

# Índice

**Presentación de la Fundación Wellington** (Luis Navarro Prieto) (p. XV)

**ESTUDIO INTRODUCTORIO** (p. XVII)

- I. Introducción (p. XIX)
- II. Caracterización y potencialidades de la demanda de turismo en la Comunidad de Madrid (p. XXI)
- III. La oferta hotelera en la Comunidad de Madrid (p. XXV)
- IV. El turismo rural en la Comunidad de Madrid (p. XXX)

**1. EL SECTOR HOTELERO EN LA COMUNIDAD DE MADRID** (p. 1)

**La oferta hotelera en Madrid: situación actual, dinámica y perspectivas** (Jesús Gatell Pàmies) (p. 3)

Referencias bibliográficas (p. 14)

**Madrid como destino turístico: la oferta hotelera como fundamento de la oferta cultural, de ocio, comercial y de restauración de Madrid** (Manuel Figuerola) (p. 15)

- I. Significado del sector hotelero en Madrid (p. 16)
- II. Algunas cifras sobre el sector hotelero de Madrid (p. 18)
- III. Breve análisis económico del sector hotelero de Madrid (p. 21)
- IV. Nivel de satisfacción de los viajeros que visitan Madrid (p. 24)
- V. Análisis DAFO del desarrollo turístico en Madrid (p. 25)
- VI. Posible sinergia entre la hotelería y los recursos turísticos de la capital (p. 27)
- VII. Conclusiones (p. 30)

**Evolución y situación actual de la ocupación hotelera de Madrid. De unos años positivos a una ligera sensación de incertidumbre**  
(Agustín Valls Berdún) (p. 33)

- I. Introducción (p. 34)
  - II. Dos periodos claramente diferenciados: 2003-2004 y 2005-2007 (p. 35)
  - III. Las cifras de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (p. 36)
  - IV. Razones de esta positiva evolución (p. 38)
  - V. Romper la estacionalidad, el gran reto de los hoteles de Madrid (p. 39)
  - VI. Aumento moderado de la oferta hotelera (p. 40)
  - VII. Crecimiento de la demanda y de las pernoctaciones (p. 41)
  - VIII. Los últimos datos disponibles: mayo de 2008 (p. 41)
  - IX. Diferencias entre Madrid y Barcelona (p. 42)
  - X. Perspectivas de futuro (p. 43)
- Referencias bibliográficas (p. 46)  
Anexo (p. 47)

**2. LA DEMANDA HOTELERA: EL PAPEL DEL *MARKETING*** (p. 53)

**Caracterizaciones y potencialidades de la demanda de turismo en la Comunidad de Madrid** (Fernando José Garrigós Simón, Ignacio Gil Pechuán y Daniel Palacios Marqués) (p. 55)

- I. Introducción (p. 56)
  - II. Determinantes y descriptores de la demanda turística en la Comunidad de Madrid (p. 60)
  - III. Segmentos de demanda (p. 78)
  - IV. Conclusiones (p. 95)
- Referencias bibliográficas (p. 97)

**La Comunidad de Madrid y el *marketing* de destinos turísticos**  
(Ramón Rufín) (p. 101)

- I. Algunos datos del destino «Comunidad de Madrid» (p. 102)
- II. Destino turístico. Definición, tipologías, funciones y componentes (p. 106)
- III. Imagen del destino turístico (p. 110)
- IV. Los retos en la gestión de los destinos turísticos (p. 117)
- V. Destinos turísticos: modelos competitivos (p. 120)

- VI. Destinos turísticos y gestión de crisis (p. 123)
- Referencias bibliográficas (p. 126)

**El papel del *marketing* en el sector turístico de la Comunidad de Madrid: estrategias y nuevas técnicas.**

**El *Marketing* en Medios Sociales para el cliente *adprosumer***

(Jaume Pons) (p. 129)

- I. Introducción (p. 130)
- II. Cambios más significativos en el sector turístico madrileño e internacional (p. 131)
- III. Introducción al *marketing* turístico (p. 133)
- IV. Evolución del *marketing* turístico.  
Del catálogo del intermediario al *marketing* en Medios Sociales (p. 134)
- V. Travel 2.0, aplicación del turismo de la web 2.0 (p. 136)
- VI. Conocer al cliente de verdad, una asignatura pendiente (p. 138)
- VII. El *adprosumer* (p. 138)
- VIII. El *marketing* en Medios Sociales (p. 140)
- IX. Ejemplo práctico. La combinación del *marketing* tradicional con el *marketing* en Medios Sociales.  
El caso madrid4you.com y el caso plan 48 horas, *Fresh People Hotels* (p. 141)
- X. Conclusiones y visión de futuro del *marketing* turístico (p. 145)

**3. LOS NUEVOS RETOS DE GESTIÓN EN LA HOTELERÍA DE LA COMUNIDAD DE MADRID** (p. 147)

**Las nuevas tecnologías de la información y el sector hotelero en Madrid** (Álvaro Carrillo de Albornoz Braojos) (p. 149)

- I. Introducción (p. 150)
- II. La innovación y las nuevas tecnologías de la información en el sector hotelero madrileño (p. 150)
- III. Tendencias del sector que refuerzan la necesidad de aplicación de TIC (p. 157)
- IV. La gestión de las TIC y la innovación en el sector turístico y hotelero (p. 166)
- V. Conclusiones (p. 175)
- Referencias bibliográficas (p. 176)

**La innovación como estrategia de diferenciación de la oferta hotelera de la Comunidad de Madrid** (Cristina Figueroa Domeccq) (p. 179)

- I. Introducción (p. 180)
- II. El sector hotelero requiere innovación (p. 181)
- III. Definición de innovación y tipologías aplicadas a la actividad hotelera (p. 183)
- IV. ¿Innovan los hoteles de la Comunidad de Madrid? (p. 185)
- V. Recomendaciones para la gestión eficiente de la innovación (p. 200)
- VI. Conclusiones (p. 202)  
Referencias bibliográficas (p. 203)

**El *Yield Management* como filosofía de gestión empresarial. Situación actual en el sector hotelero de la Comunidad de Madrid** (Pilar Talón Ballesteros) (p. 207)

- I. Introducción (p. 208)
- II. Orígenes y definición del *Yield Management* (p. 209)
- III. Características que favorecen la implantación del *Yield Management* (p. 214)
- IV. Beneficios de la implantación del *Yield Management* en los hoteles (p. 215)
- V. Implantación del *Yield Management* en la Comunidad de Madrid (p. 216)
- VI. Premisas fundamentales para la correcta aplicación del *Yield Management* (p. 220)
- VII. Conclusiones (p. 226)  
Referencias bibliográficas (p. 226)

**4. LOS NUEVOS DESARROLLOS: EL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE MADRID** (p. 229)

**El turismo rural en la Comunidad de Madrid: dinámica y posibilidades de desarrollo futuro** (Santiago Fisas Aixelá) (p. 231)

- I. Introducción (p. 232)
- II. Evolución de las infraestructuras de turismo rural en la Comunidad de Madrid (p. 234)
- III. Las cifras de la demanda del turismo rural en la Comunidad de Madrid (p. 238)

- IV. Situación actual y tendencias de futuro (p. 243)
- V. Conclusiones (p. 250)

### **El turismo rural en la Comunidad de Madrid.**

**Situación actual y perspectivas** (Luis Valdés Peláez y Eduardo A. del Valle Tuero) (p. 253)

- I. Introducción (p. 254)
- II. La Comunidad de Madrid en el turismo rural de España (p. 255)
- III. El turismo rural en la Comunidad de Madrid (p. 266)
- IV. Reflexiones y propuestas (p. 277)
- Referencias bibliográficas (p. 281)

### **Claves del turismo rural en la Comunidad de Madrid**

(Alejandro López López) (p. 283)

- I. Planteamiento general (p. 284)
- II. Las políticas de turismo rural desde los ámbitos institucionales (p. 290)
- III. Análisis de la demanda y de la oferta del turismo rural en la región de Madrid (p. 295)
- IV. Planes de excelencia y de dinamización turística en la Comunidad de Madrid (p. 299)
- V. Conclusiones en clave de futuro. El turismo rural en la Comunidad Autónoma de Madrid (p. 300)
- Referencias bibliográficas (p. 303)