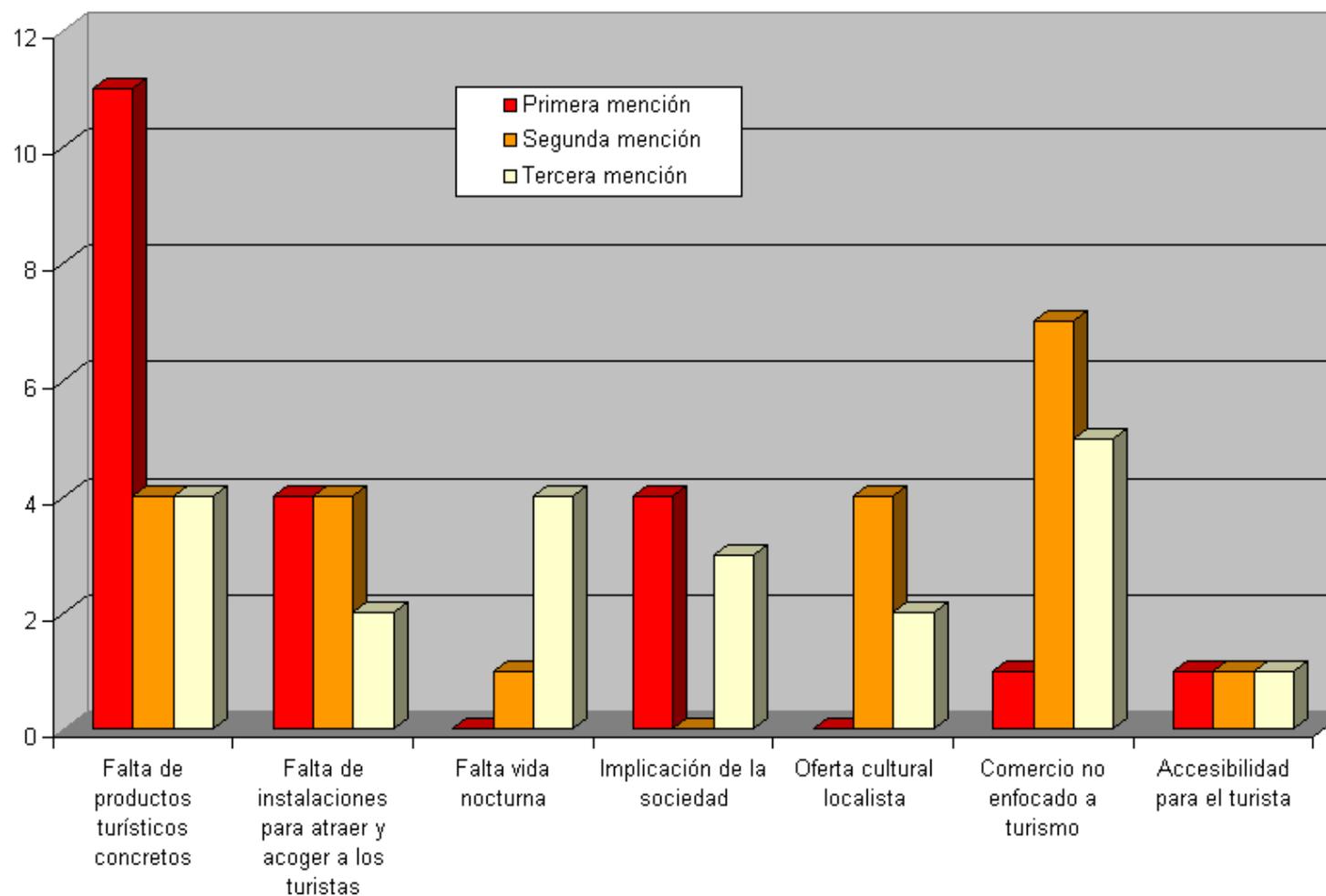
Precio de la vivienda

Nula tradición turística

Escasa marca turística

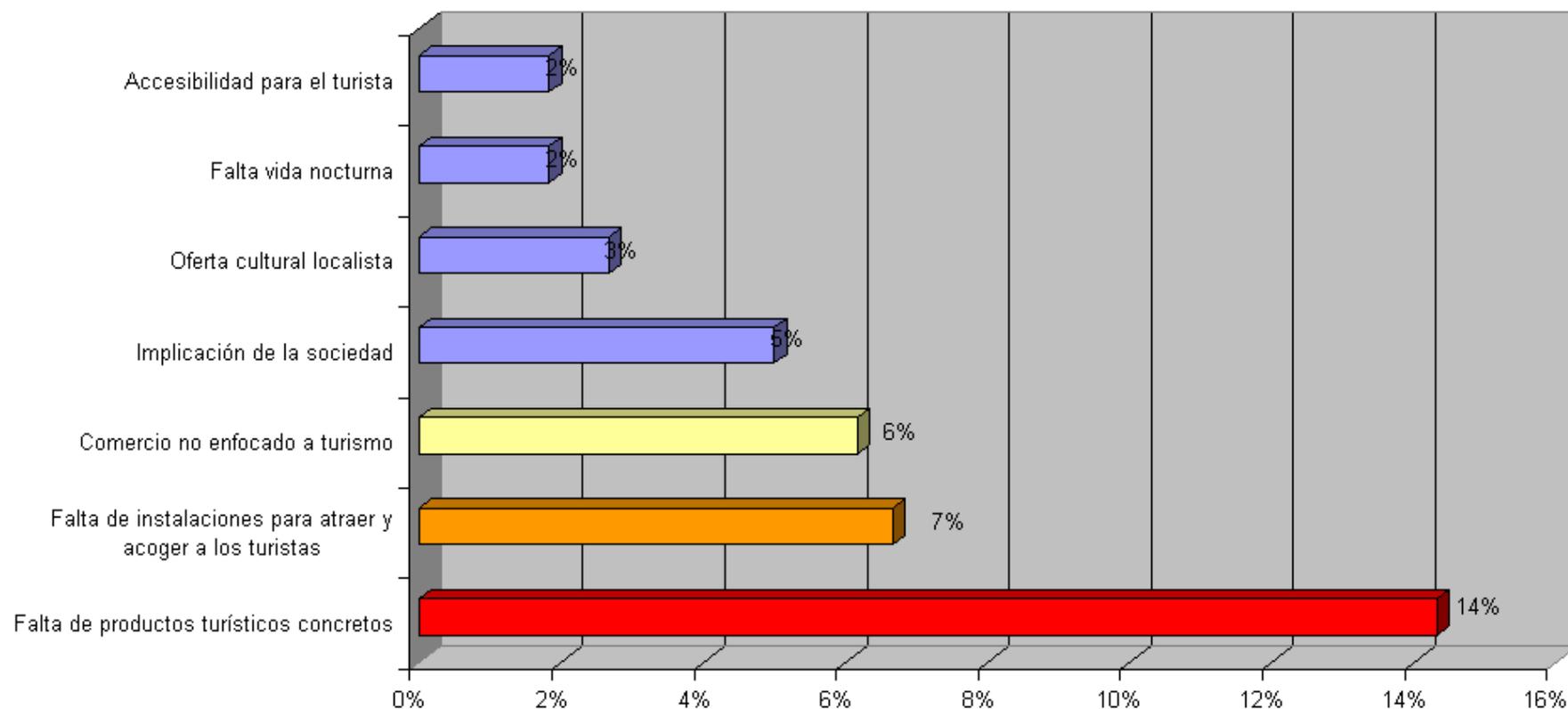
4. RESULTADOS

Principales debilidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte



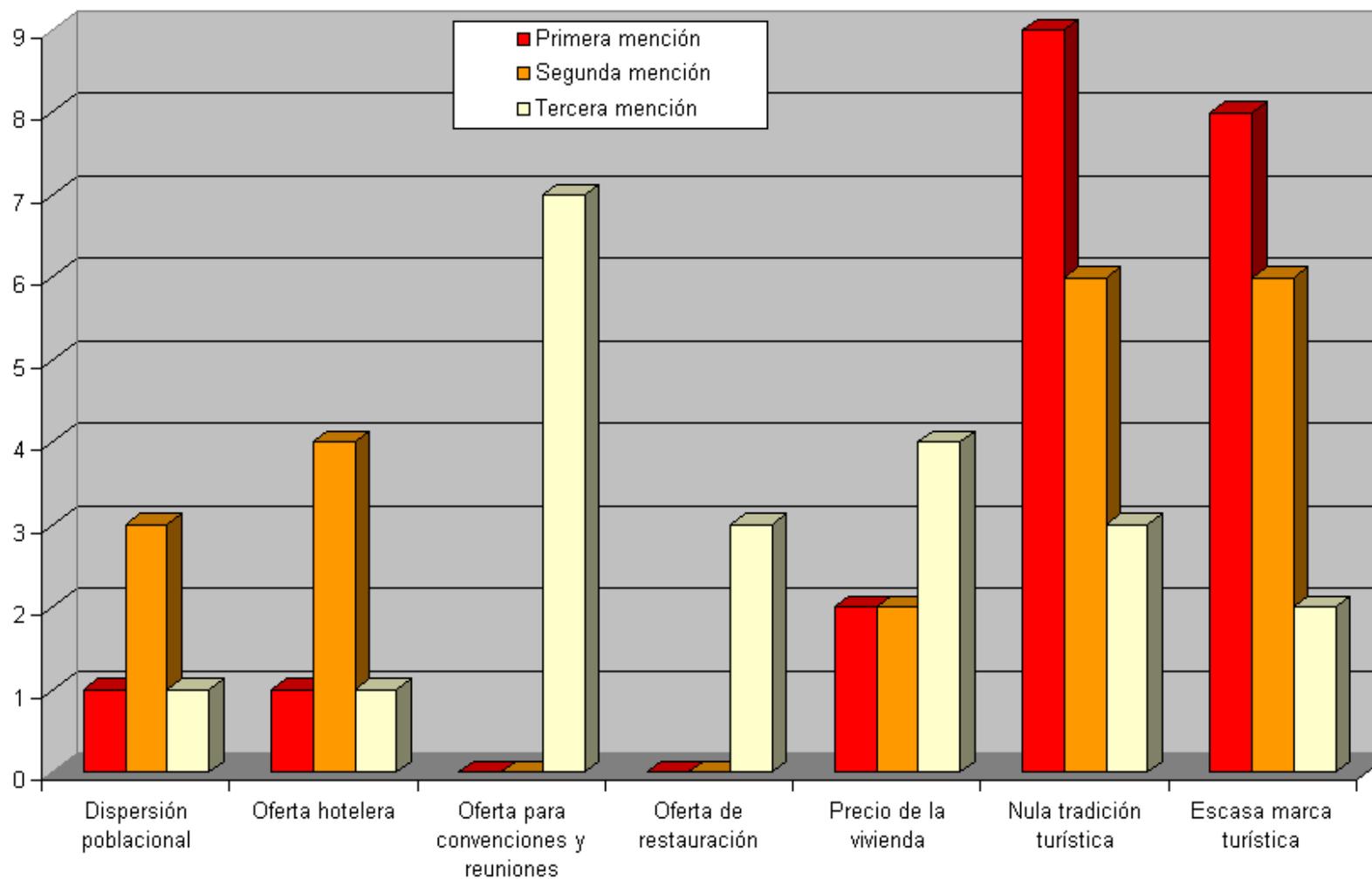
4. RESULTADOS

Debilidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte (Ponderado)



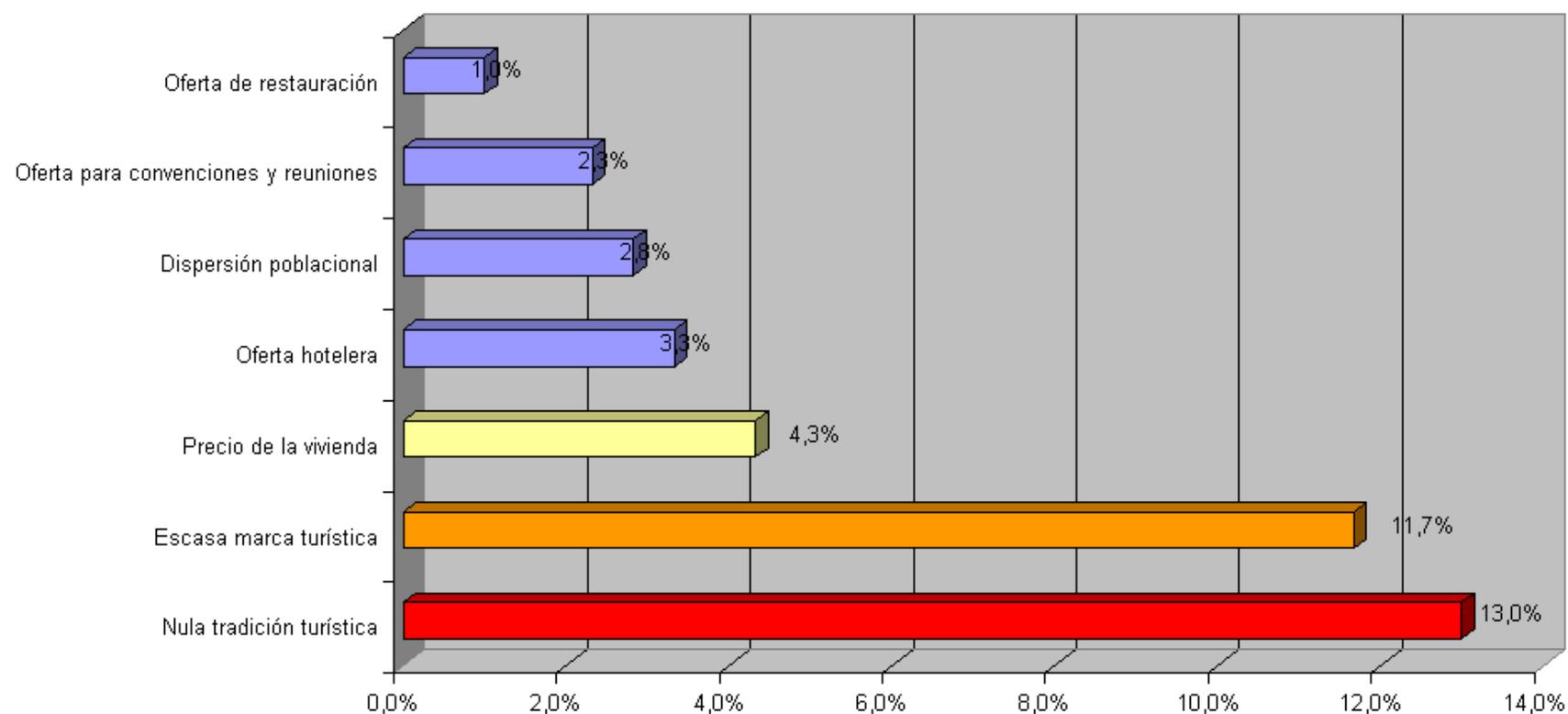
4. RESULTADOS

Principales debilidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte (2)



4. RESULTADOS

Debilidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte (2). Ponderado



4. RESULTADOS

Bloque 3- DAFO. Identificación de los tres principales puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Amenazas:

Ordene cuáles son de la siguiente lista las tres principales Amenazas para el turismo

Otros municipios de la Zona Oeste Metropolitana

Cercanía a Madrid

Explosión urbanística Zona Oeste Metropolitana

Desarrollo Turismo Rural en la Comunidad de Madrid

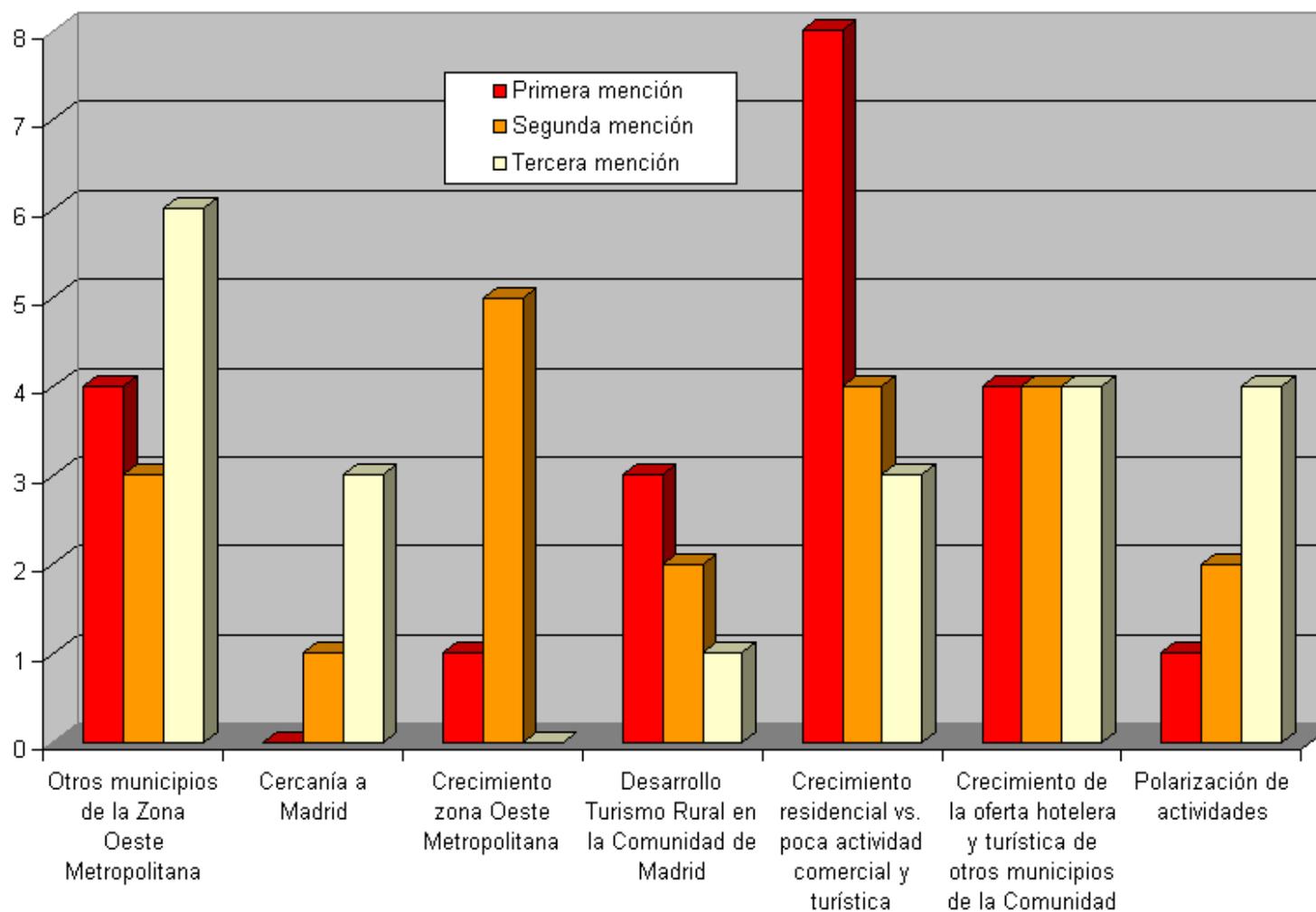
Crecimiento residencial vs. poca actividad comercial y turística

Crecimiento de la oferta hotelera y turística de otros municipios de la Comunidad

Polarización de actividades

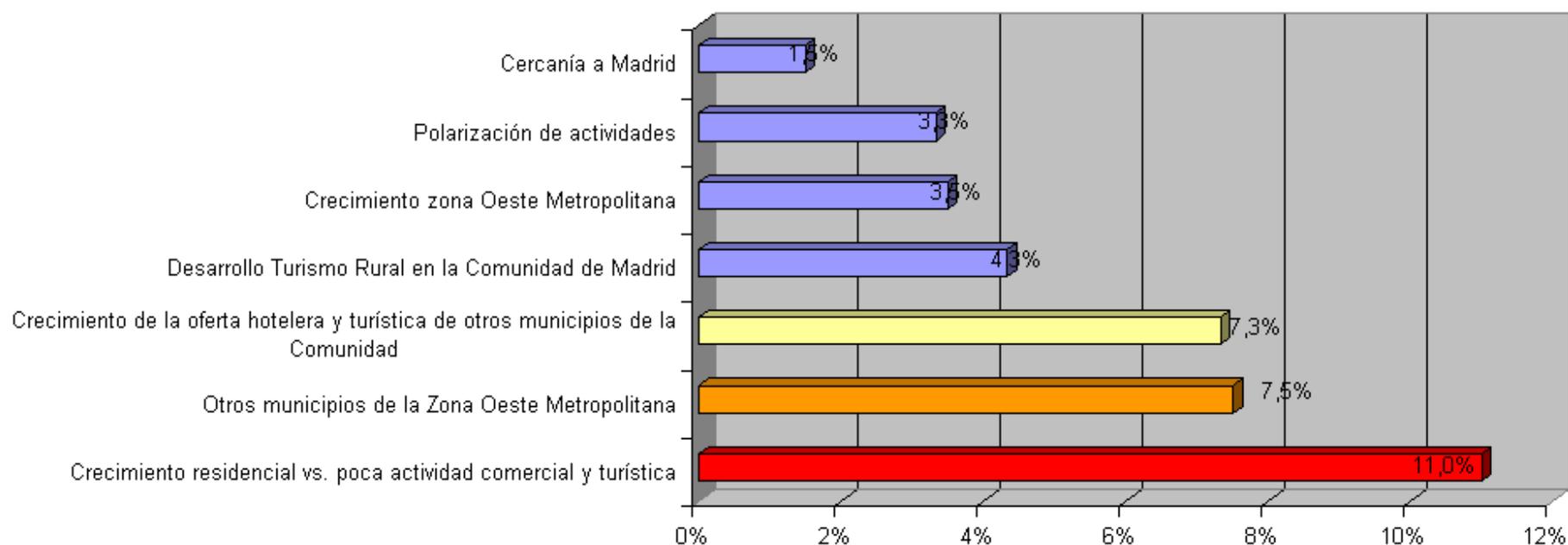
4. RESULTADOS

Amenazas principales para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte



4. RESULTADOS

Principales amenazas para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte. Ponderado



4. RESULTADOS

Bloque 3- DAFO. Identificación de los tres principales puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Oportunidades:

Ordene cuáles son de la siguiente lista las tres principales Oportunidades para el turismo

Pulmón de la Comunidad de Madrid

Negocios generados por la Ciudad del Santander

Búsqueda de alternativas por parte de ttoo

Tendencias del consumo: naturaleza, cultura

Llegada del metro en el 2007

Proyecto singular para el Palacio como icono cultural del municipio

Madrid y su capacidad de atractivo

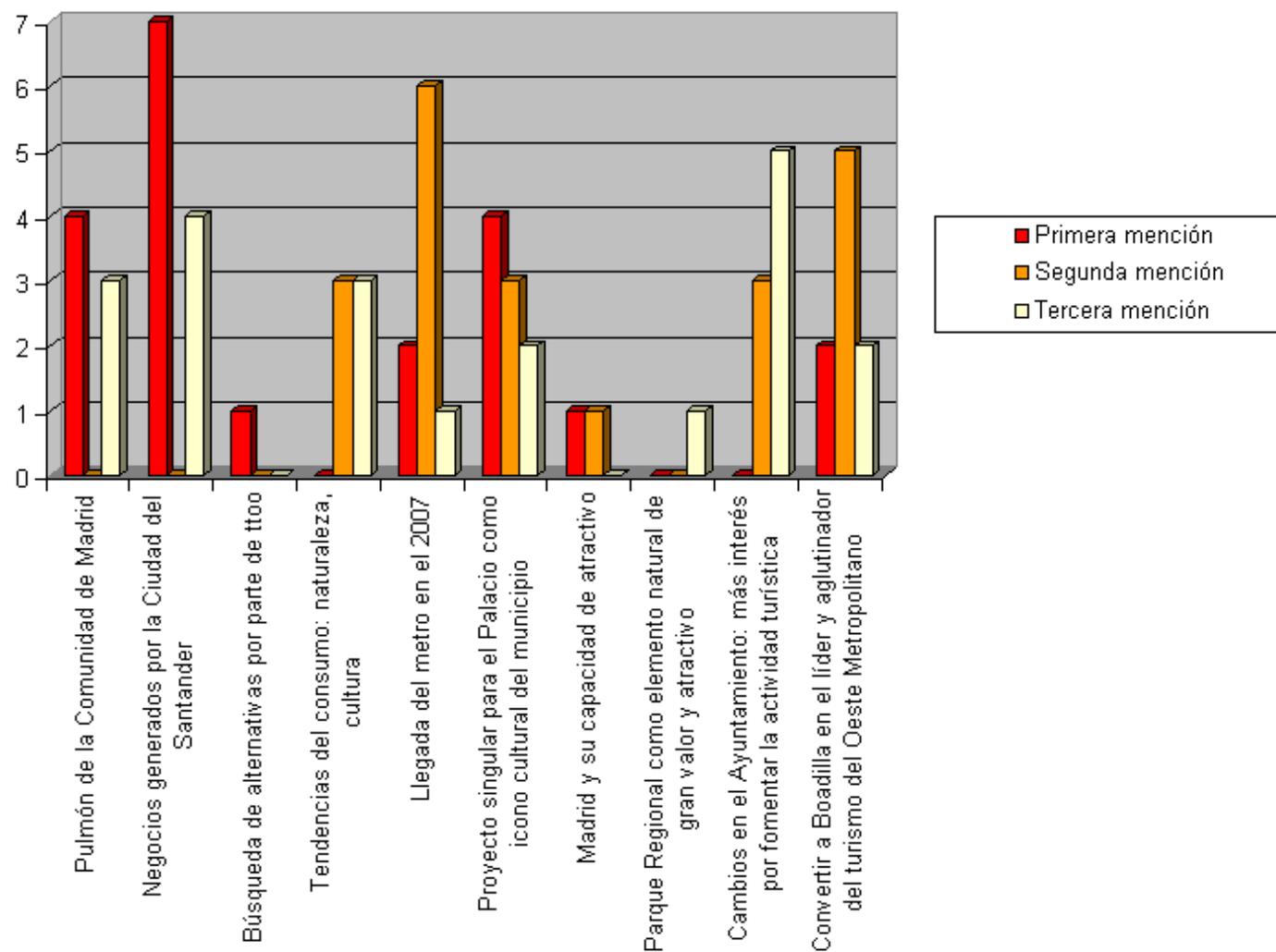
Parque Regional como elemento natural de gran valor y atractivo

Cambios en el Ayuntamiento: más interés por fomentar la actividad turística

Convertir a Boadilla en el líder y aglutinador del turismo del Oeste Metropolitano

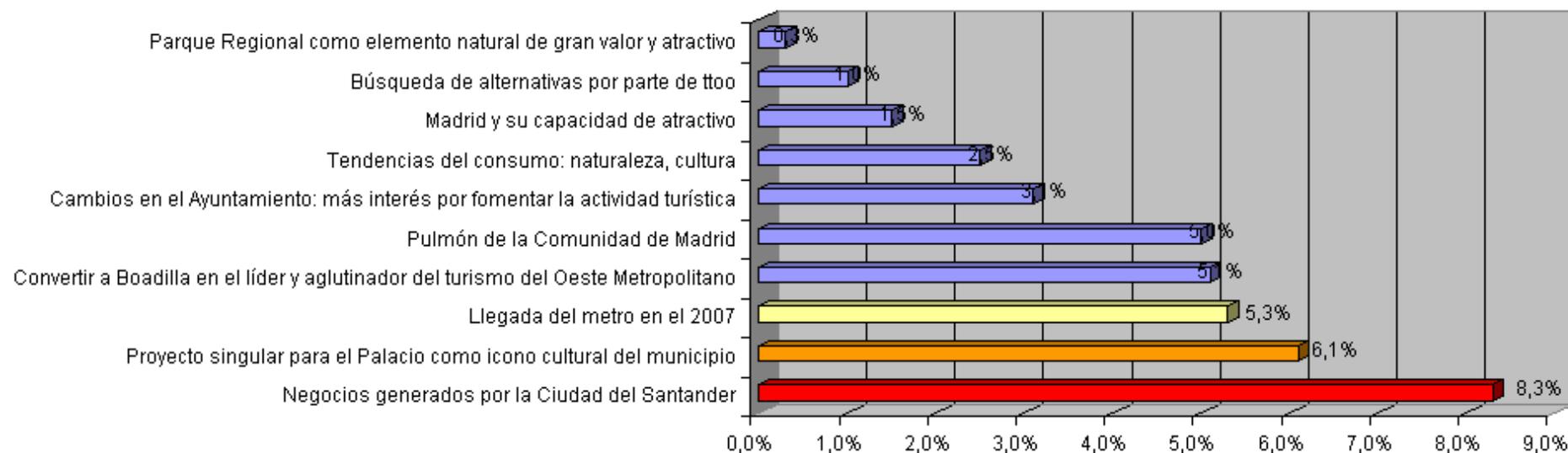
4. RESULTADOS

Principales oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte



4. RESULTADOS

Principales oportunidades para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte. Ponderado



4. RESULTADOS

□ **Bloque 4- Generales**

Conocer la opinión de las personas / entidades vinculadas con el sector turístico sobre el papel de la iniciativa pública y privada para el desarrollo del turismo en Boadilla del Monte

Conocer las prioridades sobre el tipo de turismo a desarrollar y el modelo para su desarrollo

4. RESULTADOS

Bloque 4- Generales.

- Asociación de Boadilla del Monte con el turismo
- Importancia de Boadilla en el total del turismo de la Comunidad de Madrid
- Indique quién tendría que liderar:
 - El desarrollo de atracciones turísticas culturales (museos, teatros, centros de interpretación,...): Administración Pública, Iniciativa Privada, Mayoritariamente la administración Pública, Mayoritariamente la iniciativa privada, Conjuntamente
 - El desarrollo de los atractivos turísticos de ocio (centros de ocio, parques de atracciones, parques de naturaleza, instalaciones deportivas,...)
 - La creación y desarrollo de productos turísticos concretos
- Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones:
 - La iniciativa privada se tiene que involucrar en la planificación y desarrollo del turismo de Boadilla
 - La iniciativa privada tiene que involucrarse en la promoción turística
 - Se deberían crear nuevos atractivos turísticos para poder crear productos
 - Internet se tiene que convertir en una herramienta para la promoción de Boadilla

4. RESULTADOS

Bloque 4- Generales.

- Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones:
 - El turismo de golf se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo de negocio se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo relacionado con wellness, spas, talasoterapia, etc. se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo de naturaleza se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo activo se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo deportivo se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo gastronómico se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo monumental se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo relacionado con parques de naturaleza, centros de ocio, ... se tiene que potenciar en Boadilla
 - El turismo cultural se tiene que potenciar en Boadilla

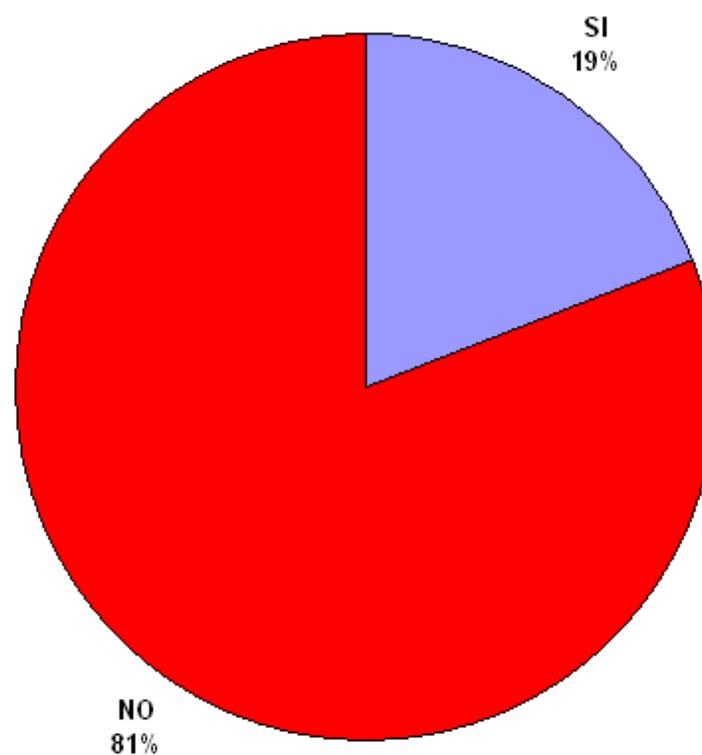
- Usted cree que Boadilla tendría que desarrollar su estrategia turística (De forma independiente a otros municipios, de forma independiente pero con colaboraciones específicas con municipios cercanos, de forma totalmente integrada con los municipios cercanos)

- En una escala de 1 a 9, valore: el logo de la marca turística

- En una escala de 1 a 9, valore: el lema "Boadilla Verde"

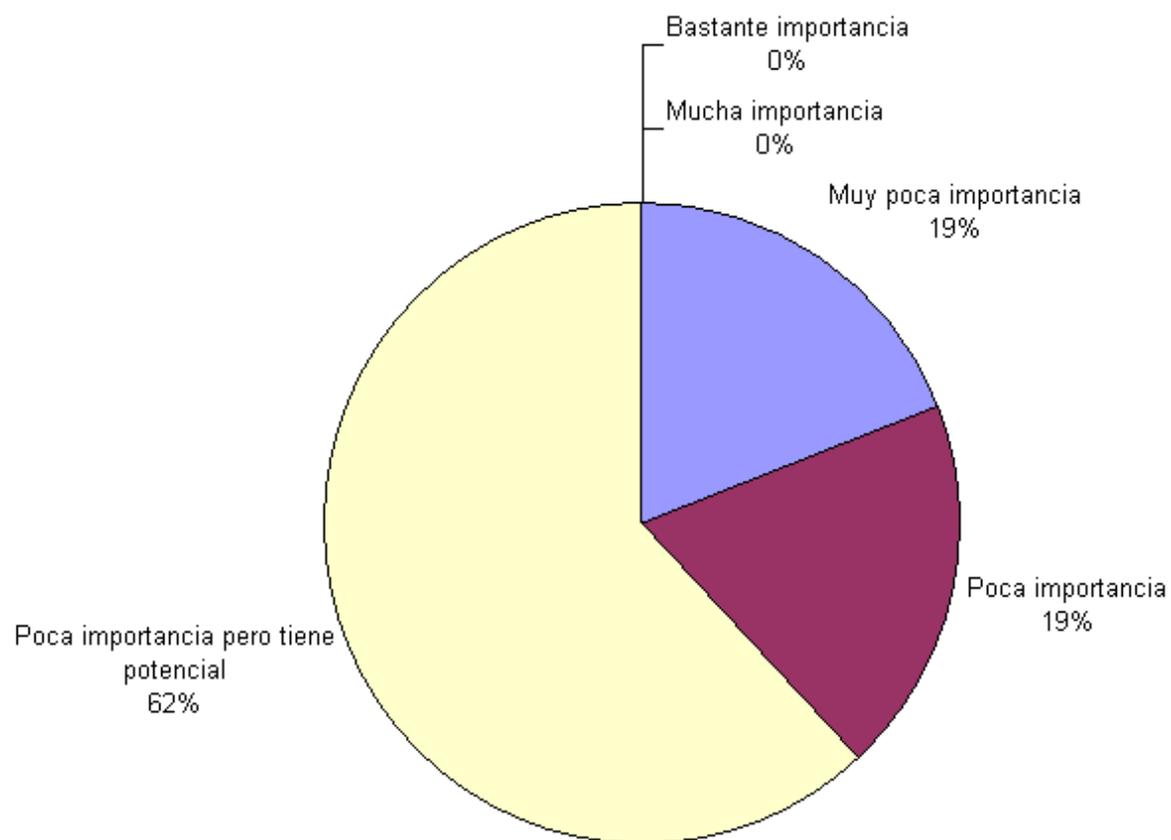
4. RESULTADOS

¿Usted cree que Boadilla del Monte, en el ámbito regional, se asocia con el turismo?



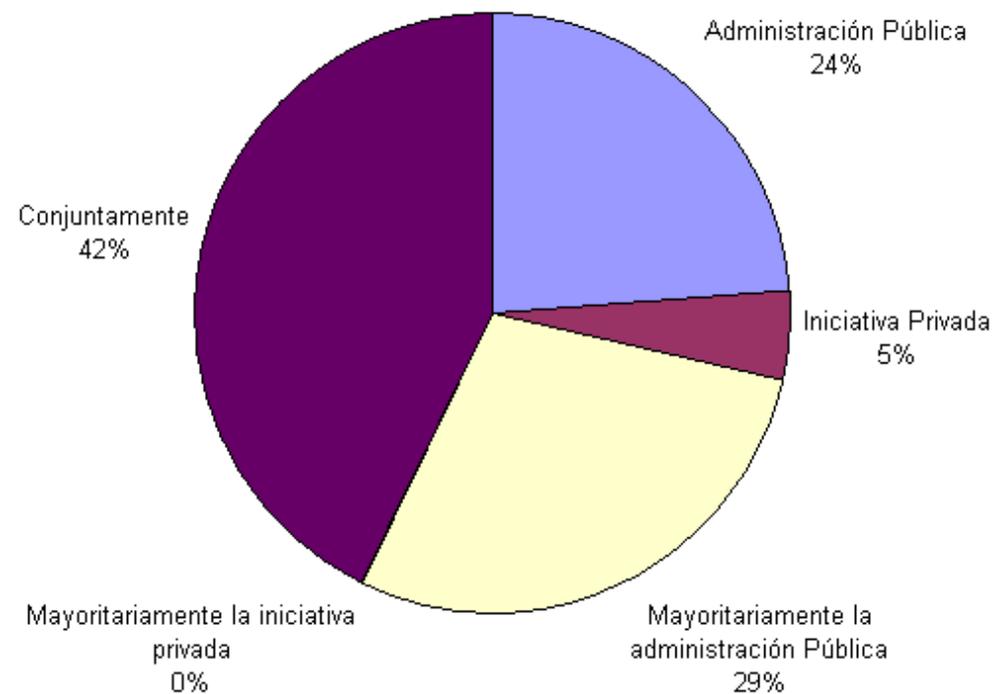
4. RESULTADOS

Usted cree que Boadilla del Monte en el total del turismo en la Comunidad de Madrid tiene...



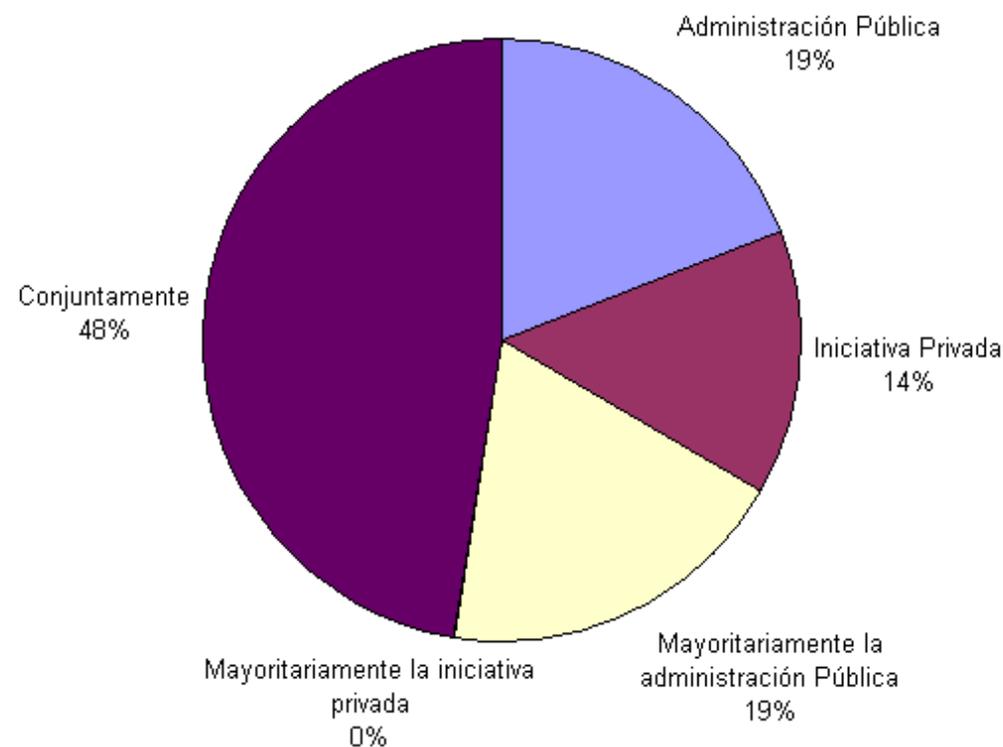
4. RESULTADOS

Quien tendría que liderar el desarrollo de atracciones turísticas culturales (museos, centros de interpretación, teatros,...



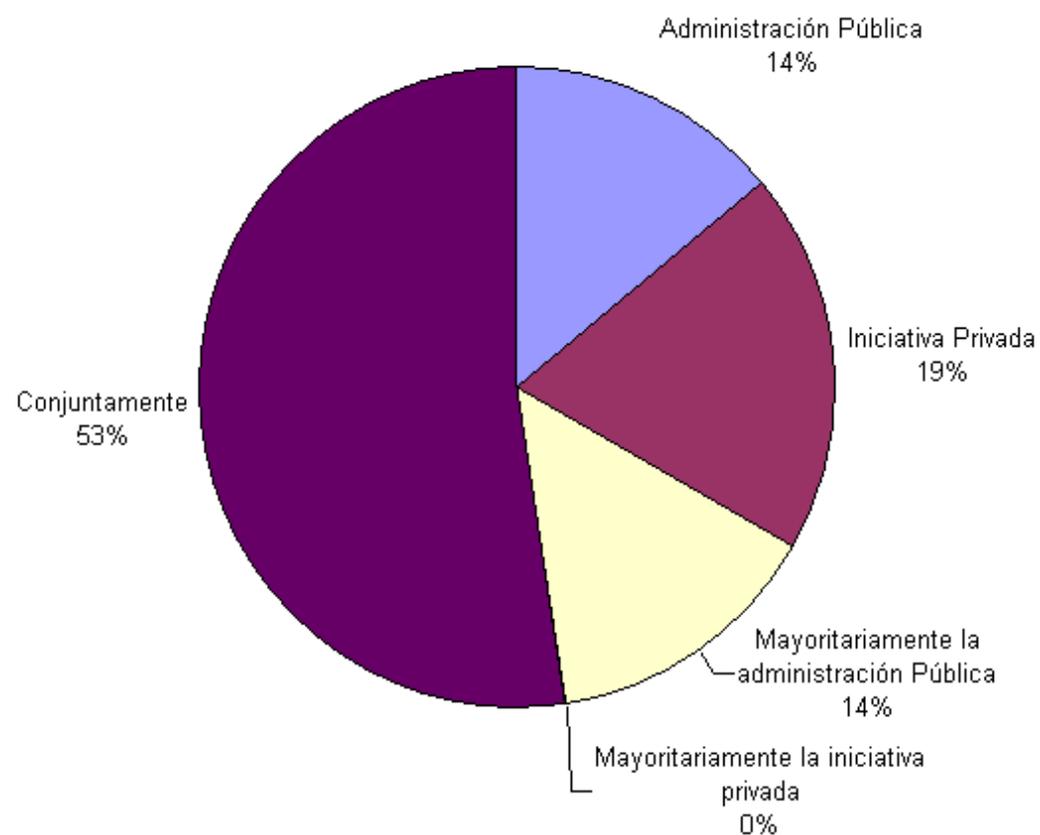
4. RESULTADOS

Quien tendría que liderar el desarrollo de atractivos turísticos de ocio (centros de ocio, parques de naturaleza, parques de atracciones, instalaciones deportivas,...)



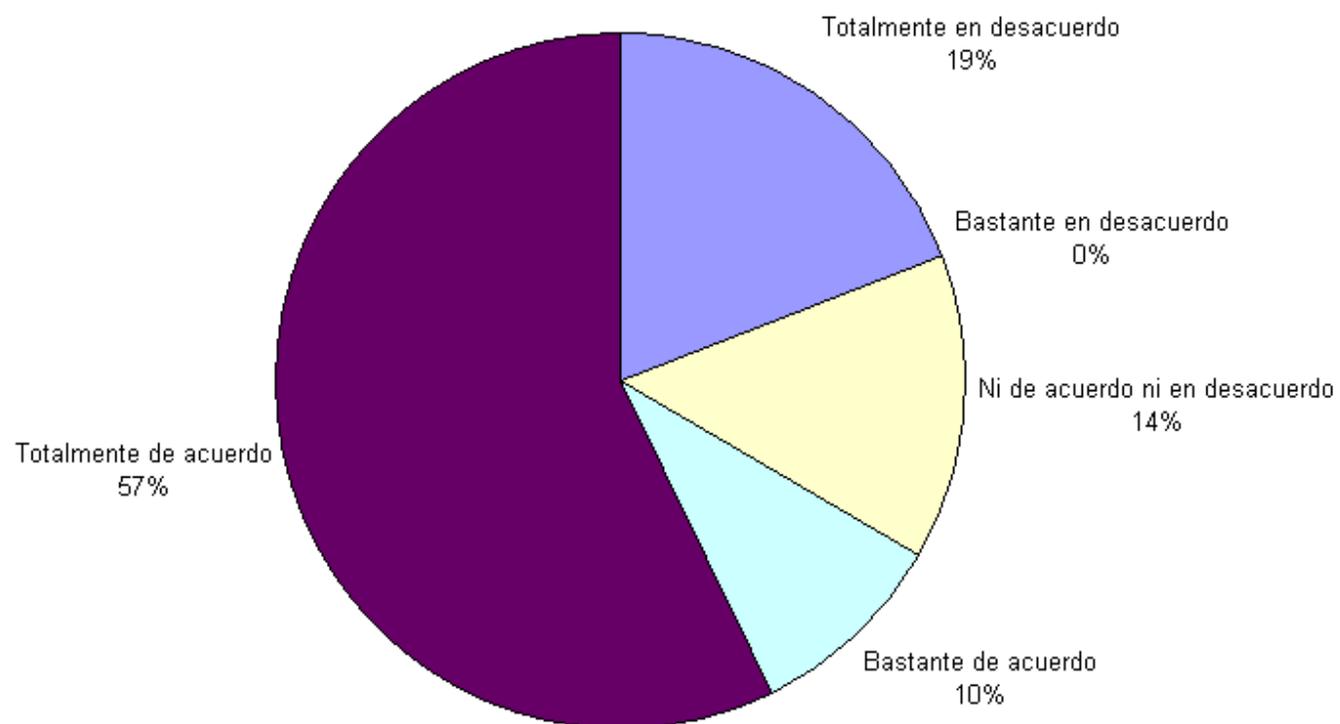
4. RESULTADOS

Quien tendría que liderar la creación y desarrollo de productos turísticos concretos



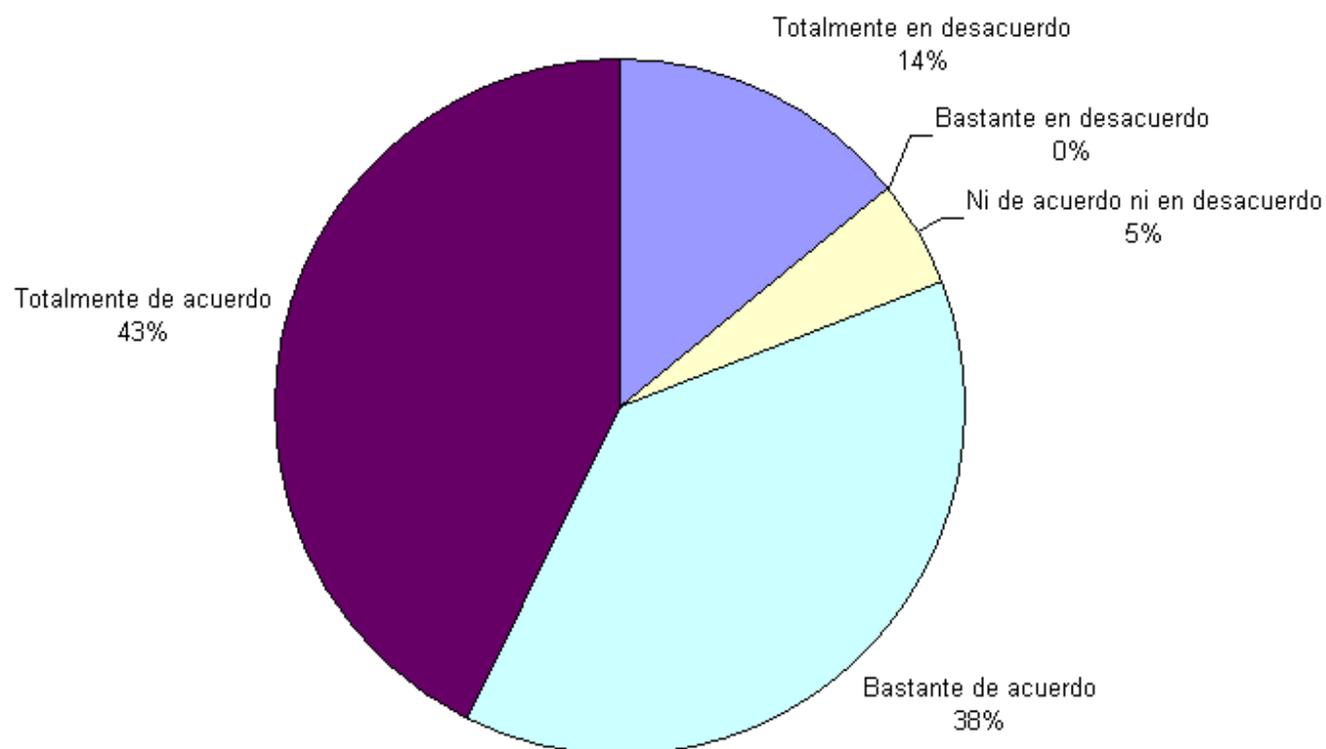
4. RESULTADOS

La iniciativa privada se tiene que involucrar en la planificación y el desarrollo del turismo



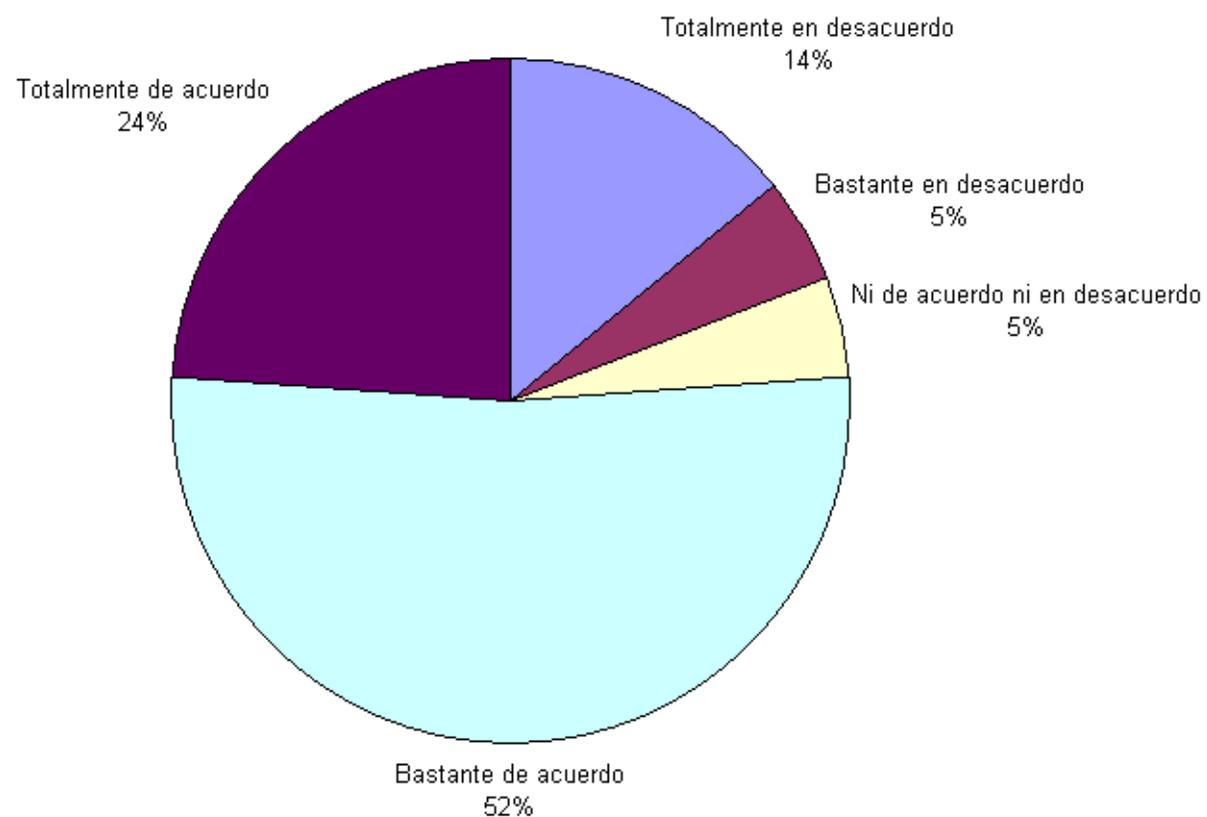
4. RESULTADOS

La iniciativa privada tiene que involucrarse en la promoción turística



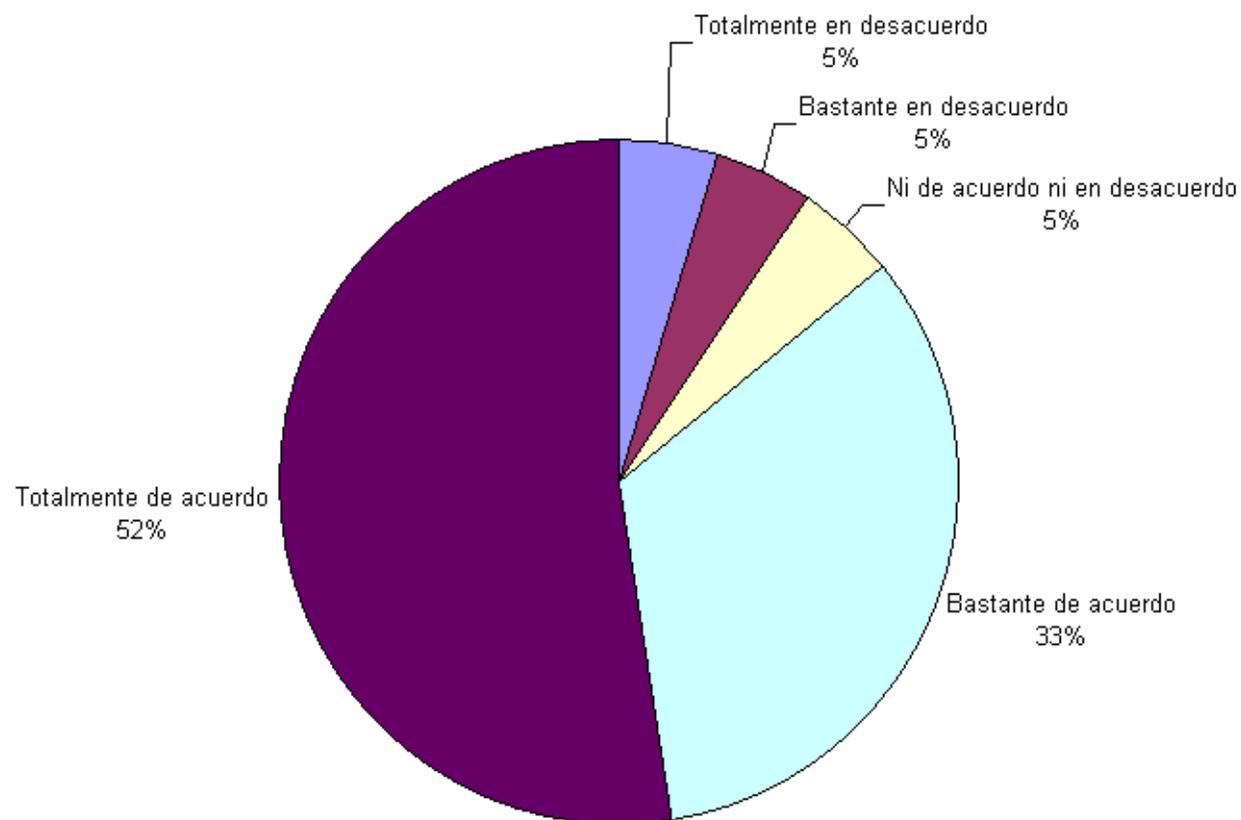
4. RESULTADOS

Se deberían crear nuevos atractivos turísticos para poder crear productos



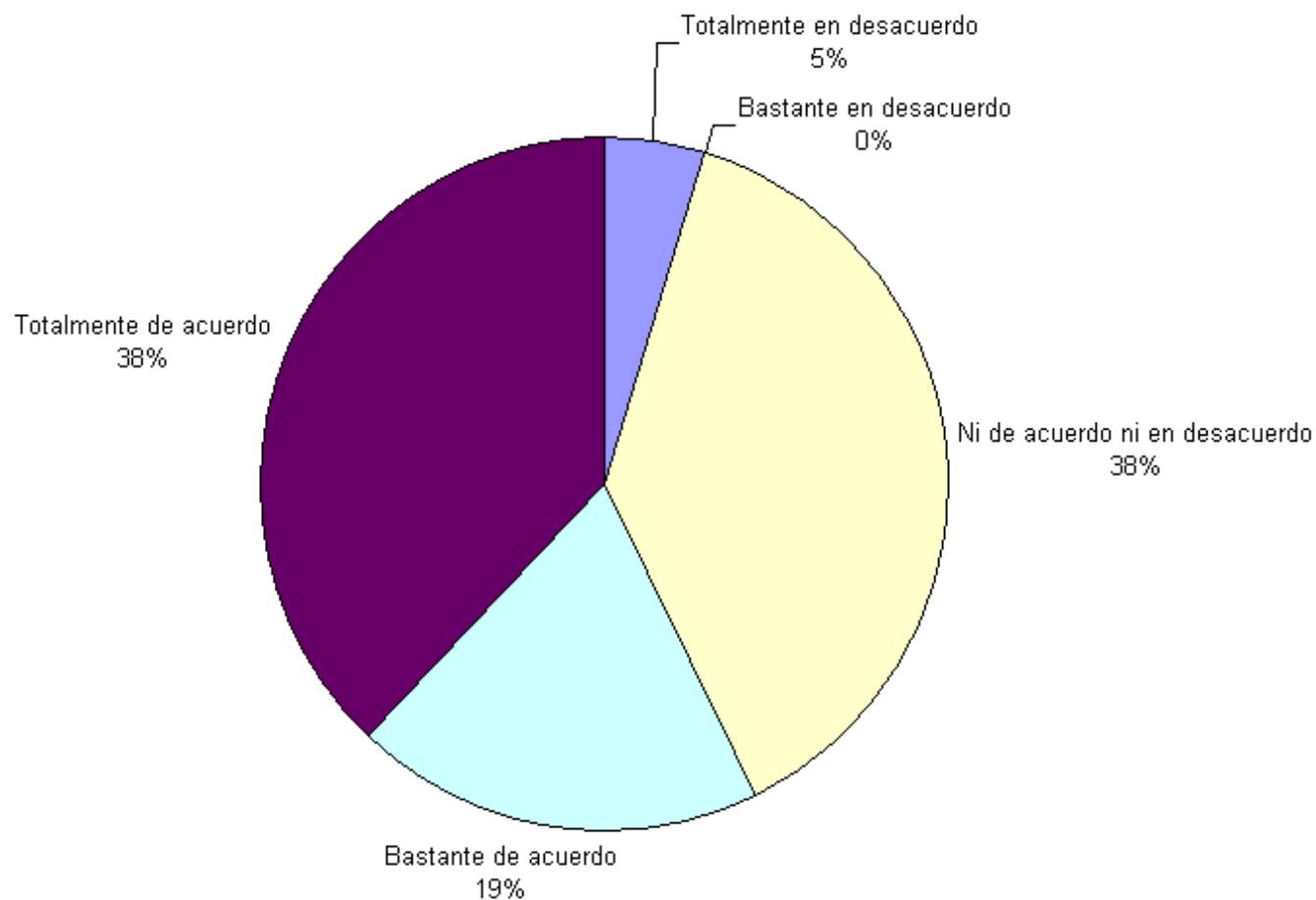
4. RESULTADOS

Internet se tiene que convertir en una herramienta para la promoción turística de Boadilla del Monte



4. RESULTADOS

EL TURISMO DE GOLF se tiene que potenciar en Boadilla



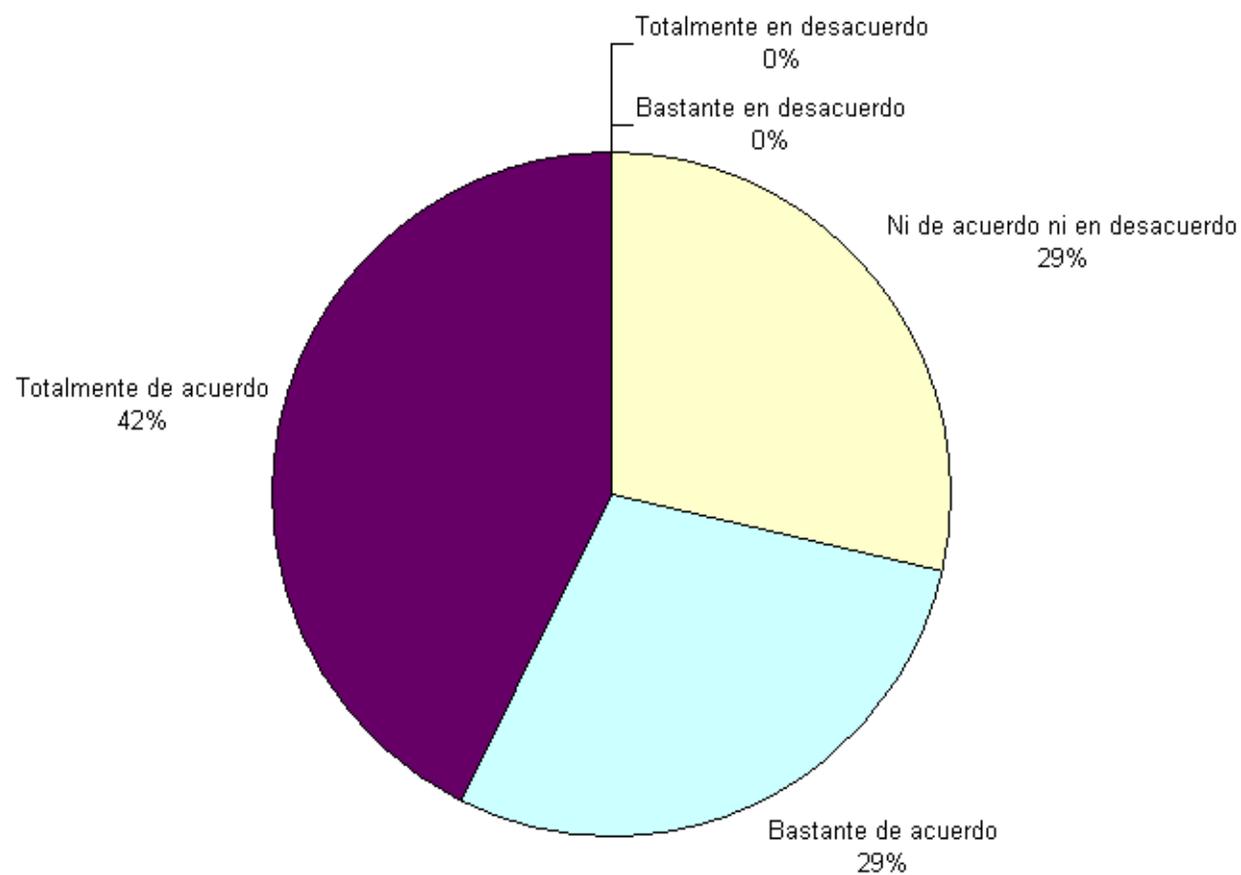
4. RESULTADOS

EL TURISMO DE NEGOCIO se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



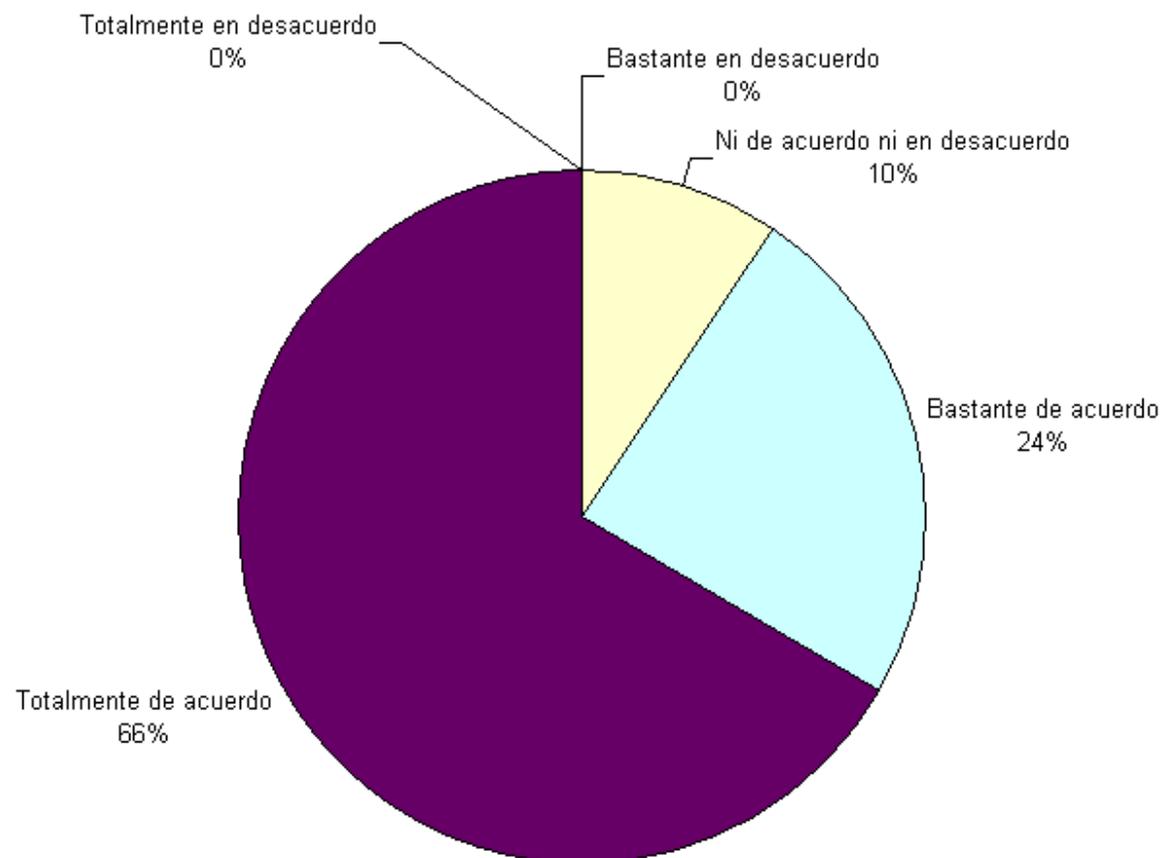
4. RESULTADOS

EL TURISMO DE WELLNESS se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



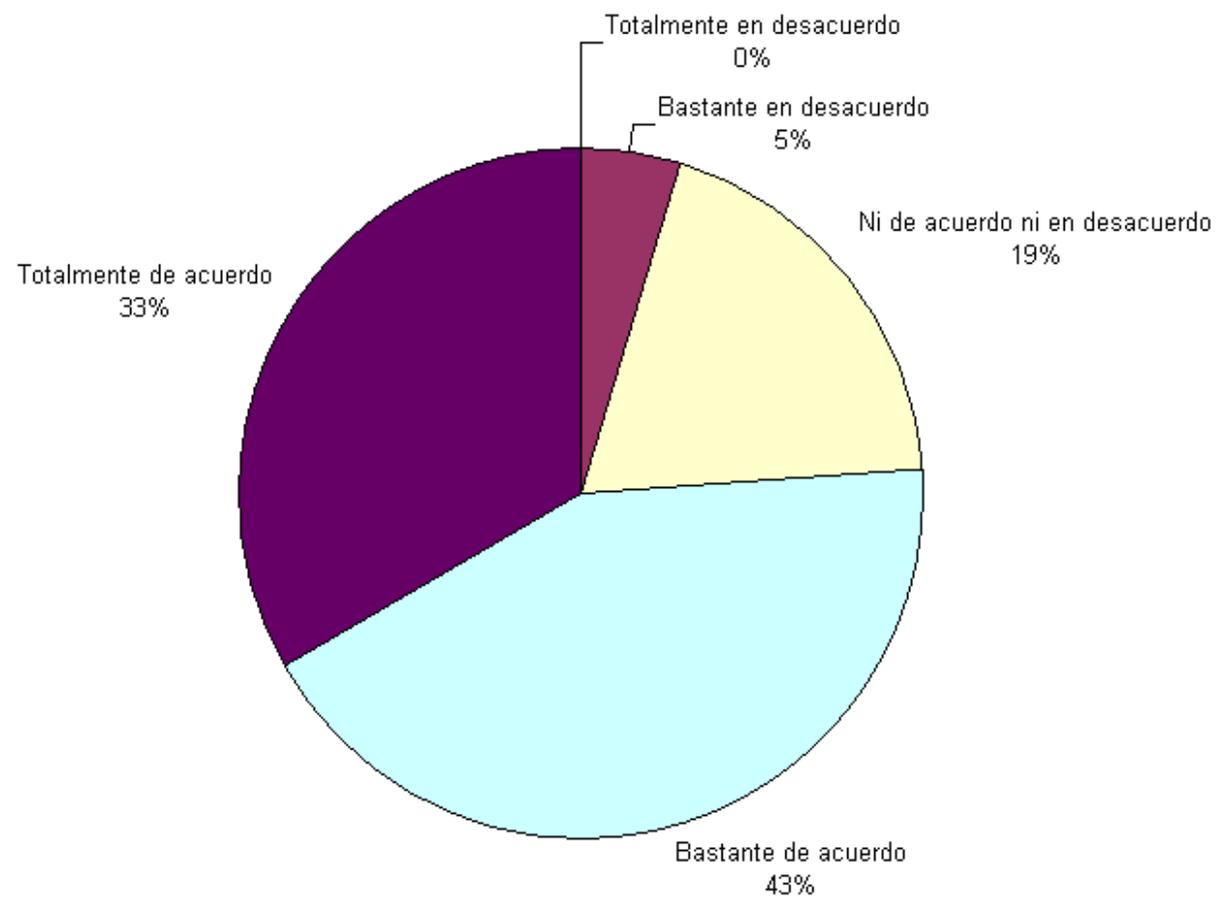
4. RESULTADOS

EL TURISMO DE NATURALEZA se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



4. RESULTADOS

El TURISMO ACTIVO se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



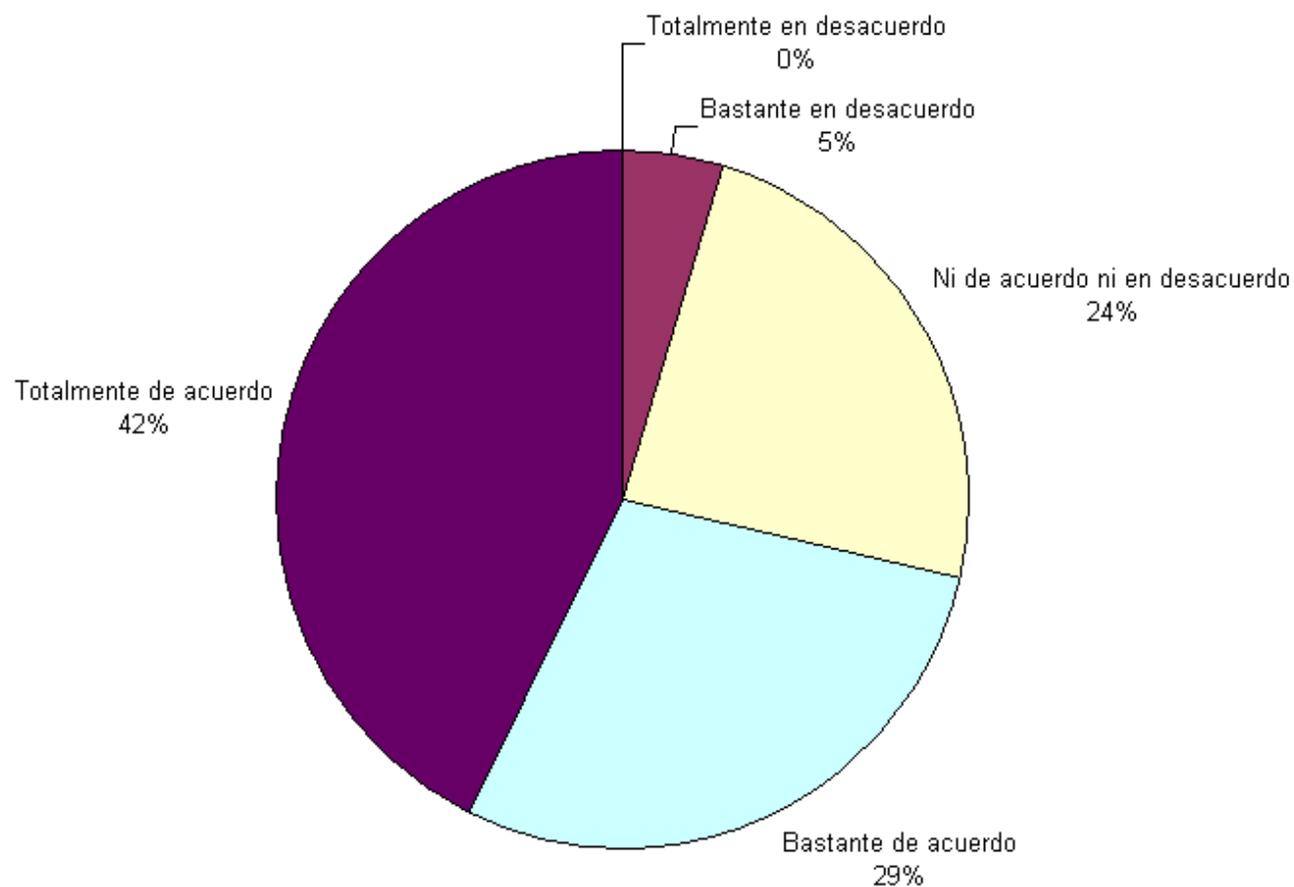
4. RESULTADOS

El TURISMO DEPORTIVO se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



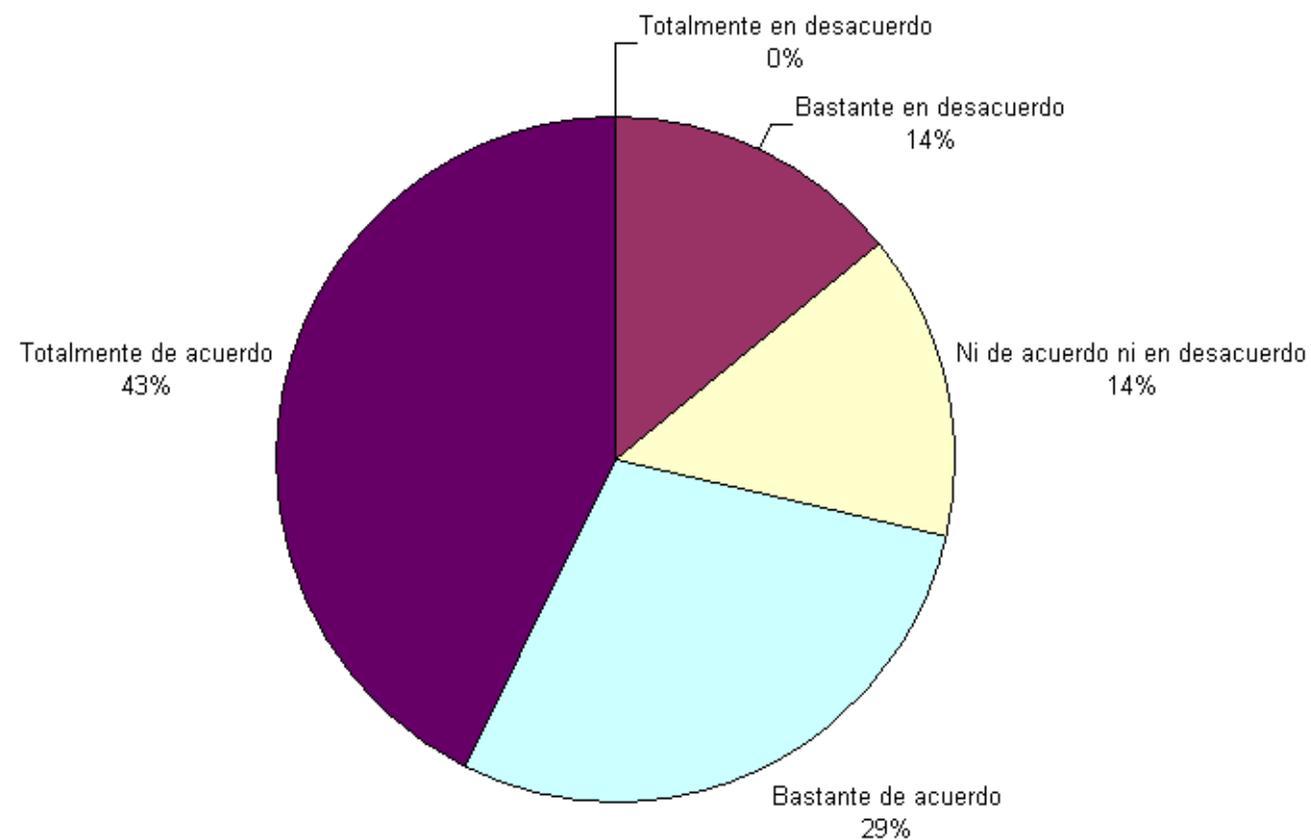
4. RESULTADOS

EL TURISMO GASTRONÓMICO se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



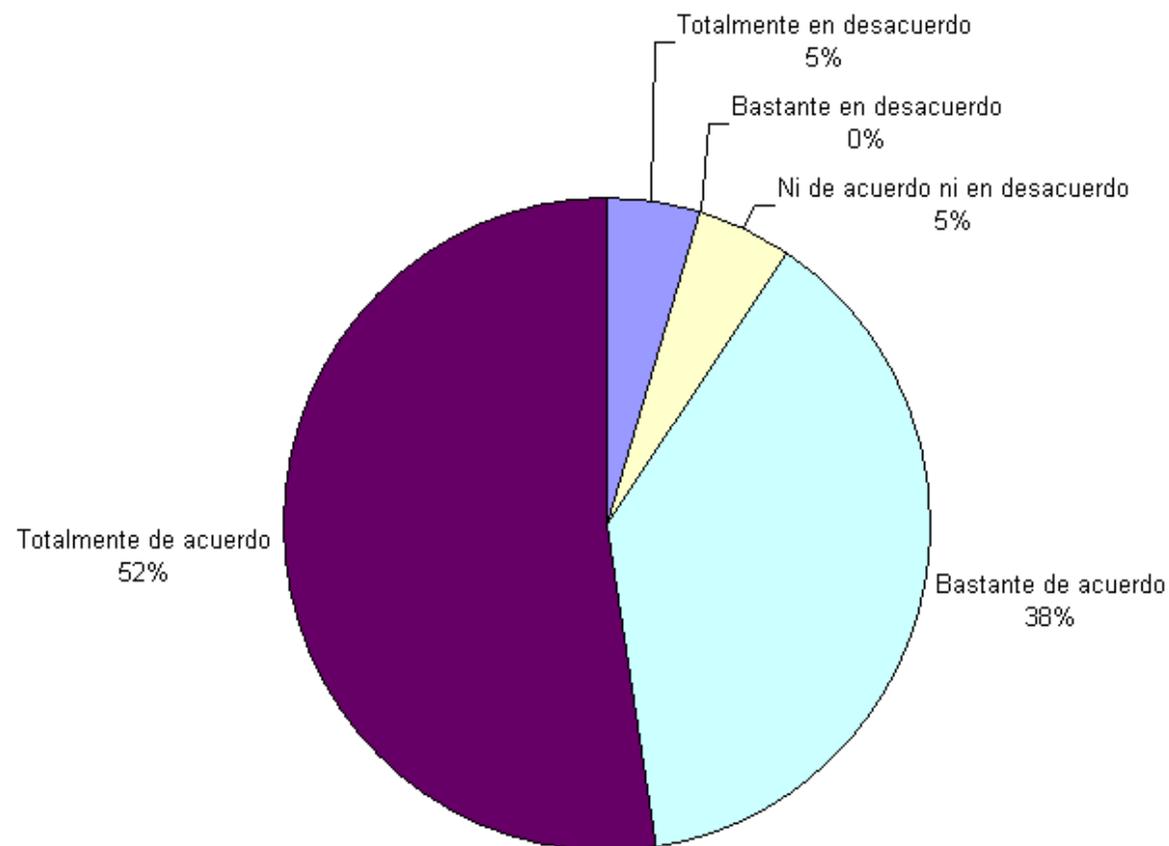
4. RESULTADOS

El TURISMO MONUMENTAL se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



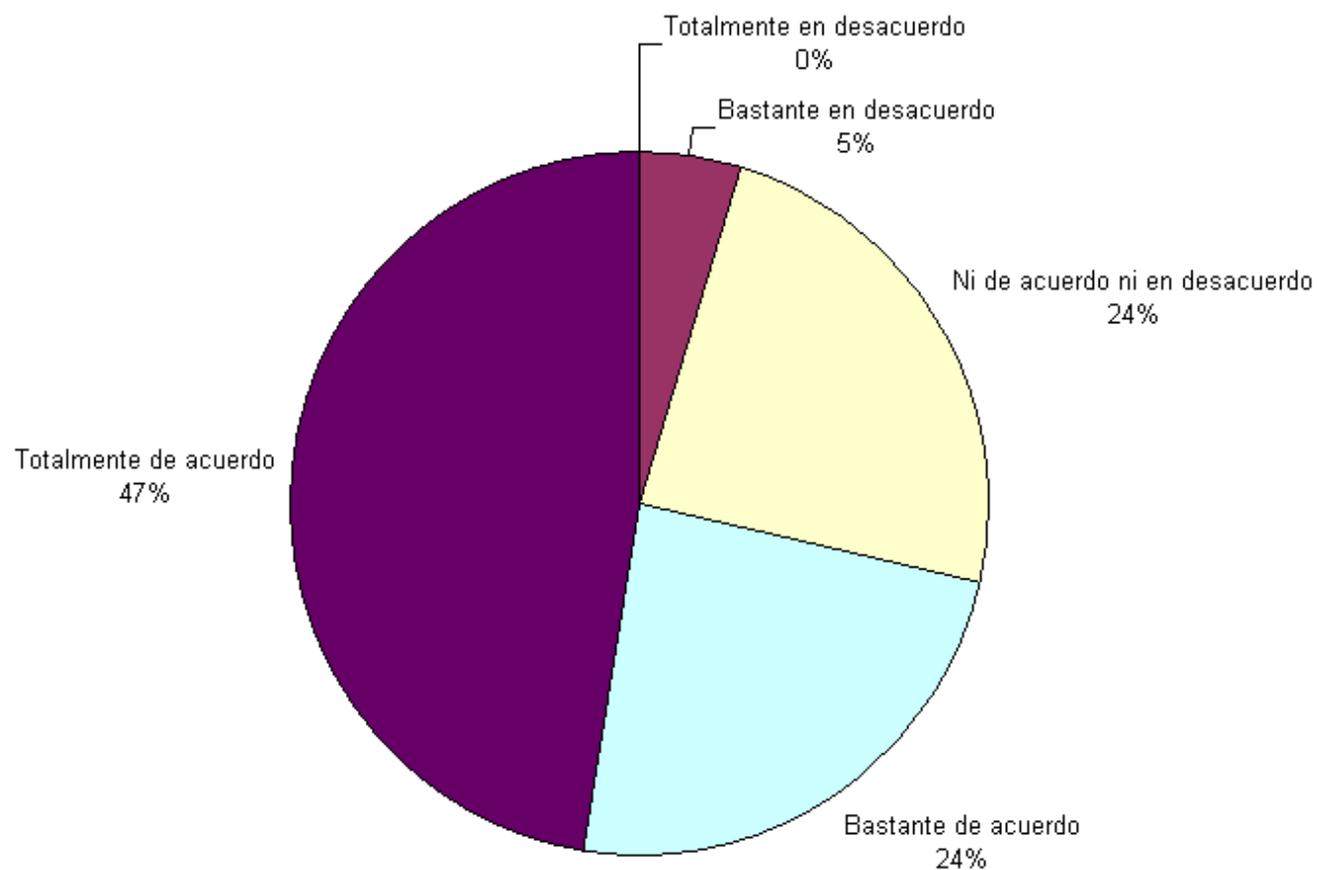
4. RESULTADOS

EL TURISMO RELACIONADO CON PARQUES DE NATURALEZA, CENTROS DE OCIO,...se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



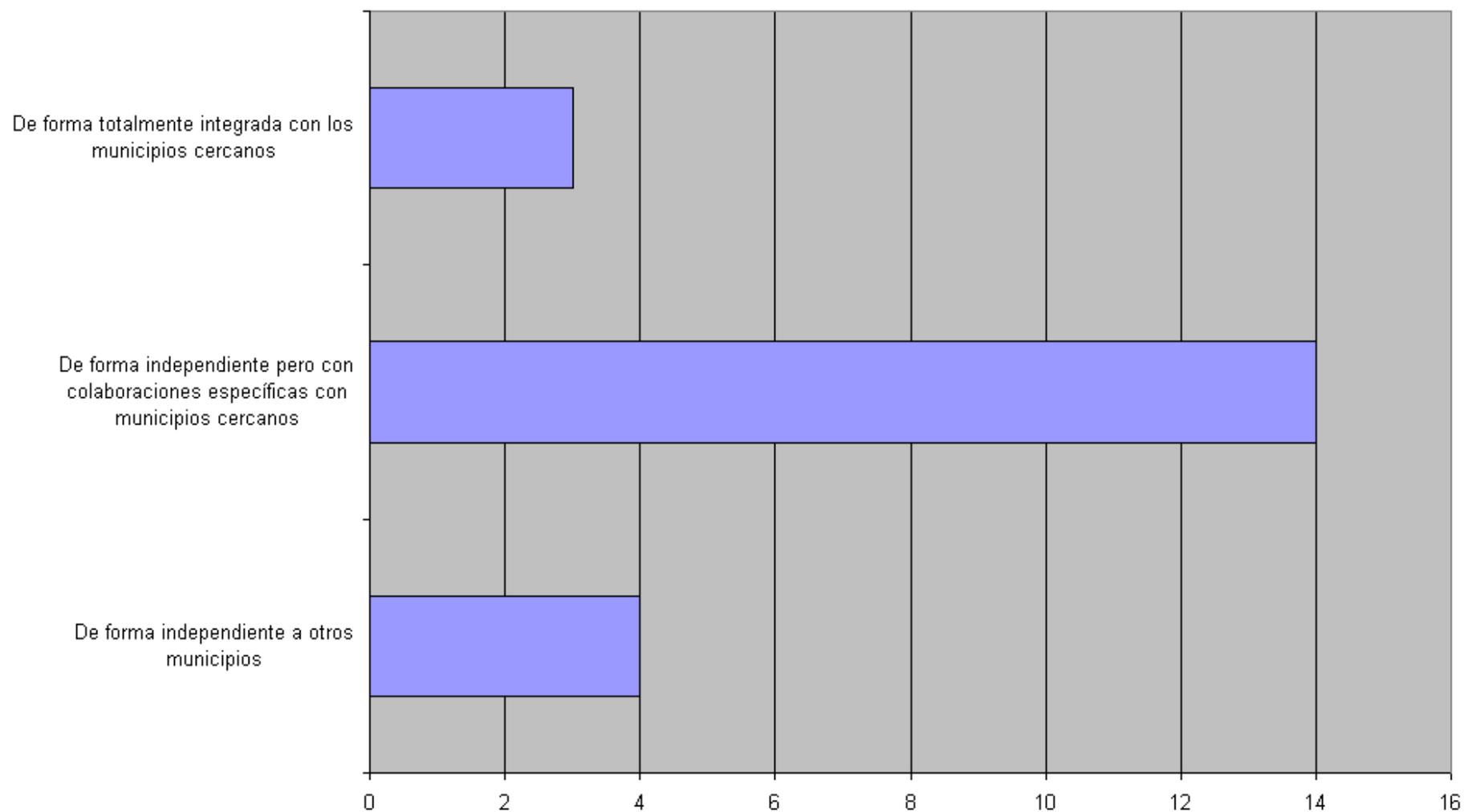
4. RESULTADOS

EL TURISMO CULTURAL se tiene que potenciar en Boadilla del Monte



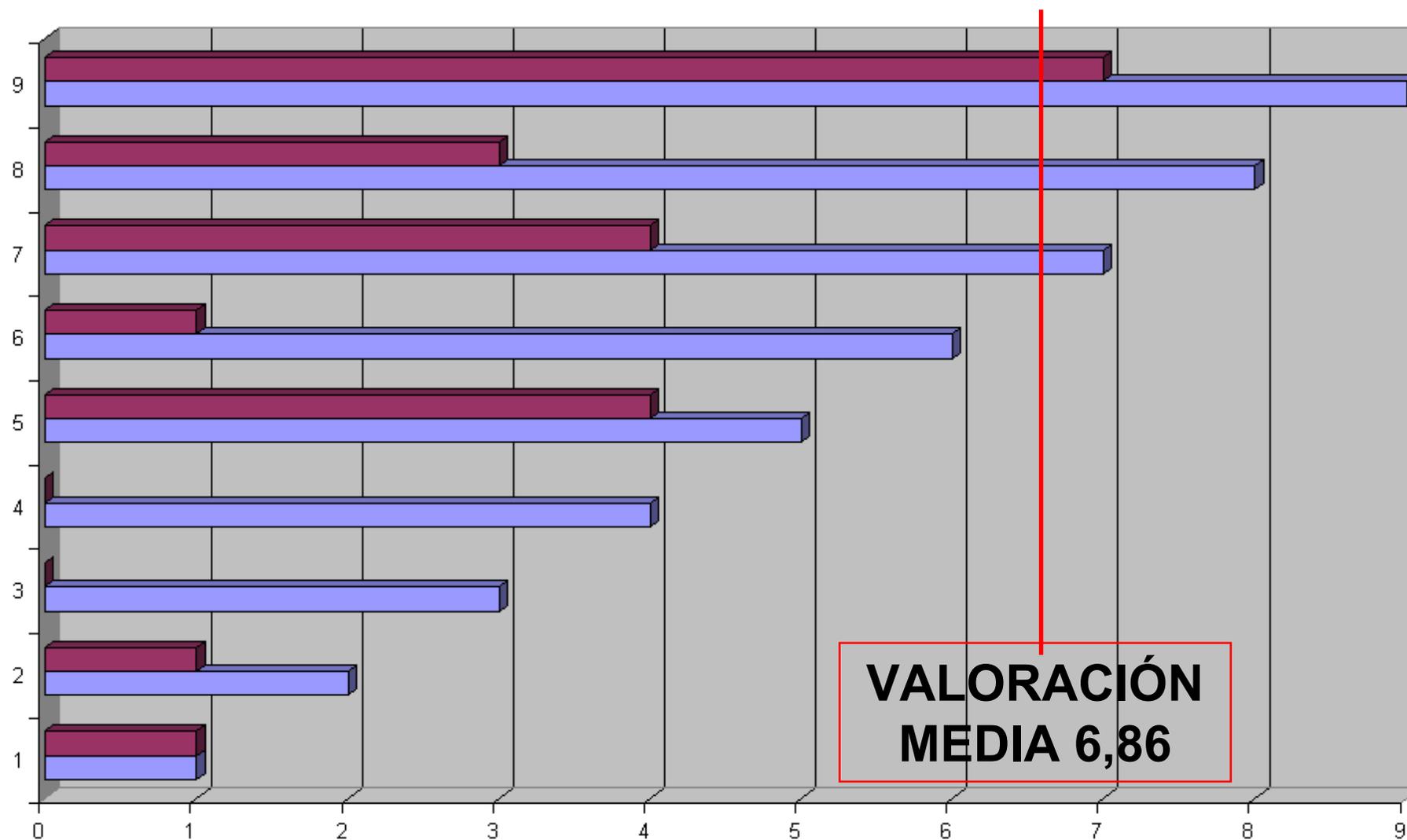
4. RESULTADOS

Usted cree que Boadilla del Monte tendría que desarrollar su estrategia turística...



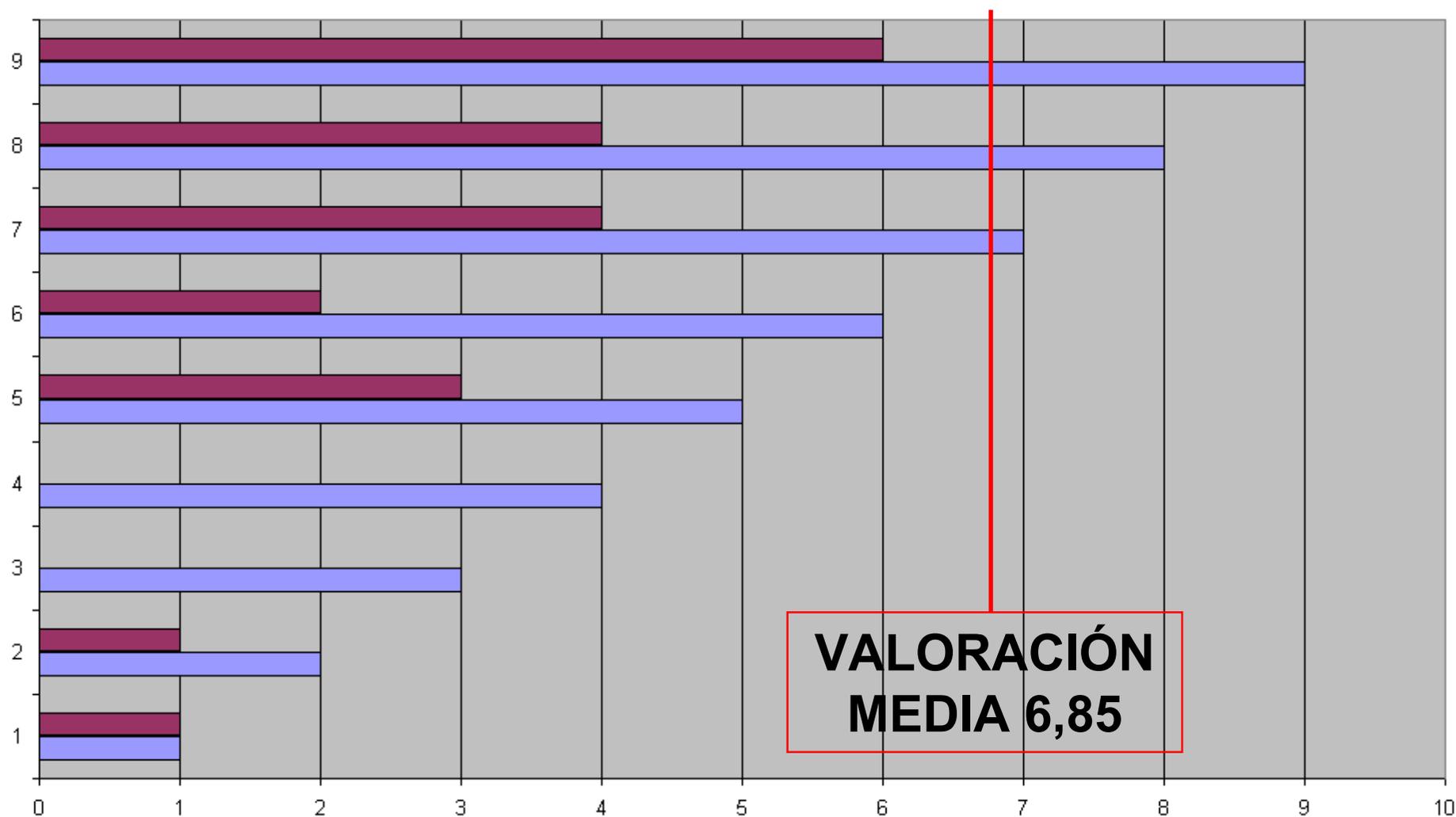
4. RESULTADOS

En una escala de 1 a 9 valore el logotipo de la marca "Boadilla siempre verde"



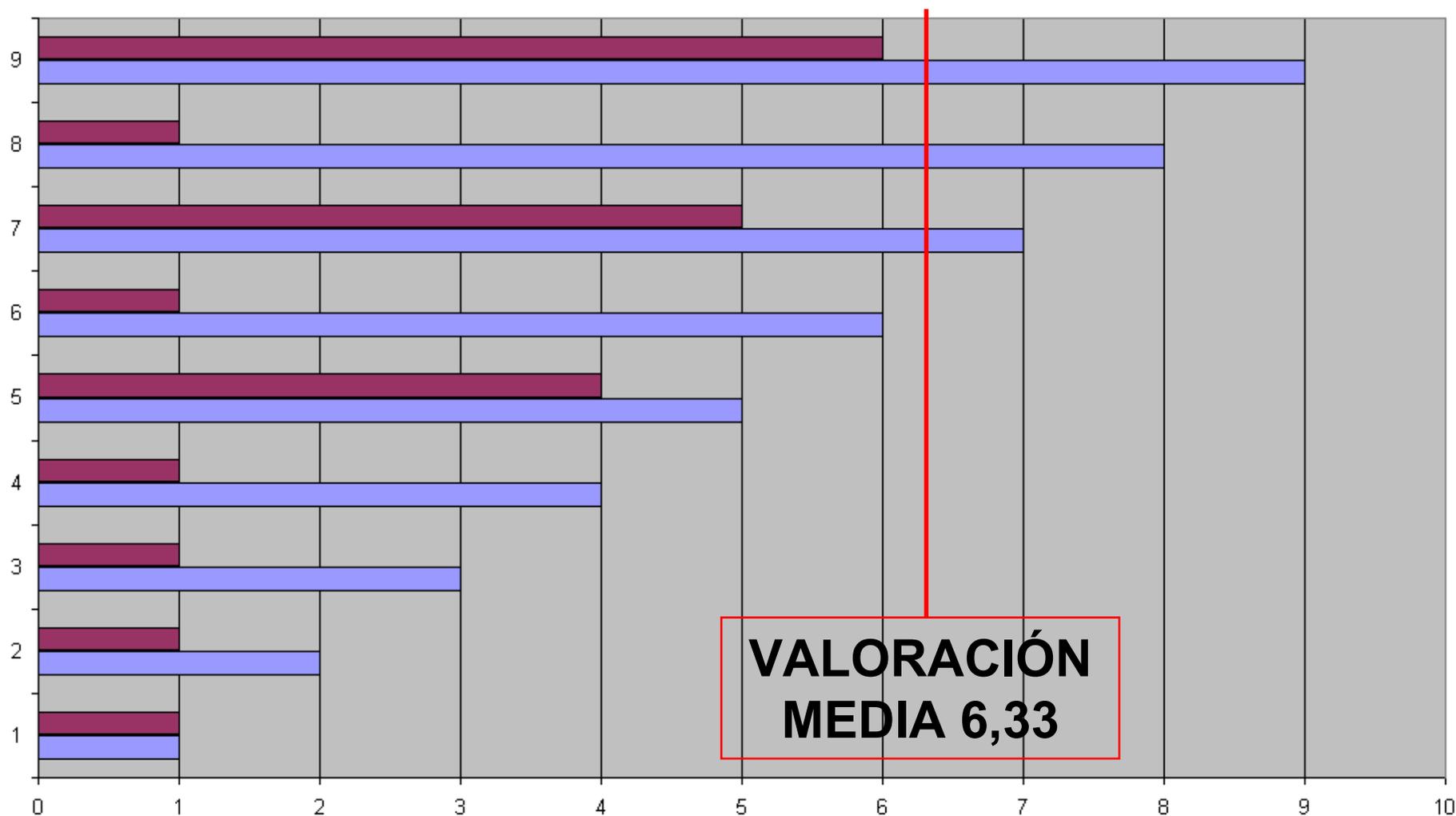
4. RESULTADOS

En una escala de 1 a 9, valore el lema "Boadilla siempre verde"



4. RESULTADOS

En una escala de 1 a 9 valore el logo de la marca "Boadilla ciudad del deporte"



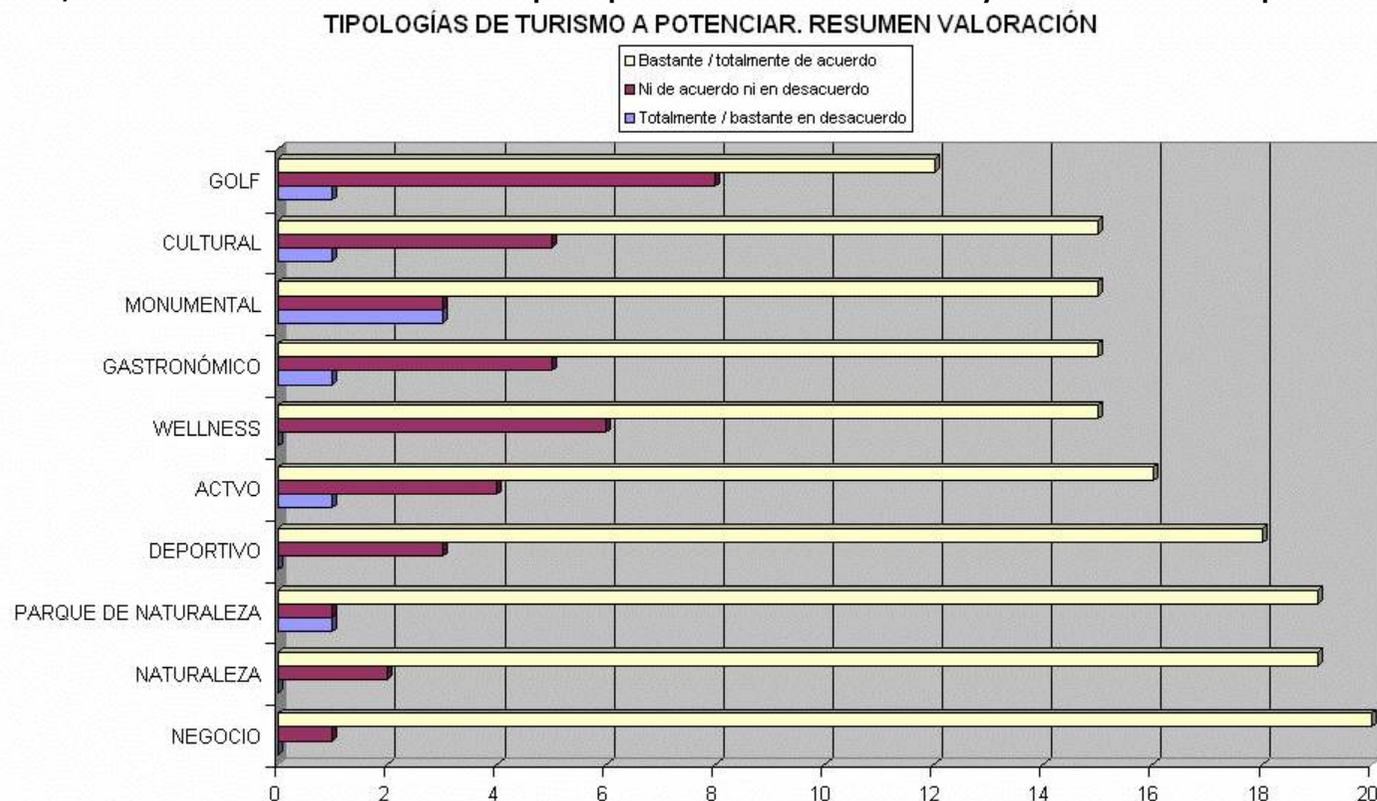
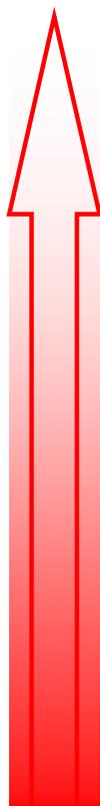
4. RESULTADOS

Conclusiones bloque preguntas generales

- ❑ Boadilla del Monte en el ámbito regional no se asocia con el turismo, el turismo en el municipio tiene en la actualidad poca importancia pero potencial para desarrollar el sector, aunque tendrá una importancia relativa frente a otros sectores económicos
- ❑ El desarrollo de los atractivos turísticos culturales, como museos, centros de interpretación, teatros, etc., los tendría que desarrollar / liderar la iniciativa pública aunque, una vez promovidos tendría que implicarse la iniciativa privada.
- ❑ El desarrollo de los atractivos turísticos de ocio como centros de ocio, parques de atracciones, parques de naturaleza, instalaciones deportivas,...etc., se tendría que liderar conjuntamente para un 48% de los participantes. Un 38% piensa que tendría que ser la iniciativa pública y un 14% la iniciativa privada.
- ❑ La creación y desarrollo de productos turísticos concretos se tendría que desarrollar conjuntamente para un 53% de los participantes, un 28% cree que tendría que hacerlo la iniciativa pública y un 19% la iniciativa privada
- ❑ La iniciativa privada se tiene que involucrar en la planificación y desarrollo del turismo de Boadilla y en la promoción turística
- ❑ La gran mayoría, un 73% de los participantes cree que se deberían crear nuevos atractivos turísticos para poder crear productos
- ❑ El 85% de los participantes cree que internet se tiene que convertir en una herramienta para la promoción de Boadilla
- ❑ La mayoría de los participantes cree que Boadilla tendría que desarrollar su estrategia turística de forma independiente pero con colaboraciones específicas con municipios cercanos

4. RESULTADOS

- ❑ El logotipo y el lema de la marca de "Boadilla siempre verde" se valora bien por los asistentes con una puntuación de 6,85 sobre 10. El logotipo de "Boadilla Ciudad del Deporte" se valora menos con una puntuación de 6,33 sobre 10.
- ❑ Dentro de las tipologías de turismo a potenciar en Boadilla del Monte la mayoría de los participantes cree que se debería de potenciar el turismo de negocio, el turismo de naturaleza, el turismo vinculado a "parques" de naturaleza y el turismo deportivo en este orden



4. RESULTADOS

❑ **Bloque 5- Variables básicas**

Conocer el grado de importancia de diferentes variables básicas para el desarrollo del turismo y su grado de desarrollo en la actualidad al objeto de priorizar las líneas de actuación a contemplar en el Plan

4. RESULTADOS

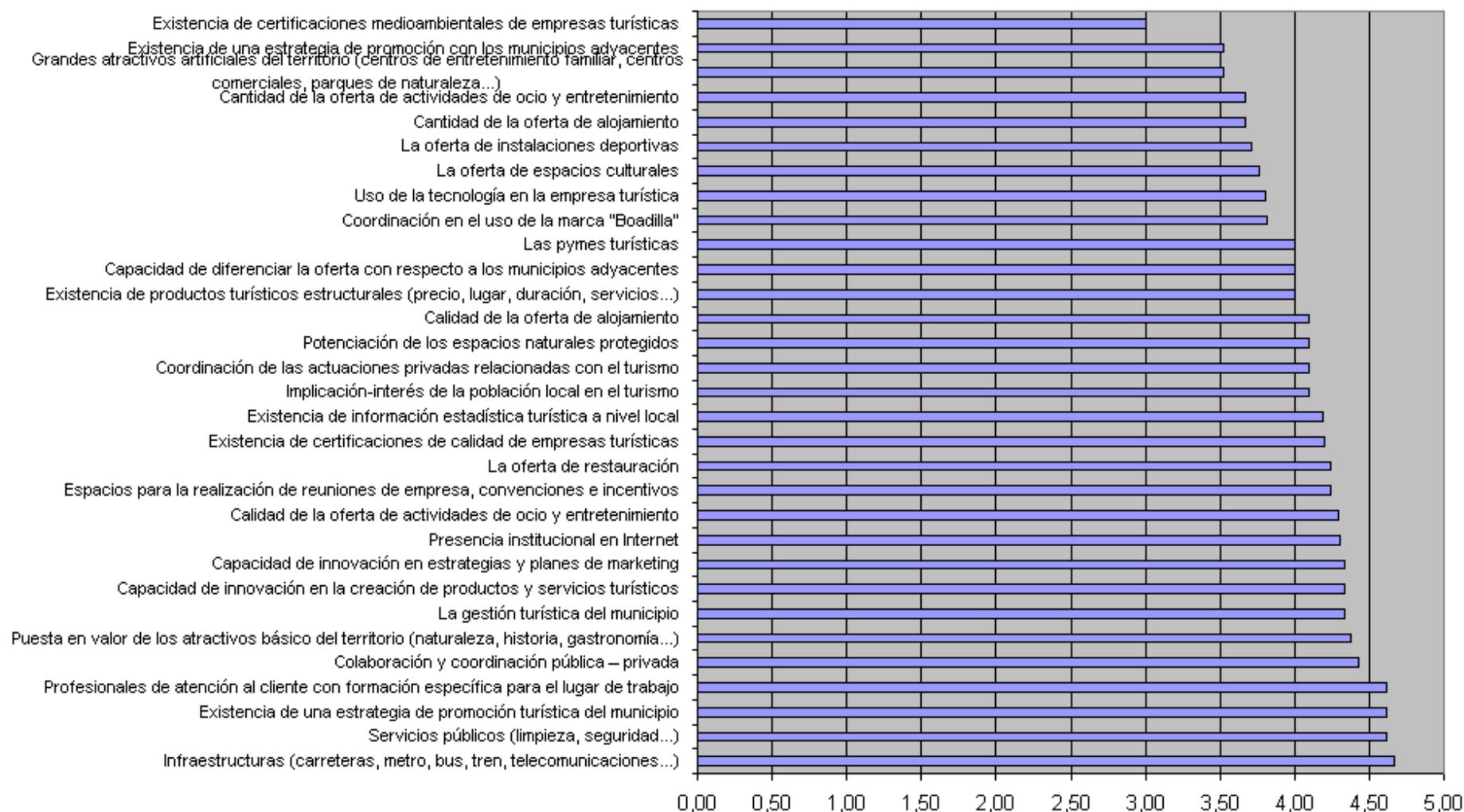
Bloque 5- Variables básicas.

Conocer el grado de importancia de diferentes variables básicas de Boadilla del Monte para el desarrollo del turismo:

- Calidad de la oferta de alojamiento
- Cantidad de la oferta de alojamiento
- Espacios para la realización de reuniones de empresa, convenciones e incentivos
- La oferta de restauración
- La oferta de espacios culturales
- La oferta de instalaciones deportivas
- Calidad de la oferta de actividades de ocio y entretenimiento
- Cantidad de la oferta de actividades de ocio y entretenimiento
- Puesta en valor de los atractivos básico del territorio (naturaleza, historia, gastronomía...)
- Grandes atractivos artificiales del territorio (centros de entretenimiento familiar, centros comerciales, parques de naturaleza...)
- Infraestructuras (carreteras, metro, bus, tren, telecomunicaciones...)
- Servicios públicos (limpieza, seguridad...)
- Existencia de productos turísticos estructurales (precio, lugar, duración, servicios...)
- La gestión turística del municipio
- Existencia de una estrategia de promoción turística del municipio
- Existencia de una estrategia de promoción con los municipios adyacentes
- Coordinación en el uso de la marca "Boadilla"
- Implicación-interés de la población local en el turismo
- Profesionales de atención al cliente con formación específica para el lugar de trabajo
- Existencia de información estadística turística a nivel local
- Coordinación de las actuaciones privadas relacionadas con el turismo
- Colaboración y coordinación pública – privada
- Capacidad de innovación en la creación de productos y servicios turísticos
- Capacidad de innovación en estrategias y planes de marketing
- Capacidad de diferenciar la oferta con respecto a los municipios adyacentes
- Presencia institucional en Internet
- Uso de la tecnología en la empresa turística
- Existencia de certificaciones de calidad de empresas turísticas
- Existencia de certificaciones medioambientales de empresas turísticas
- Potenciación de los espacios naturales protegidos
- Las pymes turísticas

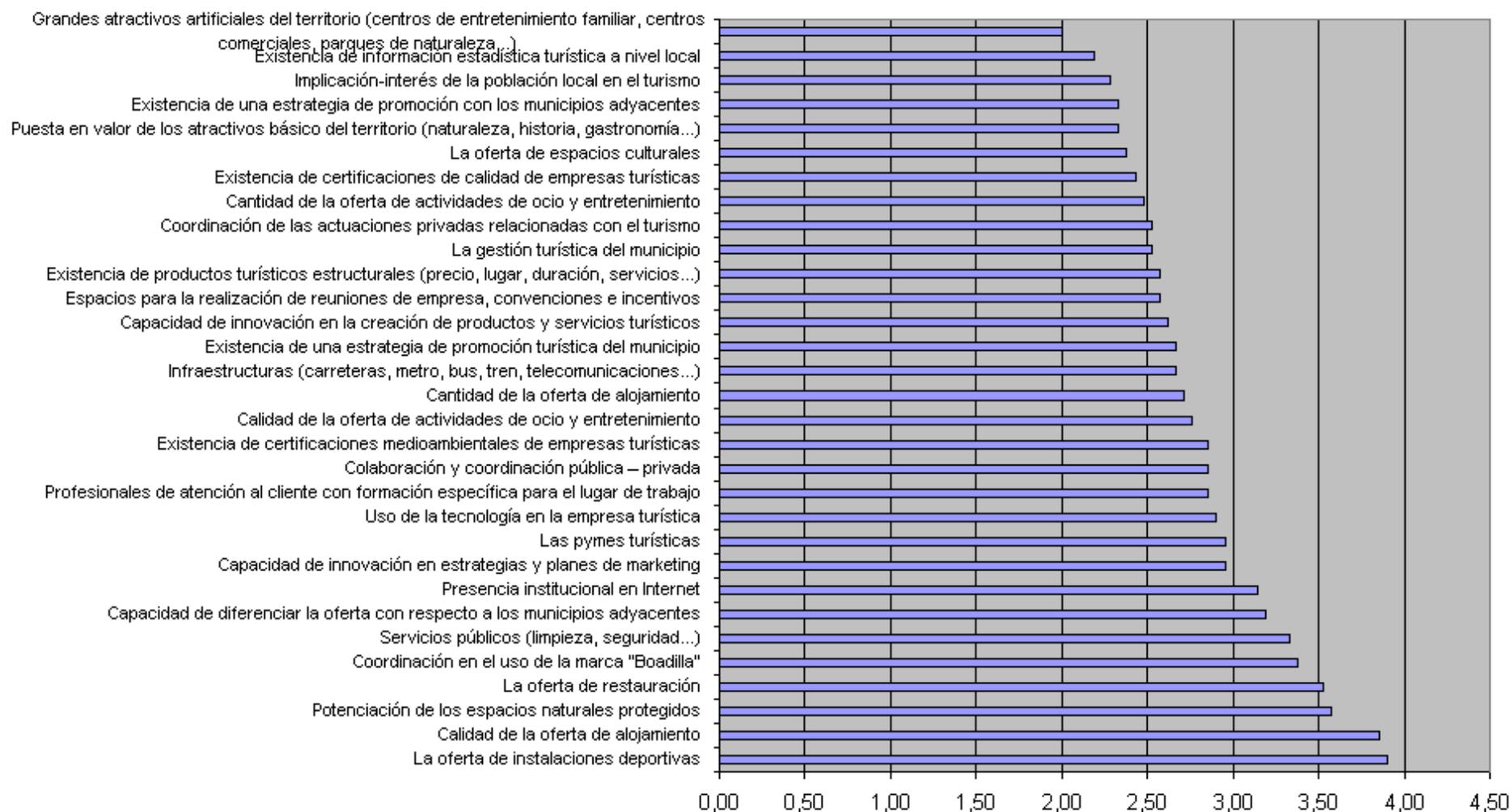
4. RESULTADOS

IMPORTANCIA DE VARIABLES TURÍSTICAS EN BOADILLA DEL MONTE



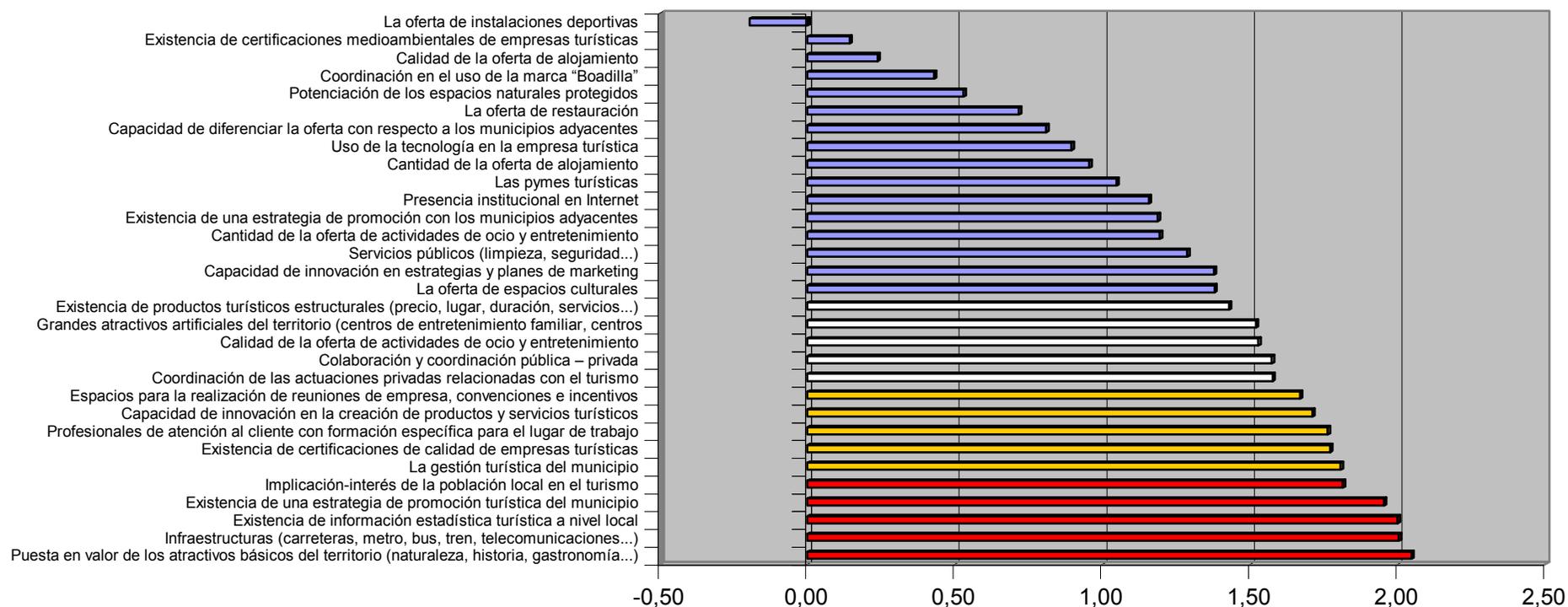
4. RESULTADOS

GRADO DE DESARROLLO / SITUACIÓN ACTUAL DE VARIABLES BÁSICAS DEL TURISMO EN BOADILLA DEL MONTE



4. RESULTADOS

DIFERENCIA VALOR IMPORTANCIA / GRADO DE DESARROLLO EN BOADILLA DEL MONTE



4. RESULTADOS

RESULTADOS E IMPLICACIONES PARA DISEÑAR Y PRIORIZAR LAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL TURISMO EN BOADILLA DEL MONTE		
LÍNEA DE ACTUACIÓN	VALOR (I-ºD)	ÁMBITO MEDIDA
Puesta en valor de los atractivos básicos del territorio (naturaleza, historia, gastronomía...)	2,05	GESTIÓN
Infraestructuras (carreteras, metro, bus, tren, telecomunicaciones...)	2,00	ÁMBITO MUNICIPAL-REGIONAL
Existencia de información estadística turística a nivel local	2,00	GESTIÓN
Existencia de una estrategia de promoción turística del municipio	1,95	PROMOCION
Implicación-interés de la población local en el turismo	1,81	GESTIÓN
La gestión turística del municipio	1,81	GESTIÓN
Existencia de certificaciones de calidad de empresas turísticas	1,77	NORMATIVA
Profesionales de atención al cliente con formación específica para el lugar de trabajo	1,76	NORMATIVA
Capacidad de innovación en la creación de productos y servicios turísticos	1,71	GESTIÓN
Espacios para la realización de reuniones de empresa, convenciones e incentivos	1,67	GESTIÓN
Coordinación de las actuaciones privadas relacionadas con el turismo	1,58	GESTIÓN
Colaboración y coordinación pública – privada	1,57	GESTIÓN
Calidad de la oferta de actividades de ocio y entretenimiento	1,53	GESTIÓN
Grandes atractivos artificiales del territorio (centros de entretenimiento familiar, centros comerciales, parques...)	1,52	GESTIÓN
Existencia de productos turísticos estructurales (precio, lugar, duración, servicios...)	1,43	GESTIÓN
La oferta de espacios culturales	1,38	GESTIÓN
Capacidad de innovación en estrategias y planes de marketing	1,38	PROMOCION
Servicios públicos (limpieza, seguridad...)	1,29	ÁMBITO MUNICIPAL-REGIONAL
Cantidad de la oferta de actividades de ocio y entretenimiento	1,19	GESTIÓN
Existencia de una estrategia de promoción con los municipios adyacentes	1,19	PROMOCION
Presencia institucional en Internet	1,16	PROMOCION
Las pymes turísticas	1,05	GESTIÓN
Cantidad de la oferta de alojamiento	0,96	GESTIÓN
Uso de la tecnología en la empresa turística	0,90	GESTIÓN
Capacidad de diferenciar la oferta con respecto a los municipios adyacentes	0,81	PROMOCION
La oferta de restauración	0,72	GESTIÓN
Potenciación de los espacios naturales protegidos	0,53	ÁMBITO MUNICIPAL-REGIONAL
Coordinación en el uso de la marca “Boadilla”	0,43	PROMOCION
Calidad de la oferta de alojamiento	0,24	GESTIÓN
Existencia de certificaciones medioambientales de empresas turísticas	0,14	GESTIÓN
La oferta de instalaciones deportivas	-0,19	GESTIÓN