



PROGRAMA IMAGEN DE MARCA TURÍSTICA

“BOADILLA DEL MONTE, NATURALEZA, CULTURA, DEPORTE Y NEGOCIO”

Tal como muestra el Plan de Acción del Análisis de la Potencialidad Turística de Boadilla del Monte, Boadilla del Monte tiene que desarrollar una imagen de marca para iniciar el desarrollo del sector turístico del municipio y posicionarse dentro de su entorno de manera sostenible.

Además, Boadilla del Monte necesita esta imagen de marca de municipio turístico no sólo para iniciar el posicionamiento en los mercados objetivo, sino para desarrollar todo tipo de acciones del Plan de Acción, entre las que destacan las acciones de comunicación, promoción y comercialización así como el desarrollo del programa de calidad propio.¹

En los siguientes apartados se pretende definir la Imagen de Marca, las ventajas del uso de la marca que tendrán los licenciadores así como los requisitos de adhesión y el modo de difusión y garantía del uso de la marca.

Contenido del Programa Imagen de Marca:

1. DEFINICIÓN DE LA MARCA

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Definición de la Imagen de Marca
 - 1.2.1 Objetivos generales y de aplicación
 - 1.2.2 Diseño de la Marca
 - 1.2.3 Modo de aplicación

2. VENTAJAS DEL USO DE LA MARCA PARA LAS EMPRESAS

3. REQUISITOS DE ADHESIÓN AL PROGRAMA IMAGEN DE MARCA

- 3.1 Lugar de prestación del servicio
- 3.2 Condiciones de prestación del servicio
- 3.3 Las edificaciones y el material con que cuenta la empresa y el establecimiento turístico deberán estar integradas paisajísticamente con el entorno (Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, Ordenanza Municipal reguladora de la instalación de veladores de la vía pública)
- 3.4 Requisitos de Calidad
- 3.5 Requisitos Medioambientales

¹ La imagen de marca se debe de trabajar sobre esta idea según condiciones del Manual de Imagen Corporativa del Municipio.



3.6 Requisitos de participación

3.7 Requisitos de promoción y divulgación de Boadilla del Monte

4. DIFUSIÓN Y GARANTÍA DEL USO DE LA MARCA

5. SOLICITUD OFICIAL DE CONCESIÓN DE USO DE LA MARCA DE “BOADILLA: NATURALEZA, CULTURA, DEPORTE Y NEGOCIO”.



DEFINICIÓN DE LA IMAGEN DE MARCA

1.1 Antecedentes

Tal como muestra el análisis de potencialidad así como la reunión de participación pública y el diagnóstico, se destacó que para iniciar su desarrollo turístico Boadilla del Monte tiene que ofrecer productos y servicios personalizados a un mercado de nicho y por lo tanto atraer a segmentos de mercados bien definidos. Con relación a los recursos e infraestructuras ligadas al negocio, deporte y naturaleza disponible para un uso turístico, se han aplicado diferentes criterios de segmentación para identificar los segmentos objetivo que son:

- Empresas, deportistas/clubes deportivos, familias con niños.
- Residentes y entidades de Boadilla del Monte, sus municipios colindantes y la Comunidad de Madrid.
- Excursionistas en mayoría.

1.2 Definición de la Imagen de Marca

1.2.1 Objetivos generales y de aplicación

El programa de imagen de marca de Boadilla del Monte además de iniciar el proceso de posicionamiento de Boadilla del Monte como municipio turístico se concibe para ser aplicada de forma integral como herramienta de comunicación, promoción y comercialización que ayude a la implantación del modelo de desarrollo definido para el municipio.

Además, se pretende utilizar para identificar a una red de empresas del municipio que estén comprometidas, colaboren e implanten programas específicos en sus establecimientos / actividades ofertadas.

Por lo tanto tiene tres objetivos de aplicación:

- Aplicación a la identidad turística del municipio.
- Aplicación a tipologías de producto, clubes de producto.
- Aplicación a oferta turística, alojamiento, restauración y actividades turísticas generadas por empresas ubicadas en Boadilla del Monte.

Los tres objetivos de aplicación (identidad turística, productos turísticos y oferta y actividades) deben identificarse con la imagen del municipio y con los valores añadidos de la marca.

La marca debe de transmitir el modelo de desarrollo y el posicionamiento objetivo definido con anterioridad, a modo de resumen el objetivo del programa es:

- Valorizar la participación en el plan de turismo de las empresas y entidades.
-



- Ofrecer al visitante productos y servicios de calidad, mediante el cumplimiento de requisitos básicos de los establecimientos y empresas que se adhieran al programa.

1.2.2 *Diseño de la Marca*

La imagen de marca turística de Boadilla del Monte (logotipo, colores, tipografía y normas de aplicación) se ha definido sobre la base del manual de identidad corporativa del municipio y del Plan de Acción del Análisis de la potencialidad turística de Boadilla del Monte.

La combinación de los tres elementos definidos con anterioridad: naturaleza, deporte, negocio, refleja en la actualidad, junto la imagen corporativa del municipio los principales valores de Boadilla del Monte a transmitir al consumidor para iniciar el proceso de posicionamiento turístico de Boadilla del Monte.



1.2.3 *Modo de aplicación*

La aplicación de la Marca a todo tipo de materiales y soportes en acciones de turismo desarrolladas por el Ayuntamiento es un requisito indispensable para dar a conocer la marca y valorar su utilización por parte de terceros (empresas).

Además, el proyecto deberá contemplar las bases de la identidad “turística” de Boadilla del Monte de forma integrada al manual de imagen corporativa existente, definiendo logotipo, colores, tipografía, y normas de utilización en:

- Infraestructuras
- Equipamientos de promoción (stand para asistencia a Ferias).
- Materiales impresos (resumen del análisis de potencialidad y plan de acción, folletos generales, folletos de tipologías de turismo-clubes de producto-, como mínimo turismo de naturaleza y turismo de negocios).



- Otros materiales (presencia de turismo en la Web municipal, acciones de comunicación mediante e-mailings, y otras posibles acciones de marketing directo).
- Elementos de identificación de empresas adheridas al programa (Etiqueta de identificación adhesivas, placas de identificación y compromiso para establecimientos de alojamiento, restauración, actividades deportivas, y otras actividades-educativas, visitas guiadas, pertenencia a un club de producto,...

2 VENTAJAS DEL USO DE LA MARCA PARA LAS EMPRESAS

- La implementación de la marca es en sí un beneficio pues mejora el producto y por tanto la competitividad.
- Constituye un instrumento complementario de promoción y de comercialización.
- Da la oportunidad de utilizar una imagen positiva ligada a los valores de la imagen de Boadilla del Monte.
- Permite disminuir la incertidumbre del cliente ante la elección del establecimiento.
- Fortalece la confianza del cliente en la prestación del servicio del establecimiento.
- Comunica sobre una garantía de un nivel de servicio.
- Permite estar presente en el folleto turístico de Boadilla del Monte y en acciones de promoción específicas desarrolladas desde la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento.
- Permite conocer las expectativas de los clientes y su evolución.
- Refuerza la motivación del personal y su integración en un proyecto innovador de desarrollo turístico del municipio.

Permite un asesoramiento experto y la participación en un proyecto unificador ya que los responsables de turismo del Ayuntamiento velarán por su aplicación y divulgación, así como por la adhesión del mayor número de establecimientos del municipio.



3 REQUISITOS DE ADHESIÓN AL PROGRAMA IMAGEN DE MARCA

La aplicación de la marca a todo tipo de materiales y soportes en acciones de turismo desarrolladas por el Ayuntamiento (infraestructuras, equipamientos, materiales impresos y otros) es requisito indispensable para dar a conocer la marca y valorar su utilización por parte de terceros (empresas).

La marca no trata de competir ni significar lo que otras marcas como la de “Madrid Excelente” desarrollada por la Comunidad de Madrid para fomentar la denominada Cultura de la Calidad y la Excelencia en las empresas de la Comunidad, pero si debe de asegurar unos requisitos mínimos que ayuden a valorizar su utilización; así, la adhesión de empresas y establecimientos turísticos del ámbito territorial de Boadilla del Monte a la Marca, supone el cumplimiento de la siguiente serie de requisitos.

3.1 Lugar de prestación del servicio

Los servicios han de prestarse íntegramente en el ámbito territorial del municipio de Boadilla del Monte.

Las actividades de ocio han de realizarse en el interior del municipio de Boadilla del Monte.

3.2 Condiciones de prestación del servicio

Las empresas y establecimientos turísticos que soliciten la marca deberán tener procedimentada, al menos:

- Un acceso fácil y señalizado al establecimiento,
- La acogida y estancia del cliente,
- La limpieza y mantenimiento del establecimiento.

Las condiciones particulares para los distintos tipos de servicios son:

Los servicios de alojamiento han de llevar asociados servicios de restauración y de ocio con las características de los contemplados en este documento o incluir información sobre los mismos, han de dar a conocer el resto de la oferta turística de Boadilla del Monte teniendo a la disposición de sus clientes distribuidores de folletos turísticos del municipio.

Los servicios de restauración están abiertos a colaborar con el Ayuntamiento para dar a conocer los productos locales. Complementariamente han de dar información sobre la oferta turística de Boadilla del Monte teniendo a la disposición de sus clientes distribuidores de folletos turísticos del municipio.

Las actividades deportivas y de ocio que se realizarán en la naturaleza han de estar ligadas al conocimiento y disfrute de la naturaleza del Monte de Boadilla y del Parque Regional del río de Guadarrama.

Las empresas de turismo activo deberán tener una sede en el ámbito territorial del municipio de Boadilla del Monte.

3.3 Las edificaciones y el material con que cuenta la empresa y el establecimiento turístico deberán estar integradas paisajísticamente con el entorno (Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, Ordenanza Municipal reguladora de la instalación de veladores en la vía pública)

3.4 Requisitos de calidad

Cumplimiento de la legislación sectorial

Las instalaciones y el servicio de las empresas y establecimientos turísticos deberán cumplir la normativa en materia turística de la Comunidad de Madrid.

Aseguramiento de la calidad

La empresa y establecimiento turístico ha de tener planificada y asegurada la calidad del servicio, para lo que debe:

- Tener establecidos los procedimientos documentados de prestación de servicio, que incluyan, en su caso, la verificación del cumplimiento de las especificaciones de calidad de éste, y mantener los registros que demuestren dicho cumplimiento.

3.5 Requisitos higiénico- sanitarios.

Cumplimiento de la Normativa higiénico- sanitaria.

Los servicios que presten las empresas y establecimientos turísticos, cumplirán tanto en sus instalaciones, como en sus actividades con la legislación higiénico- sanitaria vigente.

Para ello deberán:

- . Identificar los requisitos legales aplicables a sus instalaciones y a su actividad.
- . Disponer de los certificados, premios y/ o licencias q se establezcan en la normativa higiénico- sanitaria.
- . Someterse a procedimientos de control e inspección periódicos que aseguren l cumplimiento de los requisitos legales establecidos.

3.6 Requisitos medioambientales

Cumplimiento de la legislación medioambiental

Los servicios de las empresas y establecimientos turísticos han de prestarse de forma que, tanto el propio servicio como las instalaciones y actividades auxiliares,

cumplan en todo momento la legislación medioambiental vigente, incluida en la Ley 2/2002 de 19 de junio de Evaluación Ambiental de la Comunidad de Madrid.

Para ello, la empresa debe:

- Tener identificados todos los requisitos legales aplicables a sus instalaciones y a su actividad.
- Disponer de los permisos y licencias establecidos por la legislación medioambiental y/o que puedan incluir condicionantes medioambientales.
- Tener establecidos los procedimientos documentados de control operacional e inspección que aseguren el cumplimiento de los requisitos legales anteriores, y mantener los registros que cumplimiento de la legislación correspondiente, se observará lo dispuesto en el último párrafo del punto “cumplimiento de la legislación sectorial”.

Compromiso de mejora continua

- El empresario ha de asumir un compromiso de mejora continua del comportamiento medioambiental, que se refleje en el establecimiento formal de, al menos un objetivo anual de mejora medioambiental relativo a sus actividades.
- Cada objetivo de mejora ambiental ha de ir acompañando del programa correspondiente, donde se especifiquen etapas, responsables, medios y plazos para el cumplimiento del objetivo.

3.7 Requisitos de participación

- Las empresas que quieran adherirse a la marca deben de demostrar su voluntad de participar en el Programa por haber participado en algunas de las acciones de la Concejalía de turismo (clubes de producto, formación, promoción, etc.) y seguir participando en algunas de ellas.
- Estas empresas y establecimientos turísticos deben comprometerse, colaborar e implementar programas específicos en sus establecimientos / actividades ofertadas para potenciar el desarrollo turístico del municipio.

3.8 Requisitos de promoción y divulgación de Boadilla del Monte

Las empresas y establecimientos turísticos adheridos a la marca deben de:

- Utilizar en sus materiales la imagen de marca según condiciones del Manual de Imagen Corporativa del Municipio
- Proporcionar información estadística a los responsables de la Concejalía de Turismo (información cuantitativa y cualitativa sobre cuestionarios cerrados a proporcionar por el Ayuntamiento)



4 DIFUSIÓN Y GARANTÍA DEL USO DE LA MARCA

Teniendo como base el manual de imagen corporativa existente y los requisitos de adhesión, los responsables de turismo del Ayuntamiento han de difundir la marca entre los residentes y las entidades del ámbito territorial de Boadilla del Monte. Además, velarán por su aplicación y la creación de otras actividades ligadas a la misma así como por la adhesión del mayor número de establecimientos del municipio.

5. SOLICITUD OFICIAL DE CONCESIÓN DE LICENCIA DE USO DE LA MARCA DE BOADILLA, NATURALEZA, CULTURA, DEPORTE Y NEGOCIO.



IMAGEN DE MARCA

¿Quién puede adquirir la Imagen de Marca?

A restaurantes, hoteles y clubes deportivos del municipio de Boadilla del Monte.

¿Cómo?

Solicitando las bases en el Ayuntamiento o descargándolas de la web www.aytoboadilla.com y presentando toda la documentación que se expone en las bases.

¿Dónde?

En el Ayuntamiento, en la Concejalía de Turismo.

¿Cuándo?

La Imagen de Marca se puede adquirir a partir del día 18 de octubre de 2006.

¿Por qué?

Por que es una herramienta fundamental de comunicación, promoción y comercialización que ayudará que ayudará a los restaurantes, hoteles y clubes deportivos del municipio a posicionarse.