



INSCRIPCIÓN

Marketing digital para destinos. Factor clave de la competitividad turística de regiones.

Fecha: Jueves, 24 de enero de 2019.
Lugar: Institución Ferial de Madrid (IFEMA). Sala N110
Horario: 10:00-12:00 horas
INSCRIPCIÓN <http://goo.gl/forms/YoXUp1DF1v>

Las nuevas tecnologías han revolucionado el sector turístico.

La presencia notable en Internet de las aerolíneas, comparadores de vuelos y hoteles, los blogs de viajes e Influencers y las propias webs de los destinos han construido un sector en el que la calidad y la segmentación del mercado constituyen dos elementos clave de cara a hacer un buen marketing turístico.

Nuevas realidades en el marketing turístico

El sector turístico está experimentando un crecimiento sin precedentes gracias a las nuevas aplicaciones orientadas al mundo de los viajes.

Big Data, realidad aumentada, gestión online turística, motor de reservas, SaaS y otras muchas realidades tecnológicas están permitiendo mejorar la gestión, la analítica y la estrategia de los destinos de cara a ocupar un lugar en un sector muy poderoso, pero también muy competitivo.

Sin embargo, muchos destinos del sector turístico aún carecen de una estrategia digital que les permita ser visibles y hacer una propuesta valiosa a los usuarios. Es aquí donde Las jornadas de innovación de la asociación española de expertos científicos en turismo, durante Fitur 2019 pretende aportar ideas sobre la estrategia en Internet, de cara a mejorar nuestro mercado.

Por qué tener una estrategia digital es clave para ser competitivo

El marketing turístico depende cada vez más de un mayor y mejor uso de las herramientas digitales de analítica web.

A la hora de realizar campañas o de crear publicidad PPC en los motores de búsqueda, la capacidad de las empresas para segmentar palabras clave, establecer



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO (AECIT)

C/ Navarra, 108 - Entresuelo, estudio 1º A 12002 Castellón Tfno: 964 359978 info@aecit.org

Marketing digital para destinos

presupuestos realistas, optimizar al máximo los anuncios para anunciarse en Google al igual que su página web es clave para tener éxito.

Uno de los grandes errores a la hora de realizar acciones de marketing en Internet es no tener una estrategia enfocada a conseguir determinados objetivos.

De esa forma, algunos proyectos dedican años sin ver claramente resultados, ni tener tampoco instrumentos de medida que les permitan conocer el ROI (retorno de la inversión), ni sus principales KPI.

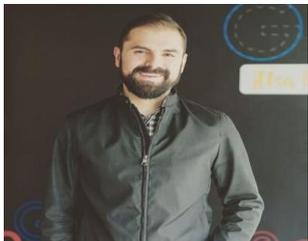
Los destinos que han realizado las cosas bien han logrado alcanzar ventajas competitivas, basadas en acciones eficaces en redes sociales, marketing de contenidos, SEO y campañas PPC.

De cara a enfrentar el 2019, sólo quienes adopten una postura pro-activa y enfocada a elaborar un plan de marketing profesional, que conozca los entresijos y características propias del mercado digital, podrán lograr resultados óptimos.

En un entorno de las jornadas profesionales de la asociación española de expertos de entificación turismo, señalarán ejemplos, destinos que están invirtiendo recursos, para mejorar la competitividad A través de la innovación del marketing digital.



INTRODUCCIÓN: MARKETING DIGITAL APLICADA A LOS DESTINOS TURÍSTICOS



Alejandro Rico. 10:00-10:20.

Ejecutivo de Google América.



► Marketing digital aplicada a los destinos turísticos

Licenciado en informática, conocimiento en creación y gestión de la información. Sistemas, ingeniería de software, gráficos por ordenador y aplicaciones móviles.

Más de ocho años de experiencia en marketing y tecnología. Planificación de ventas y ejecución de cuentas. y gestión de proyectos. Además de desarrollar estrategias de marketing, tendencias.

La investigación y los planes de marketing que se ejecutarán durante el año en los diferentes Industrias. Éxito comprobado trabajando bajo presión, logro de cuotas, trabajo en equipo y relaciones multiculturales.

PARTE II: IMPORTANCIA DE LA ESTRATEGIA EN EL MARKETING DIGITAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE LOS



Sra. Natalia Bayona. 10:20-10:40



Directora innovación organización mundial del turismo

► Importancia de la estrategia en el marketing digital para la competitividad de los países.

Profesional en Gobierno y Relaciones Internacionales, con gran competencia en las áreas de comercio exterior, turismo, mercadeo, relaciones y negocios internacionales.

Experiencia en mercadeo, comunicaciones y promoción de Colombia en escenarios internacionales. Dominio del inglés, francés e italiano. Interés en temas relacionados con mercadeo, imagen, comunicación y relaciones públicas en el sector público, responsabilidad social corporativa y relaciones entre el sector privado, el sector público y los medios de comunicación. Specialties: Turismo Marketing gubernamental, marketing y comunicación turística, comunicación estratégica en el sector público, relaciones gubernamentales, relaciones con medios de comunicación y líderes de opinión y asuntos Públicos



PARTE III: EL MARKETING DIGITAL DE CENTROMÉRICA EN MERCADOS EUROPEOS



Sra. Carolina Briones. 10:40 – 11:00

Secretaria general de la agencia de promoción turística de Centroamérica. Directora General Central American Tourism Agency.



► Estrategia de Marketing digital de Centroamérica en mercados europeos.

Carolina Briones, profesional del turismo con experiencia y profesionalismo en materia de desarrollo y ejecución de estrategias enfocadas al campo de promoción, posicionamiento y mercadeo turístico, es graduada en turismo de la Universidad Internacional de las Américas en Costa Rica, con una especialidad en administración turística avalada por el Instituto Kleisham de Austria.

En Nicaragua de donde es originaria – ha venido desempeñándose en diversos cargos de gran importancia en la empresa privada, sector gubernamental y no gubernamental asumiendo puestos como sub directora del área de Promoción y Mercadeo del Instituto Nicaragüense de Turismo, Directora de Mercadeo del Programa de Conservación y Turismo Sostenible - USAID , Directora de la Feria Central América Travel Market y como Presidente de la empresa especializada en Mercadeo Turístico y Relaciones Publicas FU – TURISMO S,A.

Actualmente, la Lic. Briones, se desempeña como Secretaria General de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés), plataforma desde la cual ha venido trabajando en la reingeniería del concepto y estilos de promoción de Centroamérica como multidesino en los mercados europeos.



PARTE IV: MARKETING DIGITAL APLICADA A LA PROMOCIÓN DEL MUNDO MAYA



Jorge Mario Chajón. 11:00-11:20

Director instituto guatemalteco de turismo



► **Marketing digital aplicada a la promoción del mundo maya.**

Jorge Mario Chajón es un administrador y mercadólogo guatemalteco, director del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- desde el 30 de enero de 2016, nombrado en el cargo durante el gobierno de Jimmy Morales Cabrera (Bolaños, 2016). Chajón es licenciado en Mercadotecnia por la Universidad Rafael Landívar y tiene una maestría en Administración de Negocios. También es catedrático universitario (Bolaños, 2016).

Su carrera profesional incluye la gerencia del departamento de Mercadeo del Instituto de Recreación de los Trabajadores para la Empresa Privada en Guatemala -IRTRA- y durante su mandato la entidad privada ingresó al Marketing Hall of Fame Guatemala. Es consultor en mercadotecnia y publicidad con la empresa denominada Servicios MKT (Bolaños, 2016).

Chajón fue nombrado el 30 de enero como director del INGUAT, en el inicio del gobierno de Jimmy Morales Cabrera como presidente de Guatemala, en reemplazo de Francisco Bonifaz (Bolaños, 2016).



**PARTE V: EL MARKETING DIGITAL PARA GESTIÓN DE DESTINOS
MADUROS Y SU POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO**



Sra. Leire Bilbao. 11:20 – 11:40

Directora de turismo destino Benidorm



► El marketing digital para gestión de destinos maduros y su reposicionamiento en el mercado

Leire Bilbao, cuenta con una amplia experiencia en el sector del turismo y el ocio, ya que ha sido durante once años (desde el 2003 hasta agosto de 2014) responsable del área de marketing y comercial del parque Terra Natura, en Benidorm.

Además, fue responsable de marketing y atención al cliente del parque comercial y de ocio Bonaire, en Valencia, del grupo Unibail Rodamco. También fue durante cuatro años (1998-2002) coordinadora de marketing de Aqualandia y Mundomar.

Bilbao es Diplomada de Turismo por la Universidad de Deusto y Master de Marketing Turístico (Facultad Ciencias Económicas y Empresariales) por la UNED, además de Master Universitario en Dirección de Empresas y Marketing (MBA) Uned.

Modera:



Juan Miguel Moreno

*EEUU - LATAM MANAGER. More turismo internacional & Viluber Global Consulting.
Directivo AECIT
@juanmiguelmoren – juanmiguelturismo@gmail.com*

Juan Miguel Moreno, es Director Ejecutivo de More turismo Internacional y responsable para Latinoamérica y EEUU, de la firma Viluber Global Consulting, (Miami), especializada en INNOVACIÓN turística y puesta en valor turístico del sector agroalimentario, consultor y conferenciante internacional en innovación turística y aplicaciones móviles para el turismo, colabora con la Asociación de Estados del Caribe, Florida Institute of Management, y es miembro de la Confederación de cámaras de comercio de América Latina CAMACOL, Director ejecutivo de la Comisión de Turismo de las Américas, y miembro de la junta directiva de la Asociación Española de expertos científicos en turismo.

Dieciséis años de experiencia en la gestión, planificación, evaluación de proyectos con organizaciones de diversas índoles, especialmente como gerente de planes en la Junta de Andalucía, Grupos de desarrollo rural, Ayuntamientos, y dirección de proyectos de desarrollo en el Norte de África con financiación de la agencia de cooperación al desarrollo.

Homologado como formador, evaluador y gestor de destinos turísticos por Tourespaña.

Grado superior de turismo por la Universidad de Murcia y Diplomado por la Universidad de Almería, es Master superior en cooperación al desarrollo, Master en planificación y gestión del territorio, Experto en coach ejecutivo y certificado en Negociación internacional - International Business Environment Florida International University.

