Jornadas
focus.
TALKS TORREMOLINOS
Andalucía lab
Torremolinos
AYUNTAMIENTO

Índice

1. Marco de actuación..... 3

1.1 Proyecto destinos turísticos pioneros Torremolinos..... 5

2. Metodología Focus Talks..... 9

3. Jornada Focus Talks eventos..... 11

3.1 Conclusiones de los participantes..... 25

4. Jornada Focus Talks competitividad turística en Torremolinos..... 29

4.1 Conclusiones de los participantes..... 44

1. Marco de Actuación

El programa Destinos Pioneros Torremolinos viene a dar un impulso en la innovación turística en el destino, siendo una apuesta estratégica entre administraciones, Andalucía, Ayuntamiento, empresarios y sociedad local, como se recoge en diferentes notas de prensa.

Torremolinos formará anfitriones digitales para desarrollar estrategias de promoción

Torremolinos busca a participantes para formales como 'anfitriones digitales' en contenidos turísticos

TORREMOLINOS | TURISMO

Jornada Estratégica para Destinos Turísticos Pioneros en Torremolinos

Andalucía inicia en Torremolinos un nuevo programa de innovación para destinos turísticos pioneros

Publicado: 15/06/2017

Un destino pionero en el sector turístico como Torremolinos, será el primero donde se desarrollará un programa de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía para analizar y adaptar la innovación tecnológica y aplicar herramientas de realidad virtual, Big Data y programas de fidelización de clientes, entre otras estrategias propias de destinos turísticos inteligentes.

1.1 Proyecto destinos turísticos pioneros Torremolinos

Un destino turístico pionero es un destino de éxito. Este es el caso de Torremolinos con más de 50 años de experiencia turística. En este sentido, conseguir que esta posición y esfuerzos sigan siendo productivo, se hace necesario emprender una estrategia de cambio, empleando para ello herramientas de dinamización como la innovación y la aplicación de nuevas tendencias.

Es importante tener en cuenta que la competitividad ejerce un poder de atracción multiplicador aunando la oferta turística que revierte en el tejido empresarial y población local. Esto es, una empresa es más competitiva cuando el conocimiento y la motivación está presente en las personas que la integran.

Un destino comprende el tejido empresarial del mismo como pieza fundamental. En este sentido si desde las administraciones proporcionamos el ecosistema emprendedor y el impulso para que las empresas realicen planes de competitividad esto se elevará a nivel de destino turístico.

El **programa Destinos Turísticos Pioneros** tiene como objetivo que los destinos como Torremolinos que ya tienen una experiencia acumulada aprovechen las preferencias actuales de los viajeros, fortalezcan sus estrategias, se sumen a las tendencias tecnológicas y turísticas actuales y amplíen la colaboración público-privada.

Dentro de un paquete de medidas, entre las que se incluyen en las acciones de investigación, asesoramiento y formación en materia de innovación y nuevas tendencias turísticas dirigidas a dar un impulso global a los destinos turísticos andaluces.
Por lo que a objetivos concretos se refiere se actuará en:

- Impulsar el componente de innovación en Torremolinos
- Realizar una transferencia de conocimiento experto que ofrece Andalucía Lab y la experiencia acumulada en gestión turística de esta localidad.
- Fortalecer las estrategias impulsando la colaboración público-privada
- Ayudar al sector tanto a mejorar su productividad y competitividad, como a crear una mejor experiencia de destino.

En este sentido se buscará dos líneas de acción principales:

- La creación de club de productos con colaboración público-privada.
- Desarrollo de una unidad de competitividad empresarial, basada en economía digital para la futura creación de un servicio avanzado de destino turístico.

En el marco del programa destinos turísticos pioneros, se están desarrollando las **jornadas Focus Talks**. Una línea de investigación basada en la segunda idea fuerza del programa, “La Innovación Social”.

Primera jornada Focus Talks, inaugurada por el alcalde Jose Ortiz.

Con este tipo de acciones de innovación social, se persigue, que todos los actores turísticos participen de las acciones que se están desarrollando en el programa, con el objetivo de crear un movimiento transformador de las ciudades en la que su población se le consulte sobre las actividades que se van a desarrollar, puedan participar de ellas y sirva de dinamización entre la cultura local con los viajeros, ya que ésta es una de las tendencias de los viajeros.

Centrándonos en el **concepto y metodología de las jornadas Focus Talks Torremolinos**, éstas pretenden aportar una visión estratégica y de conocimiento a los profesionales turísticos.

Cada jornada aborda una temática de interés sobre el destino que, a su vez, profundiza en el conocimiento de las principales

tendencias de los viajeros, incidiendo en las empresas y personas de Torremolinos que poseen gran experiencia en turismo.

2. Metodología Focus Talks

El formato de este tipo de jornadas utiliza la **metodología del Focus Group**, cuya finalidad es profundizar en el conocimiento del topic de la jornada en cuestión, a través de intervenciones de charla inspiracional, ronda micro abierto, foro empresarial, se desarrollan las ideas en formato focus group que quedan por escrito, para posteriormente ser ordenadas y documentadas, en formato de estudio cualitativo por la consultora Red Competitiva, conformando un libro Blanco de recomendaciones, para la estrategia turística del destino.

La co-creación de valor para el destino, se extrae de la experiencia de los profesionales reunidos, es una vía de conocimiento para conocer las inquietudes de los profesionales y sus aportaciones son tenidas en cuenta para mejorar la estrategia del programa destinos turísticos pioneros.

¿Cómo aplicamos su conocimiento al programa?

Uno de los puntos del evento, es la realización de una dinámica. En ella los participantes, además de interactuar y poder hacer networking, aportan sus ideas, las cuales se recogen y analizan en un informe para su posterior aplicación en el programa matriz como se indica previamente.

Analizamos los resultados en orden cronológico inverso mostrando los resultados más actuales.

La siguiente jornada está dedicada al turismo de salud, siendo uno de los segmentos con mayor proyección en Torremolinos

3. Jornada Focus Talks Eventos

En esta jornada, el topic de la misma han sido los eventos, **La potencialidad dinamizadora de los eventos en turismo.**

Los eventos forman parte de una tendencia importante en la promoción y creación de marca del destino. De esta manera encontramos destinos que se promocionan como gastronómicos, deportivos, culturales…creando eventos turísticos de gran calado que permiten identificarlos por parte de los usuarios como un destino para esa tipología de turismo.

La promoción de destinos a través de eventos marca una clara tendencia que se articula a través de otras tendencias como el turismo naranja. El potencial de los eventos para el turismo tanto para empresa o destino es una de las áreas donde la gestión público-privada tiene una mayor sinergia.

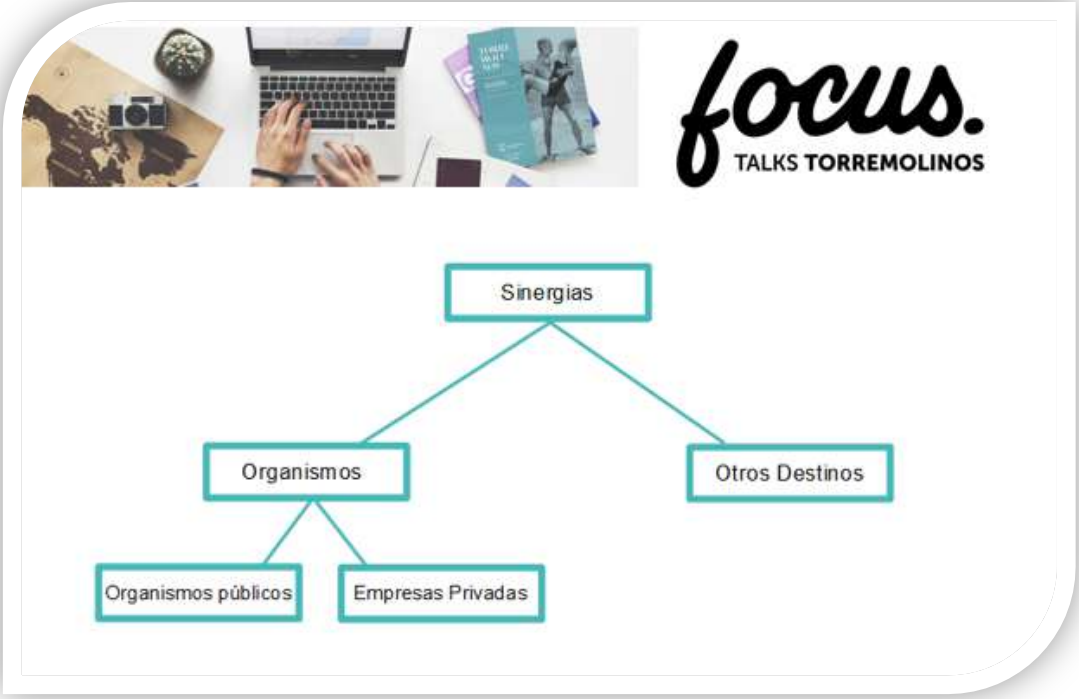
Torremolinos posee todos los alicientes para trabajar esta tendencia y potenciarla, entre las ventajas de organizar eventos o microeventos está el alcanzar un impacto en el público potencial, dinamizar espacios turísticos y monetizar acciones concretas para el tejido empresarial.

Repasamos las intervenciones de la jornada en la que participaron:

> Presentación **Raquel Aragón Espinar**, *coordinadora del área de turismo del Ayuntamiento de Torremolinos*.

En la intervención se repasó las temáticas y tendencias clave en eventos en Torremolinos, así como un calendario anual de eventos que se desarrollan en la localidad.

Por otra parte, se hizo hincapié en la forma de trabajo en relación a la colaboración público privada entre administración, empresarios y otros colectivos.



Una de las tendencias que se está trabajando es el Turismo Naranja, el fomento de la cultura que viene a complementar los atractivos de sol y playa con diferentes segmentos de mercado, contando con eventos multiculturales y participativos donde los protagonistas sean tanto los viajeros como la población local.

Algunos eventos destacados que ya forman parte de la planificación anual de Torremolinos son:

- ✓ Romería y Feria de San Miguel.
- ✓ 22rd Rockin´ Race Jamboree, XVIII Certamen Andaluz de pintura contemporánea ciudad de Torremolinos, XXII Día Internacional del Residente Extranjero o del XXVIII Festival Flamenco de Torremolinos.
- ✓ Eventos relacionados con el turismo lgtbi y turismo cultural, gastronómico, fotografía…

Eventos como fuente de innovación, atracción y diferenciación en turismo. Experiencia Ocioon. **Christian Cuevas**. *CEO Plataforma Eventos Ocioon.com*

En la presentación de Christian Cuevas, hizo un repaso sobre las ideas claves, tendencias, cómo crear un plan de dinamización de eventos y los pasos para promocionarlos tanto para empresas como el destino Torremolinos.

Como reflexión principal, nos quedamos con esta frase.

"No importa si eres una empresa pequeña a la hora de organizar eventos."

¿Cuáles son las ventajas de organizar eventos?

Como puntos clave encontramos, la captación de clientes, diversificación, fidelización, cross-selling con el consiguiente aumento de facturación.

La Planificación de los eventos se debe recoger en un plan de acción anual, donde se deben tomar acciones durante todo el proceso. Antes, durante y después.

Para promocionar un evento, debemos tener en cuenta las acciones online y offline. Utilizando la innovación y creatividad para combinar ambas.

En la parte online encontramos, acciones como SEO, email marketing, redes sociales, webs externas, influencers…

Si hablamos de medios offline, debemos tener en cuenta la cartelería, aparición en medios especializados, sorteos y concursos, entre otras.

> Un nuevo concepto de cultura: cómo incorporar el Turismo naranja a tu estrategia empresarial a través eventos. **Alex Montesinos.** *Tourism Manager* *consultoriaturistica.com*

El Turismo Naranja se define como un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas.

En la ponencia Alex, hizo un repaso a la evolución del concepto de la cultura.

A la caza de las nuevas tendencias en eventos turísticos:

La colaboración y creación de sinergias entre empresas del mismo destino es calve para crear experiencias y eventos diferenciadores tales como estos ejemplos.

En el Turismo Naranja, estamos trabajando diferentes conceptos llevados la práctica a través de eventos, tales como:

- ✓ Ocio + arte
- ✓ Formación + talleres
- ✓ Comunidad local y viajeros

Como último punto de la ponencia, destaca las fases de la organización de eventos; identificamos 3 fases clave: antes, durante y después. Trabajar un plan de acción con una estrategia definida y acciones en cada una de las fases.

Antes:

- ✓ Delimitar las funciones del equipo, promoción y marketing, logística, licencias…
- ✓ Elaborar un plan b para tener previstas posibles incidencias.
- ✓ Elaborar lista de asistentes al evento.

Durante:

Disfrutar del evento teniendo un control; horarios, suministros, implementar acciones de difusión social y captación de información como email.

Después:

- ✓ Balance y valoración del evento por parte del equipo.
- ✓ Difusión por canales digitales sobre el evento.
- ✓ Planificación de nuevas acciones y eventos.

> La atención al cliente, gestión de las emociones y hospitalidad en turismo. La experiencia de **Miguel Sierra**, *empresario de larga trayectoria en Torremolinos*.

Miguel habló desde su dilatada experiencia, él ha visto la evolución del turismo en Torremolinos y ha sabido reinventarse, mantener su esencia siempre con un objetivo prioritario, el cliente como foco de interés en las decisiones de la empresa, donde expuso su caso el modelo de éxito de 'Playa Miguel'.

La gestión de las emociones con el fin de hacer sentir al viajero estar como en su casa, crea un vínculo especial con la empresa y el destino, donde Miguel aportó algunas claves que lleva a cabo en el día a día.

Por otra parte, hizo gala de su promoción del destino Torremolinos en diferentes eventos turísticos tales como Fitur, ITB de Berlín o World Travel Market de Londres.

Tras las ponencias hubo una ronda de micros abiertos donde se expusieron casos reales de empresarios de Torremolinos y su experiencia en la organización de eventos y cómo pueden transformar a una empresa turística.

Los **participantes** fueron:

- Experiencia en organización de eventos de la cadena Med Hoteles.

Victor Aranguren – Coordinador de animación de Hotel Med Playa

- Caso práctico del nuevo hotel Torremolinos Luxury Boutique Hotel, especializado en Turismo Halal, presentado por Julio García donde expuso además sus servicios orientados a este segmento, la organización de pop ups de moda.

Julio García – Director Luxury Hotel Costa del Sol

3.1 Conclusiones de los participantes

Como último punto de la jornada, realizamos la dinámica en la cual, los participantes aportan sus ideas con los siguientes objetivos:

- Fomento del networking entre los participantes
- Escucha activa
- Conocer las inquietudes e ideas para el destino desde el punto de vista profesional y local.

Funcionamiento de la dinámica:

La dinámica focus group, está basada en una metodología cualitativa de investigación, en la que grupos reducidos, aportan sus ideas sobre la temática dirigida por el moderador.

Para ello, se han utilizado soportes de recogida de ideas. El resultado hasta el momento, han sido más de 500 ideas aportadas, las cuales se analizan y exponen a continuación:

Tipos de eventos que puedan dinamizar al destino Torremolinos

- Eventos que impliquen la colaboración entre la comunidad local y viajera con iniciativas que impulsen los valores y cuidado de las playas, patrimonio natural y arquitectónico.
- Eventos que permitan recuperar la identidad del destino, para buscar la autenticidad.
- La atracción de grandes marcas a través de eventos.
- Eventos relacionados con la identidad cultural, con objetivos de desarrollo sostenible.

- Talleres locales, relacionados con la artesanía, la gastronomía…
- Aprovechar los espacios abiertos y plazas para los eventos.
- Identificar tipos de eventos por segmentos, para cubrir necesidades culturales en todos los sectores.
- Eventos relacionados con el turismo de salud, orgánico, ecológico, aprovechando las materias primas de la zona.

Fórmulas de colaboración público-privadas para crear eventos en Torremolinos

- Planificación de eventos municipales con la colaboración de asociaciones y empresarios.
- Facilitar herramientas de comunicación para favorecer la promoción y creación de eventos.
- Promoción activa de los eventos de Torremolinos por parte de la administración.
- Uso de lugares públicos para la realización de eventos
- Herramientas de publicidad online y offline con la agenda de eventos
- Trabajar en un plan de eventos municipal por temáticas, para que las empresas puedan participar de éste y aportar sus iniciativas.
- Fomentar la cultura del destino y apoyar iniciativas que surjan de encuentros con emprendedores
- Papel activo de las asociaciones para dinamizar barrios y colectivos, de este modo los viajeros pueden interactuar de las tradiciones y costumbres locales.
- Crear concursos para startups para motivar las ideas de eventos, de esta forma se ayuda al inicio a las iniciativas empresariales.

Identifica eventos innovadores y cómo pueden dinamizarlos una pyme de Torremolinos

- Personalización de los eventos a través de barrios.
- Innovación en eventos con jóvenes que motiven los valores del entorno, cultura, medioambiente.
- Identificar plataformas de eventos conectadas con clientes, que puedan dar difusión a los mismos.
- Transmitir los valores intrínsecos del destino a través de eventos innovadores y tendencias como, gastronomía, cultura, compras.
- Creación de talleres do it yourself, panadería, tapas, música…
- Eventos relacionados con el entorno natural de Torremolinos.
- Papel proactivo de las empresas en materia de difusión y promoción de eventos. Cultura de destino.

4. Jornada Focus Talks Competitividad Turística

En la primera jornada, el hilo conductor ha sido la competitividad digital. El presente y futuro del sector pasa por la búsqueda de la excelencia en turismo apoyados en la tecnología, que se centra en el conocimiento y datos de los viajeros para ofrecer la experiencia que está demandando el viajero.

El programa de la jornada estaba compuesto por 3 ponentes:

> **Vivianne Quill**, desde *Andalucía lab*, hizo un repaso a las claves de la competitividad digital de los destinos y las empresas, poniendo el foco en las nuevas tecnologías, tendencias turísticas, o la diferenciación como valor experiencial.

David Taboas: *Director del hotel Ritual*, que aportó su experiencia en especialización hacia el cliente y la comunicación digital.

Lutz Petry: Desde *Torremolinos Chic*, abordó su experiencia en el destino que atesora la esencia del glamour de Torremolinos. Una imagen de marca reconocida internacionalmente por sus años dorados.

Speech Corner

Para dar voz y participación a los empresarios, se instaló un speech corner donde los asistentes ofrecieron una pequeña entrevista sobre la temática del focus talk, en este **enlace puedes ver el vídeo completo.**

Aportamos las principales conclusiones de los participantes.

Lutz Petry – *Torremolinos Chic*

"Una apuesta por el turismo cultural."

El turista sigue buscando "sol y playa", ocio, pero también un destino diferenciado que aporte valores y emociones.

Torremolinos Chic representa la esencia del turismo en España.

Luis de la Cuesta Ocaña *Emprendedor Tuktuk* y **Matthias Kriebel** participante en la Aceleradora Torremolinos con el proyecto *La búsqueda del Tesoro*.

"Torremolinos es emprendimiento."

Torremolinos es un foco para el emprendimiento por su potencial turístico en el que se pueden aportar experiencias nuevas al destino.

Juan Vázquez – *Jeddins*

"El residente como parte del modelo turístico"

Actuar sobre la accesibilidad a la información. Hacer que el propio residente sea parte del modelo turístico. Aprovechar las sinergias con otros municipios.

Alex Montesinos – *Entrelenguas*

"Turismo naranja en la estrategia empresarial a través de los eventos"

Los lazos emocionales con el turista se trabajan desde la combinación de eventos multidisciplinares que integren varias temáticas locales con los viajeros.

Christian Cuevas – *Ocioon*

"El poder de atracción de los eventos en turismo "

La potencialidad de los eventos, ejerce sobre el efecto multiplicador del turismo. Es necesario trabajar una planificación de eventos anual a nivel de destino turístico para posicionar el mismo con diferentes temáticas sobre los mismos.

Alicia Macias – *EcommerceEfectivo*

"El análisis de datos clave para comprobar los resultados y mejorarlos"

La gestión de recursos y procesos empresariales es vital para la consecución de objetivos como destino. El análisis de los datos es clave para comprobar los resultados. Para un destino, es necesario involucrar a todos los actores, ciudadanía, empresas y administraciones para trabajar en el mismo objetivo.

Rocio Sepúlveda - *Sepulima.com*

"Contar con las publicaciones de personas locales para potenciar el destino"

La inversión en contenidos identificando los formatos ideales con el objetivo de agrupar las experiencias locales genera una imagen de destino fresca y audaz. Contar con las publicaciones de personas locales es una de las ideas.

Silvia Segura - Estudiante de doctorado UMA.

"Utilizar herramientas sociales para crear sinergias y seguimiento en los eventos"

Profundizar y aprovechar las herramientas sociales con el fin de crear sinergias y seguimiento a los eventos que se creen.

Francisco Paneque - Albergue Inturjoven Torremolinos.

"Proporcionar información al turista antes, durante y después de la estancia"

El cliente demanda información antes y durante la estancia. Dependiendo del tipo de turista, demanda eventos diferentes. Una de las principales demandas de los clientes es el wifi, el confort mínimo y humanizar el servicio.

Juan Diego Gil – *Voilá Málaga*

.

"Nuevas experiencias turísticas aprovechando el patrimonio cultural"

Aprovechar la creatividad con el patrimonio cultural, arquitectónico y las potencialidades de Torremolinos se pueden crear nuevas experiencias turísticas para diversificar la oferta turística

4.1 Conclusiones dinámica networking de los participantes

Como último punto de la jornada, realizamos la dinámica networking, la cual persigue varios objetivos:

- Fomento del networking entre los participantes
- Escucha activa
- Conocer las inquietudes e ideas para el destino desde el punto de vista profesional y local.

Funcionamiento de la dinámica:

La dinámica focus group, está basada en una metodología cualitativa de investigación, en la que grupos reducidos, aportan sus ideas sobre la temática dirigida por el moderador.

Más de 500 ideas de los participantes extraídas de la investigación cualitativa.

Destacamos **8 ideas clave**:

1	**Fomento de talleres locales relacionados con la artesanía y la gastronomía**
2	**Identificar segmentos y crear plan de dinamización**
3	**Aprovechar los recursos del destino creando eventos sobre sostenibilidad y recursos naturales**
4	**Aprovechamiento de los lugares públicos como sede de eventos**

5	Creación de plan municipal de promoción y difusión de eventos
6	Personalización, innovación y participación ciudadana en eventos
7	El papel participativo de las empresas en la organización, difusión y promoción de eventos
8	Fomento de cultura local a través de eventos

Iniciativas de Innovación Digital en Torremolinos

Entre las ideas aportadas para la **innovación digital en Torremolinos** están:

- Desarrollo de herramientas en la web donde los establecimientos turísticos puedan tener una plataforma para su comunicación.
- Seguimiento de comentarios y opiniones de usuarios en plataformas digitales.
- Estrategias de fidelización para viajeros que ya nos eligieron.
- Estrategias para captar nuevos nichos de mercado.
- Dar la oportunidad a la población local de promocionar en pequeños vídeos cortos de 2 minutos sus rincones favoritos.
- Big data para conocer las necesidades y demandas del viajero para así, crear estrategias personalizadas de alto valor.

Claves para involucrar a mi equipo en la competitividad digital

Entre las propuestas para involucrar al equipo en la **competitividad digital** aparecen:

- Formación digital al equipo.
- Feedback a los diferentes departamentos.
- Reuniones periódicas para recabar objetivos y sacar ideas.
- Incentivar los comentarios de perfiles sociales del equipo.
- Acciones para humanizar la marca
- Incentivar al equipo
- Fomentar redes profesionales entre el equipo. Ejemplo, Fotógrafo – Instagram
- Escucha activa de los trabajadores
- Crear un equipo digital en la empresa y una estrategia con objetivos para ir alcanzando.

¿Cómo podemos personalizar la oferta?

Entre las ideas para **personalizar la oferta** encontramos:

- Investigación de las necesidades del viajero
- Segmentar la oferta para poder aportar valor añadido a la experiencia.
- Utilizar los edificios únicos de Torremolinos para diferenciarnos
- Creación de experiencias de alto valor dirigidas a segmentos especiales para aprovechar los recursos. Por ejemplo, arquitectos.
- Utilizar el factor humano, artesanía y profesionalidad, para ofrecer servicios y experiencias únicos.
- Aprovechar las ventajas del big data y open data para crear modelos y pautas que satisfagan las necesidades de los viajeros.
- Posicionamiento SEO, cerrar ciclo de venta en las webs con motor de reservas, apostar por motores de reserva propios.

- A través de estrategias de comunicación personalizadas, creando tipos de clientes, a los cuales se les ofrece información de valor personalizada: Ej. Viajero gastronómico, enviar por whatsapp una guía de Torremolinos Foddie

Tips para organizar eventos

Los eventos son una tendencia actual, ¿cómo podemos mejorar en este aspecto?

- Planificación de un calendario de eventos, creación de un programa organizado.
- Búsqueda de sinergias en el ecosistema empresarial y las administraciones para la organización de eventos.
- Búsqueda de eventos en línea con la marca. Ej. Panadería, taller de decoración de dulces.
- Eventos de destino que fomenten la imagen del destino.
- Aprovechar la tecnología para la promoción de los eventos

- La especialización en un tipo de público y conocer su demanda nacional e internacional, recabar información sobre colectivos y aficionados al tipo de evento y enfocar las acciones de marketing a ellos.

- Aprovechar las redes sociales para promoción y difusión posterior a través de publicaciones de los eventos realizados.

- Involucrar al empresario local a través de sinergias en la ejecución y promoción conjunta de los eventos.

- Incentivar buenas prácticas a nivel de destino. Fiestas para mascotas donde se premie la limpieza de las calles.

- Eventos sobre la historia de Torremolinos.

¿Cómo trabajamos la experiencia del viajero?

La excelencia en la experiencia hará fidelizar a los viajeros: ¿Qué proponen los participantes?

- Investigar las necesidades del viajero
- Fomentar el Feedback del viajero aprovechando las herramientas como wifi.
- Ofrecer al viajero poder contar su experiencia, ofreciendo diferentes formas para que le sea más cómodo.
- Crear un Diario del viaje, donde los viajeros puedan compartir su experiencia y se pueda difundir para inspirar a otros viajeros.
- Creación de contenidos dirigidos a los viajeros, a través de blogs turísticos para posicionar la marca Torremolinos y captar viajeros interesados en el destino.
- Mantener la relación con el viajero para que éste se sienta único
- Antes del viaje: Contenidos en la página web para atraer la atención del viajero.
- Durante el viaje. Ofrecer contenidos personalizados durante la estancia.

- Después. Email marketing para fidelizar.
- Crear un plan de contenidos basado en experiencias.
- Esencia del destino en la web.

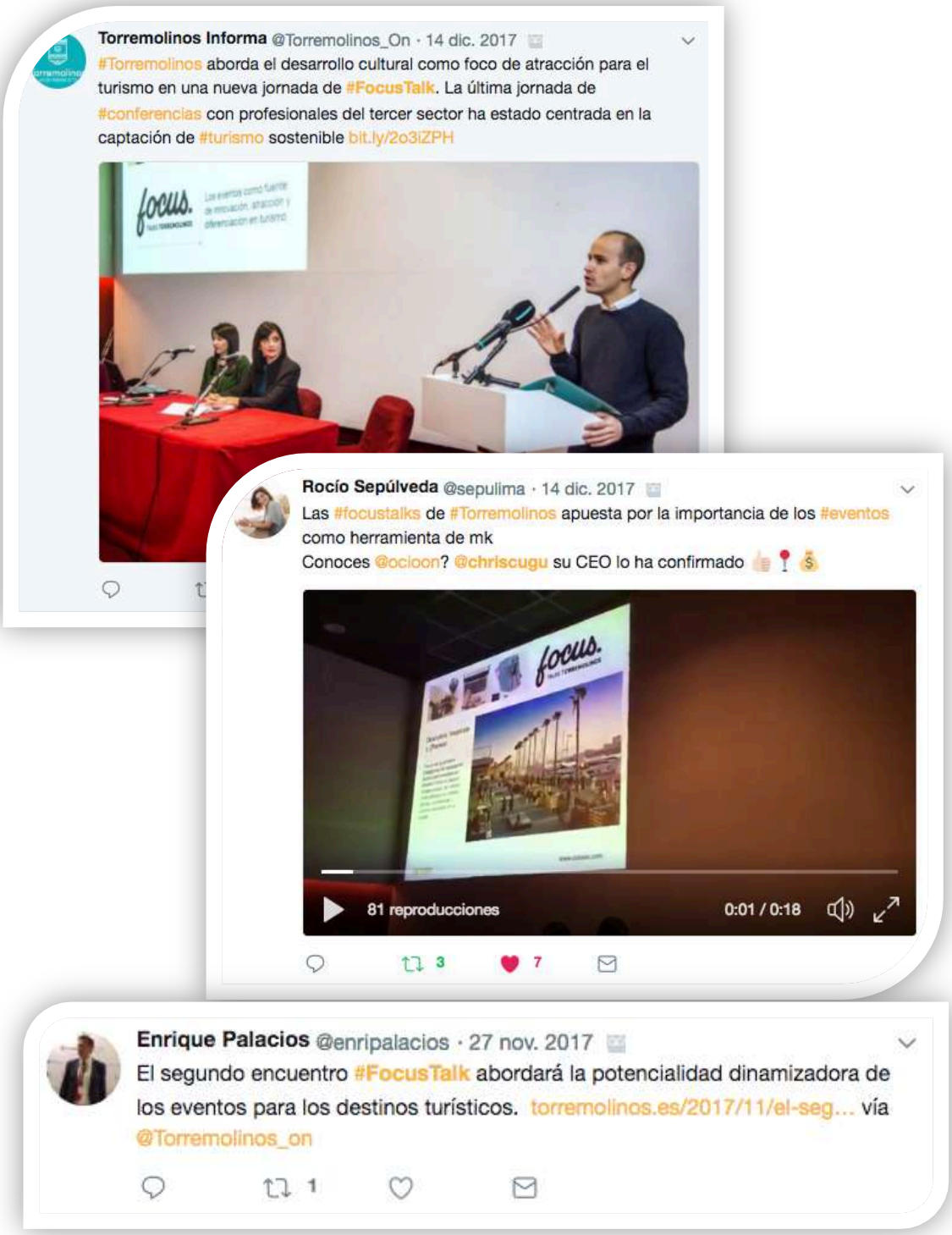
Comunicación y Marketing en Torremolinos

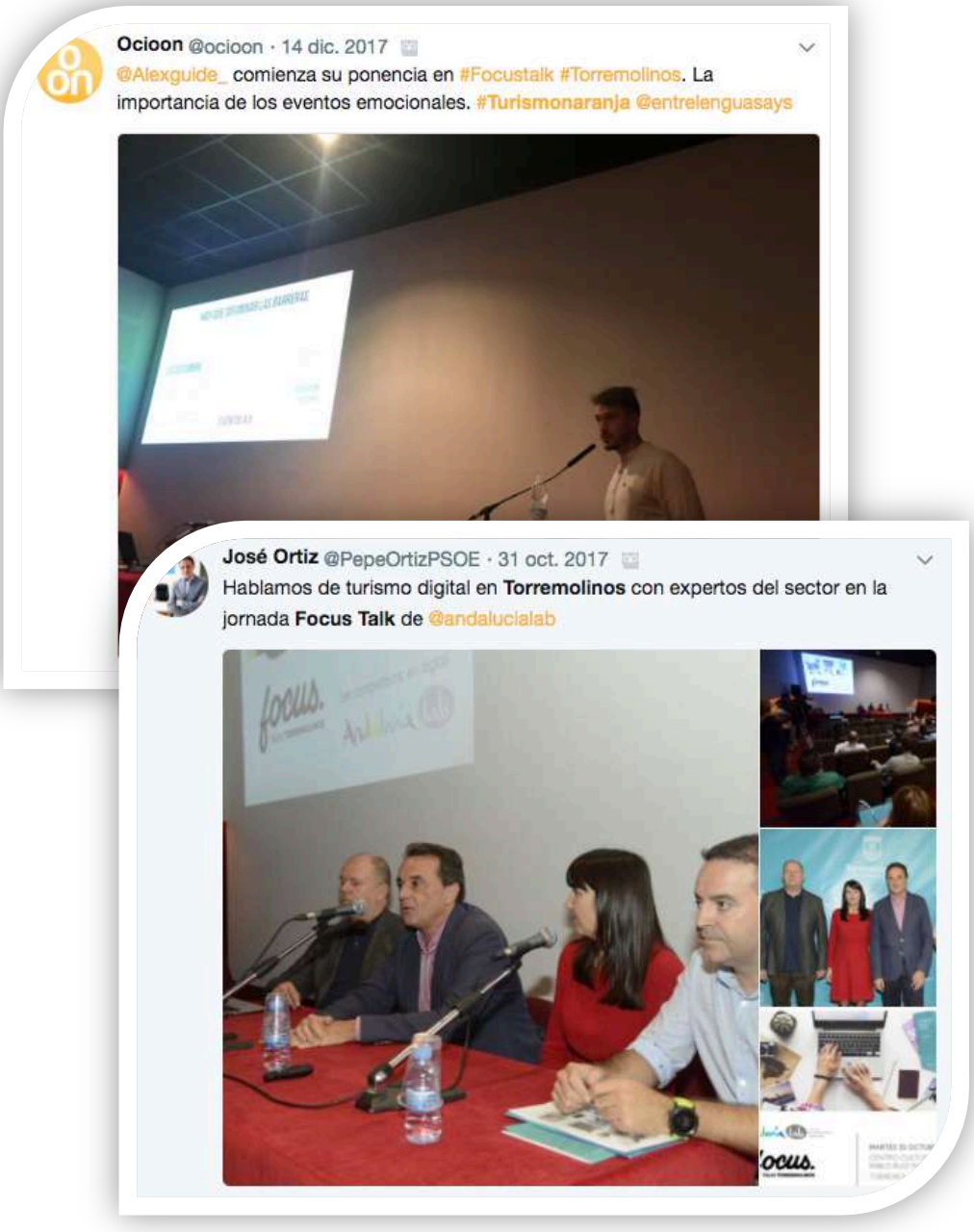
Cómo mejoramos la comunicación y marketing en el destino Torremolinos.

Entre las ideas para mejorar la comunicación y marketing podemos ver:

- La generación de contenidos y posicionamiento SEO del destino
- Facilitar la colaboración público privada en la creación de contenidos: Por ejemplo: vídeos, mapas…creados por el destino que puedan difundir las empresas, unificando imagen del destino.
- Iniciativas de marketing para personas mayores, que puedan expresarse.
- Investigación de los medios sociales más utilizados y crear estrategias de marketing en esos medios

Redes Sociales





Créditos:

Documento Elaborado por **Red Competitiva.**