

Innovación en políticas públicas en turismo y  
herramientas para los  
**Destinos Turísticos Inteligentes**

**3. Nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico  
on-line**

**PROGRAMA DE FORMACIÓN INTERCOONECTA 2019-2020:**  
**Innovación en políticas públicas turísticas y herramientas para Destinos Turísticos Inteligentes**

**ACTIVIDAD 3:**

**Nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico on-line**

Centro de Formación de la AECID en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia)

27-30 de abril de 2020

**Contenido**

PERFIL DE LOS ASISTENTES .....	3
PERFIL DE LOS PONENTES .....	3
PRESENTACIÓN .....	4
PROGRAMA .....	9
MÓDULO 1 (27/04/2020). TURISTA DIGITAL Y PLAN MARKETING ONLINE.....	9
MÓDULO 2 (28/04/2020). ELEMENTOS DEL MARKETING DIGITAL .....	10
MÓDULO 3 (29/04/2020). TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA .....	11
MÓDULO 4 (30/04/2020). REDES SOCIALES .....	12

## PERFIL DE LOS ASISTENTES

La presente actividad tratará sobre las nuevas tecnologías aplicadas a la promoción online de los destinos, productos y servicios turísticos, donde se abordarán las distintas piezas del marketing digital, a la vez que se analizará el cambio de comportamiento del turista derivado del papel que la tecnología ha adquirido en el sector turístico.

La actividad está dirigida a representantes, funcionarios públicos y personal de administraciones turísticas locales, regionales y nacionales de América Latina; a expertos y especialistas, con experiencia contrastada en materia de promoción de destinos, así como, el diseño e implementación de políticas públicas en campañas de promoción nacionales e internacionales, interesados en el intercambio de ideas y buenas prácticas existentes en la región, y en el acceso a referencias exitosas procedentes de España.

Tendrán prioridad aquellos interesados en la actividad con experiencia en la toma de decisiones y aquellos implicados en la gestión de campañas de promoción online de destinos turísticos.

## PERFIL DE LOS PONENTES

Expertos en las distintas disciplinas del marketing digital, desde la publicidad programática, a la redes sociales, pasando por el marketing de contenidos, tanto de España como de diversos destinos de América Latina, así como representantes de Asociaciones de marketing como puede ser el caso de la Asociación Española de Marketing Mobile.

Representantes de los principales destinos turísticos con casos de éxito en la implantación de campaña de marketing online para la promoción turística.

Expertos en nuevas tecnologías aplicadas en la promoción de los destinos, entre las que se incluye la inteligencia artificial, los asistentes conversacionales, la gestión de los datos o la realidad virtual.

A continuación, breve BIO de los ponentes por orden de intervención:



**Enrique Martínez Marín, Presidente de SEGITTUR**

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid, Master en Gestión Pública, Master Universitario en Liderazgo y Dirección Pública (UIMP-INAP), cuenta con una larga experiencia en los territorios inteligentes, ya que ha desempeñado responsabilidades en ese ámbito como vocal asesor del Gabinete de la SESIAD, a la vez que ha sido el coordinador del Plan Nacional de Territorios Inteligentes y presidente del Comité Técnico de Normalización 178 de UNE (Ciudades Inteligentes) (octubre 2013/julio 2018).



**Víctor Badorrey, Director del Área de RRII de SEGITTUR**

Director de Relaciones Institucionales. Ingeniero de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid, Máster en Diseño y Gestión de Sistemas de Telecomunicación por el Institut Tèlèsystems de París y Executive MBA por el Instituto de Empresa de Madrid. Ha desarrollado toda su carrera profesional en el sector privado en el ámbito de las Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, en el que ha trabajado más de 25 años, en empresas como Siemens, BT y Grupo Telefónica.



**Nuria Muñoz Pozo, Gerente de Comunicación y Medios, SEGITTUR**

Periodista. Más de 25 años dedicada a la comunicación, con experiencia en medios, así como en gabinetes de prensa, habiendo trabajado en Onda Cero Radio, Agencia EFE, Cadena Ser, Política 30 días y "El Exportador Latinoamericano". Experta en comunicación turística y como responsable de marketing y comunicación en SEGITTUR desde 2003, desde donde ha colaborado en la gestión de campañas de promoción online y ha desarrollado varias estrategias en redes sociales.



**Ernesto Alegre, experto en marketing digital**

Profesional con más de 31 años de experiencia en el sector de la comunicación, 27 años en el sector digital, 23 años en online y 14 años en social media. Actualmente conduciendo equipos de estrategia y social media, realizando consultoría digital y social, desarrollando estrategias en medios digitales y sociales para grandes marcas, partidos y campañas políticas, y generando proyectos para laboratorios de medios internacionales. Colaborador de medios de comunicación en diferentes países, fundador del Social Media Club Madrid y arquitecto relacional para plataformas sociales, se ha dedicado a la docencia desarrollando y dirigiendo cursos para el Interactive Advertising Bureau.

**Angela Castaño, subdirectora general de marketing exterior de Turespaña**



**Cristian Rodríguez, Growth Lead en República Digital**

Administrador de empresas, Magister en Marketing Digital, Máster en Publicidad Digital. Ha operado y liderado campañas en plataformas digitales como Programmatic, Google y Facebook de diferentes marcas en diferentes categorías. Desde empresas pequeñas, startups y grandes compañías. Se ha destacado como consultor externo en programmatic para Rappi Latam y actualmente como Growth Lead en República Digital. Docente en NextU Latinoamérica y catedrático en diferentes entidades



**Jaime Chicheri, socio fundador de Marketing Surfers**

Autor de los dos primeros libros sobre Revenue Management, Marketing y Distribución hotelera en el mundo escrito en español (LibroRevenueManagement.com).

Socio fundador de la escuela de negocios eRevenueMasters.com de la agencia de marketing digital MarketingSurfers.com, del método OutstandingHoteliers.com, de la herramienta de Business Intelligence bi4hoteliers.com, del Membership Site HotelMarketing.School, del programa de emprendimiento para Revenue Managers RevenueKnowmads.com y de todo

el ecosistema de proyectos recogidos en [WorldMarketingSurfers.com](http://WorldMarketingSurfers.com) y [RevenueManagementWorld.com/](http://RevenueManagementWorld.com/)

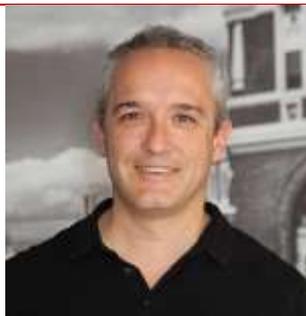


**Elia Méndez, directora general, MMA Spain (Asociación Española de Marketing Mobile)**



**Fredy Gámez, director de negocio LATAM de Chatbot Chocolate**

Ingeniero Eléctrico de la Universidad de los Andes en Bogotá con MBA de la Universidad de Cádiz. Especialización en Ciencia de Datos y manejo de protección de datos Habeass Data. Más de 15 años de experiencia en desarrollo de negocios la industria de tecnología móvil. Orquestación de soluciones aplicando tecnologías Web, Apps, Redes Sociales, Cloud, Mensajería SMS, Internet de las cosas IoT, georeferenciación, AI y Chatbot. Ha manejado importantes proyectos para cuentas en el sector financiero, seguros, farmacéutico, aerolíneas, educación, servicios y turismo.



**César Urbina, director creativo y cofundador Iralta VR**

Tras varios años trabajando en televisión y publicidad, fundó junto a su hermano Ángel la productora Iralta VR para poder innovar en la creación de contenidos audiovisuales.

En 2011 apostaron por la producción de video 360º y la realidad virtual. Desde entonces han rodado con la última tecnología inmersiva y creado experiencias de realidad virtual con el objetivo siempre de ir más allá en el uso de las nuevas narrativas, el sentido de la presencia y la empatía.

Han dirigido y producido experiencias inmersivas para clientes internacionales y desarrollado proyectos propios y originales como: LOS40VR, PARADORES 360, MADRID DESTINO, CAMINO DE SANTIAGO 360º (Premio mejor App FITUR 2016), CERVANTES VR, RTVE, Festival de Sitges, SAMSUNG, WORLD ECONOMIC FORUM, MINISTERIO TURISMO MARRUECOS, QUITO

MOVILIDAD, HAITI HOPE Y CIUDADES SOSTENIBLES (BID), MICROSOFT, SAMSUNG MÉXICO, PHOTOESPAÑA, BEEFEATER, ESTRELLA DE GALICIA, CORONA, COCA COLA, MOVISTAR, VODAFONE...



**Eddy Lara, co-fundador de Travelblogger**

Periodista y bloguero venezolano, radicado en Barcelona (España) desde 2005. En los inicios de su carrera trabajó como periodista de viajes y nuevas tecnologías para diferentes medios de comunicación en Venezuela (El Nacional, Últimas Noticias) y España (La Gaceta).

Posteriormente se dedicó a la consultoría de comunicación enfocado al sector del turismo, consumo y ocio en las agencias Atrevia, Interface Tourism Alain y Lewis Global Comms.

Paralelamente a su desempeño en agencias en 2009 funda el TravelBloggers Meeting, el primer y único encuentro de blogueros de viaje españoles y sudamericanos. Se trata de una cita anual que ha llegado a reunir a más de 150 bloggers de viaje y se ha convertido en el encuentro referencia para el sector.

Posteriormente fue responsable de la estrategia y gestión de redes sociales para la aerolínea low cost española Vueling. Actualmente se desempeña como responsable de redes y comunicación de Casa Batlló.

## PRESENTACIÓN

### Antecedentes

SEGITTUR tiene entre sus objetivos el impulso de la innovación y las nuevas tecnologías en el sector turístico. Desde su creación, en el año 2003, SEGITTUR es un referente nacional e internacional en esta materia, habiendo liderado proyectos que posicionan a España como pionero en distintos ámbitos como es el caso de los destinos turísticos inteligentes.

SEGITTUR analiza las distintas tecnologías aplicadas al sector turístico en sus distintos aspectos, entre los que la promoción y el marketing ocupan un lugar destacado.

De hecho, SEGITTUR gestiona una de las principales herramientas de promoción online de España como es el portal oficial de turismo de España, [www.spain.info](http://www.spain.info), propiedad de Turespaña, con quien también ha trabajado en la gestión de varias de sus campañas online.

## Objetivo

El objetivo del encuentro es proporcionar a los participantes unos conocimientos teóricos y prácticos sobre el papel de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing online de los destinos, productos y servicios turísticos, ya que éstas se han convertido en imprescindibles para atraer al turista digital. Asimismo, se pretende repasar los distintos elementos vinculados con el marketing online.

Adicionalmente se presentarán casos de buenas prácticas en la materia, impulsadas por otras instituciones, tanto en España como en la región ALC.

Los talleres permitirán poner en práctica parte de los conceptos analizados, especialmente en el caso del plan de marketing y redes sociales.

## PROGRAMA

### MÓDULO 1 (27/04/2020). TURISTA DIGITAL Y PLAN DE MARKETING ONLINE

- 08:00-09:00 Apertura institucional.**  
Coordinador de Formación del Centro de Formación AECID Santa Cruz de la Sierra  
Enrique Martínez Marín, Presidente, SEGITTUR
- 09:00-09:30 Información logística y técnica del Encuentro. Presentación de los participantes.**
- 09:30-10:30 Ponencia marco: “El nuevo perfil del turista digital”**  
Víctor Badorrey, Director de RRH, SEGITTUR
- 10:30-11:00 Pausa café**
- 11:30-13:00 Aula Lectiva: ¿Cómo elaborar un plan de marketing digital?**  
Ernesto Alegre, Experto en marketing digital
- 13:00-14:00 Almuerzo**
- SESIÓN DE TARDE 14:00-17:30**
- 14:00-15:30 Caso práctico de España**  
Angela Castaño, subdirectora general de marketing exterior de Turespaña
- 15:30-16:00 Café**
- 16:00-17:30 Panel: Experiencias Iberoamericanas**

## **MÓDULO 2 (28/04/2020). ELEMENTOS DEL MARKETING DIGITAL**

- 08:30-9:30 Aula Lectiva: Publicidad online y compra programática**  
Representante International Advertising Bureau (IAB)
- 09:30-11:00 Aula Lectiva: Marketing de contenidos vs Marketing inbound**  
Jaime Chicheri, socio fundador, Marketing Surfers
- 11.00-11:30 Pausa café**
- 11:30-13:00 Aula Lectiva: Marketing mobile. El poder del móvil**  
Elia Méndez, Directora General, MMA Spain (Asociación Española de Marketing Mobile)
- 13:00-14:00 Almuerzo**
- SESIÓN DE TARDE 14:30-17:30**
- 14:00-17:30 Visita guiada a la ciudad para la realización del taller de Redes Sociales**

## **MÓDULO 3 (29/12/2020). TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA PROMOCIÓN**

- 08:30-09:30 Ponencia: El poder de los datos en la promoción**  
Luis Javier Gadea, Gerente de I+D+i de SEGITTUR
- 09:30-10:30 Caso práctico: Estrategia de marketing online basada en datos**  
Ricardo Millet, Director de Estrategia e Inteligencia de Visit Valencia
- 10:30-11:00 Pausa café**
- 11:00 13:00 Aula Lectiva: Inteligencia Artificial y asistentes conversacionales en el sector turístico:**  
Fredy Gámez, Director de Negocio Latam, Chatbot Chocolate
- 13:00-14:00 Almuerzo y salida**
- SESIÓN DE TARDE: 14:00 a 17:30**
- 14:00-15:30 Aula Lectiva: Realidad Virtual como herramienta de promoción de destinos.**  
César Urbina, socio fundador de Iralta VR
- 15:30-16:00 Pausa café**
- 16:00-17:30 Aula Lectiva: El papel de los blogs en la promoción turística**  
Eddy Lara, fundador de TravelBloggers y responsable de comunicación y rrs de Casa Batlló

## **MÓDULO 4 (30/04/2020). NOVEDADES REDES SOCIALES**

- 08:30-10:00 Aula Lectiva: La fuerza de las redes sociales en turismo**  
Nuria Muñoz Pozo, Gerente de Comunicación y Medios, SEGITTUR
- 10:00-11:00 Aula Lectiva: La relevancia de los influencers en la campaña turística**  
País América Latina
- 11:00-11:30 Pausa café**
- 11:30-12:30 Aula Lectiva: Promoción online de la Q de Calidad Turística**  
Fernando Fraile, Director General del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)
- 12.30-13.30 Aula Lectiva: La semántica aplicada al sector turístico**  
John Mora, socio Globaldit
- 13:30-14:30 Almuerzo**
- SESIÓN DE TARDE: 14:00 a 17:00**
- 14:30-16:00 Taller: Diseño de una estrategia de Social Media de un destino**  
Coordinado por Nuria Muñoz
- 16:00-16:30 Conclusiones**  
Víctor Badorrey, Director de RRII de SEGITTUR
- 16.30-16.45 Evaluación del curso**
- 16.45-17.00 Clausura oficial y entrega de diplomas**  
Enrique Martínez Marín, Presidente de SEGITTUR