

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 Rufin) (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 Domecq) (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 Ballester) (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)