



## RESUMEN 1ª REUNIÓN CON SOCIOS ESTRATÉGICOS DEL SECTOR PRIVADO DEL PROYECTO *CICLAMADRID*

**FECHA:** 18 de junio de 2015

**LUGAR:** Consejería de Empleo, Turismo y Cultura. C/ Alcalá, 31

**ASISTENTES:**

### POR LA COMUNIDAD DE MADRID

- Belén Martínez, **Subdirectora General de Desarrollo y Sostenibilidad. DGTur**
- José Alberto Millán, **Jefe de Área de Vías Pecuarias, DG Medio Ambiente**
- Arántzazu Urbina, **Técnico de Apoyo, Subdirección Gral. Desarrollo y Sostenibilidad. DGTur**
- Javier Pontes, **Asistencia Técnica, Subdirección Gral. Desarrollo y Sostenibilidad. DGTur**

### POR LA EMPRESA SEPINUM

- Julio Grande. Director
- José Manuel Delgado. Sepinum

### POR EL SECTOR PRIVADO

- **Juan Sarrión**, Pangea
- **Alejandra Macías**, NH Hoteles
- **Virginia Hernández**, Aldaba Antiqua
- **Susana Dominguez**, Monte Holliday
- **Michael Buneman**, Bravo Bikes
- **Miquel Serra**, Viajes Mammoth
- **Jorge Reyes**, Rutas del Tajo
- **Pedro Ramos**, Soulciclo
- **Juan Manuel Chicharro**, CH Bikes
- **José Antonio Peñaranda**, Navalmedio
- **Cecilio Valenzuela**. De nube a nube
- **Víctor Tarodo**, IMBA

## 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

### a. PRESENTACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Belén Martínez realiza una presentación del equipo y de la situación del proyecto (Los contenidos se presentan en el ANEXO I). Hasta ahora se han desarrollado las siguientes fases:

- Plan Director, elaborada por la empresa Playoffice.
- Creación Club de producto, elaborada por la empresa Sepinum.

### b. PRESENTACIÓN DE LA SEGUNDA FASE

Julio Grande expone el trabajo realizado en esta etapa, con el siguiente contenido:



## I. Estudios y análisis previo

- Las condiciones particulares de la Comunidad de Madrid para la práctica del cicloturismo.
- Se han recogido y evaluado la gran variedad de Infraestructuras existentes, y extraído las siguientes conclusiones:
  - o Existe una gran oferta de rutas, sobre todo deportivas con trazados nucleares más que longitudinales.
  - o Predomina el excursionismo.
  - o Existe una gran diversidad de iniciativas de creación de rutas, de diferentes promotores con diferentes criterios de diseño.
  - o Se adolece de un catálogo ordenado de rutas.
  - o Es frecuente el uso de caminos tradicionales, vías pecuarias, ...
  - o No está normalizada la determinación de gradientes de dificultad.
- También se ha evaluado la señalización de estas infraestructuras, con las siguientes conclusiones:
  - o Hay una gran diversidad en grafismo y soportes.
  - o En muchos lugares coinciden demasiadas y diversas señalizaciones.
  - o El mantenimiento es escaso y sufre un gran vandalismo.
  - o Algunos materiales son de baja calidad.
  - o También existen interesantes propuestas de diseño y soluciones anti vandálicas.
  - o Hay que evitar la saturación de señales por impacto visual y por coste.
- Del análisis de paquetes cicloturistas, en la oferta paquetizada y comercializada por operadores nacionales se han analizado 75 productos, con el siguiente patrón:
  - o Viaje de 7 días/ 6 noches
  - o Ruta guiada
  - o En régimen de alojamiento y desayuno o media pensión.
  - o Con transporte interno y equipaje.
  - o Con desplazamiento desde origen cuando existe un grupo mínimo.
  - o Con alquiler de bicicleta.
  - o Con un precio que se sitúa en el entorno de los 177 € (larga duración).
  - o Precio mayor 517 € y el menor 68.
  - o Los viajes de medio, uno o dos días ofrecen guías como producto estrella.
- Para analizar la oferta turística relacionada con el cicloturismo, se ha remitido un cuestionario a 160 empresarios y se han obtenido 97 respuestas (60,6 %). Es un excelente resultado que apunta al interés despertado por la iniciativa. Conclusiones más destacadas:
  - o Un 47,4% manifiesta recibir habitualmente cicloturistas
  - o El 40% considera que la bicicleta es la actividad principal de sus clientes.
  - o Los ciclistas traen los itinerarios preparados, sin embargo el 50% demanda información.
  - o El 67% de los clientes viene en grupo de amigos. Sólo un 5% en familia.
  - o 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.
- Del análisis de las opiniones de los empresarios, se extraen las siguientes conclusiones:
  - En general manifiestan satisfacción por la puesta en marcha del Proyecto.
  - Plantean algunas cuestiones, tales como:
    - La necesidad de visión comercial y no sólo como una infraestructura.
    - La necesidad de un sistema organizativo real y consensuado.
    - El desarrollo de una correcta definición del producto.
    - La importancia de evitar abrir muchos frentes.
- Del análisis de la demanda, las principales conclusiones son:
  - Es una actividad en alza.
  - Incremento en 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 fundamentalmente excursionista, pero se incrementa el viaje con pernoctación.
  - Escogen preferentemente hoteles, casas rurales u hostales.
  - Disponer en origen de buena información es un factor determinante para seleccionar el destino.
  - Se prefieren rutas por caminos de tierra o tradicionales.
  - Principales resultados del análisis de los cuestionarios realizados
- Perfil de la demanda:
  - Busca seguridad y continuidad de las rutas.
  - Quiere poco tráfico rodado y facilidad del recorrido y perfiles suaves.
  - Requiere la existencia de espacios naturales, pueblos y ciudades amables para el uso de la bicicleta.
  - Busca buena información, señalización e información interpretativa clara.
  - Pide atractivo natural y capacidad de generar desconexión de la vida diaria.
  - Demanda variedad en las rutas.
  - Otros factores complementarios:
    - Calidad del alojamiento y adecuación a las necesidades.
    - Hospitalidad.
    - Fácil acceso a los servicios.
    - Correcta información.
- Análisis DAFO. Se presenta un análisis DAFO del que se destaca el cambio en la demanda hacia productos más relacionados con la salud y el bienestar personal y el escaso desarrollo en España de productos de cicloturismo en concurrencia con una fuerte competencia de destinos europeos muy consolidados.



## II. Propuesta de recorrido

- Los criterios seguidos para la determinación del recorrido han sido:
  - o Definir un recorrido periférico que una los grandes destinos patrimoniales.
  - o Conectar el circuito periférico con el centro, a través de corredores.
  - o Utilizar las Vías Pecuarias u otras infraestructuras existentes.
  - o Respetar las condiciones adecuadas para el cicloturismo en desnivel y firme de rodadura.
  - o Evitar el asfalto en los recorridos.
  - o Facilitar el enlace con otros recorridos ciclistas.
  
- Estructura del recorrido:
  - o El producto se estructura a partir de una gran anillo circular periférico con un recorrido de 471 km.
  - o El recorrido se completa con una serie de corredores radiales que permiten el acceso desde el centro de la Comunidad, desde lugares con buenos servicios de comunicación de transporte público.
  
- Recorrido propuesto:
  - o 1ª Etapa. Venturada- Cerceda: 43,8 km.
  - o 2ª Etapa. Cerceda- Robledo de Chavela: 43,9 km.
  - o 3ª Etapa. Robledo de Chavela- San Martín de Valdeiglesias: 27,7 km.
  - o 4ª Etapa. Pelayos de La Presa- Navalcarnero: 40,1 km.
  - o 5ª Etapa. Navalcarnero- Torrejón de Velasco: 33,3 km.
  - o 6ª Etapa. Torrejón de Velasco- Aranjuez: 37,3 km.
  - o 7ª Etapa. Aranjuez- Carabaña: 54,2 km.
  - o 8ª Etapa. Carabaña- Alcalá de Henares: 56,2 km.
  - o 9ª Etapa. Alcalá de Henares -Talamanca: 41,1 km.
  - o 10ª Etapa. Talamanca- Venturada: 27,7 km.
  - o 11ª Etapa. Torrelaguna- Buitrago de Lozoya: 33,3 km.
  - o 12ª Etapa. Buitrago de Lozoya-Miraflores de La Sierra: 32,4 km
  
- Concepto de nodo:

Los nodos están concebidos como centros de atención al turista en información y servicios múltiples, capaces de generar su propia autofinanciación y con un área de influencia determinada.

- o Se estructuran en áreas de influencia
- o Servirán de punto de referencia y coordinarán la prestación de servicios en el tramo correspondiente de la ruta.
- o Su papel es el de prestar apoyo técnico y comercial a los usuarios de la ruta.
- o Deben captar negocio, pero también repartir negocio.
- o Serán de gestión privada.



### III. Señalética

- Señalización. Se presenta un logo y su desarrollo con ejemplos gráficos.
- Se sujetará a los criterios siguientes:
  - o Es muy importante para la imagen del producto, es una herramienta promocional.
  - o Su calidad y conservación son emisores de la calidad del producto.
  - o Es una acción necesaria para el lanzamiento del producto.
  - o Debe ser la mínima posible y tener el menor impacto.
  - o En la medida de lo posible se aprovecharán soportes ya instalados.
  - o El papel de elemento de guiado de la ruta ha pasado a tener un carácter más secundario, ante la aparición de App y otras tecnologías.

### IV. Propuesta organizativa

- Club de Producto. Se presenta esta metodología como la más adecuada para desarrollar y gestionar el producto.
- Características:
  - o Es una alianza estratégica de agentes implicados en el desarrollo de un producto turístico concreto, gestionados por un ente.
  - o Requiere de un esfuerzo común, compartido y solidario.
  - o Conlleva una serie de requisitos de pertenencia
  - o Su objetivo es garantizar la satisfacción de la demanda.
  - o Requiere el cumplimiento de una serie de requisitos generales y específicos, que garantizarán la calidad y sostenibilidad turística de la oferta.
- Agentes implicados:
  - o Administración regional.
  - o Administración local.
  - o Grupos de Acción Local.
  - o Asociaciones profesionales.
  - o Empresarios.
  - o Otros agentes.
- Aspectos clave en el funcionamiento del Ente Gestor:
  - o Crear una estructura que, además de ser útil a la gestión del club de producto, contribuya a la vertebración turística del territorio.
  - o Que favorezca la participación de un modo cómodo para todos los agentes implicados.
  - o Que asegure la viabilidad inicial y a futuro.
  - o Que sea una herramienta adecuada tanto para la gestión de recursos e infraestructuras, como para la promoción y comercialización del producto.
  - o Que garantice el suficiente nivel de fiabilidad y calidad del producto de cara al consumidor.



- Datos que apoyan la idea de generar oportunidades de negocio a partir de la puesta en marcha del Proyecto CiclaMadrid:
  - o 9 millones de potenciales usuarios de bicicleta como actividad de ocio en el mercado español
  - o 80 millones de viajes de bicicleta de un día en España
  - o 890.000 viajes con pernoctación en España
  - o 2.300 millones de salidas de ocio en bicicleta en Europa.
  - o En Europa hay aproximadamente 20 millones de viajes cicloturistas.
  - o 44% de la economía generada por el mundo de la bicicleta se relaciona con el turismo.
  - o En Francia mueve del orden de los 2.000 millones de euros

## 2. CUESTIONES A DEBATE

Con carácter general, esta reunión pretende abrir la discusión e ir incorporando propuestas a lo largo de un proceso de trabajo que culminará en el II Foro de Turismo Sostenible, a celebrar en el mes de noviembre de este año. Por lo tanto no es objetivo de esta reunión cerrar temas ni tampoco precisar o concretar las cuestiones que puedan surgir entre los asistentes.

Se planteó un intenso y animado debate acerca de las siguientes cuestiones:

a. Ubicación, funcionamiento y financiación de los nodos.

Se plantea, por una parte, la idoneidad de ubicación de los nodos así como su propia naturaleza como prestadores de servicios. Igualmente se plantea el carácter empresarial y la idea de generación de negocio, tanto directo como diferido, a partir de la gestión de éstos.

Por parte de la CM se informa que los nodos están concebidos como centros de gestión de servicios múltiples, capaces de generar su propia autofinanciación a partir de la prestación de servicios. En cuanto a su ubicación, se baraja una propuesta que incluye seis nodos, aunque este punto está abierto a discusión y, por tanto, no es un aspecto cerrado.

b. Instalación de la señalización y plazos.

Se pregunta si existe alguna previsión concreta acerca de cuál es el plazo en el que está previsto instalar la señalización a lo largo del recorrido.

Desde la CM se contesta que en este momento toda la Administración de la Comunidad de Madrid está pendiente de la constitución del nuevo Gobierno Regional y de la formación de los correspondientes equipos. En consecuencia, es prudente esperar a ver cual es el escenario resultante de este proceso y, sobre todo, a conocer si habrá o no cambios en el modelo de distribución de atribuciones a las distintas Consejerías. En caso de no haber modificaciones, las competencias de señalización en Vías Pecuarias y en la mayor parte de los itinerarios propuestos, correspondería a la Dirección General de Medio Ambiente. No obstante, se hace especial hincapié en la idea de que sea una operación no agresiva en cuanto a la colocación de la señalización, de acuerdo con los criterios ya expresados.



c. Distribución irregular de los agentes.

Se comenta la excesiva concentración de agentes en determinadas zonas del territorio, lo que deja una parte importante de éste desprovisto de servicios.

El equipo de la CM es consciente de los desequilibrios existentes en el territorio y coincide con las apreciaciones hechas en este sentido por los representantes del sector privado. En este sentido, uno de los objetivos que se propone el proyecto CiclaMadrid es la contribución al reequilibrio territorial en la Región de Madrid.

d. Conservación de los firmes y vandalismo.

Se comenta la necesidad de contar con medios para la conservación de caminos, para el mantenimiento de firmes y para la reposición de la señalización, dado el alto grado de vandalismo que se produce habitualmente en este tipo de infraestructuras.

El equipo de la CM, en relación con los trazados y los firmes, comenta que en la mayor parte de los itinerarios incluidos en el proyecto ya existe mantenimiento. En cuanto al mantenimiento de la señalización, se plantea que, efectivamente, habrá que contemplar este punto, dejándolo abierto hasta que el proyecto alcance un mayor grado de concreción en lo relativo al sistema de gestión.

### 3. PROPUESTA DE CALENDARIO DE TRABAJO

Para terminar la reunión se propone un calendario orientativo que permita dar cauce a corto plazo a los distintos sectores interesados en el proyecto CiclaMadrid.

Dicho calendario es el siguiente:

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| - Reunión con Asociaciones de empresarios: | del 13 al 17 de julio     |
| - Reunión con Ayuntamientos:               | del 20 al 24 de julio     |
| - Reunión con Grupos de Acción Local:      | del 7 al 11 de septiembre |
| - Talleres de discusión en el territorio:  | septiembre y octubre      |
| - II Foro de Turismo Sostenible:           | noviembre                 |

Madrid, 26 de junio de 2015