

# Excelencia y calidad turística de la oferta de turismo industrial

Alicante, 25 y 26 de Noviembre de 2019



1



**El diseño  
de la  
experiencia**

# ¿Qué es el turismo industrial?

## Organización Mundial del Turismo:

“Turismo Industrial son todos los movimientos de personas que satisfacen la necesidad humana de la diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros“

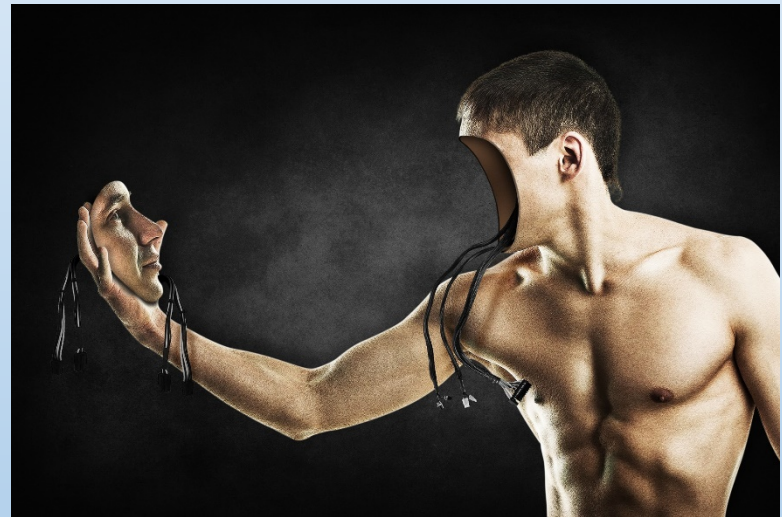


# Sin Acción no hay reacción

## Características de una visita experiencial

### Intimidad

- ❑ La relación que la oferta de turismo industrial debe entablar con el usuario-viajero no puede basarse en una interacción vertical y unívoca.
- ❑ Cualquier elemento imaginario o experiencial implícito a la oferta del producto turístico debe tomar en cuenta la accesibilidad y el contacto



# Sin Acción no hay reacción

## Características de una visita experiencial

### Cocreación

No es lo mismo asistir a una lección magistral de cómo se hace algo que hacerlo. Muchas actividades relacionadas con el turismo industrial tienen una base de manufactura. Y cuando los procesos no son manuales, sino que están mecanizados, siempre resulta posible diseñar una fórmula para integrar al visitante en la experiencia.



# Sin Acción no hay reacción

## Características de una visita experiencial



### Ludificación

La curiosidad que despiertan los procesos productivos y su storytelling hacen del Turismo Industrial un reto para los expertos en ludificación. Desde las modernas aplicaciones “quiz” hasta los entornos de realidad virtual y aumentada, las dinámicas de juego activan una dimensión motivadora y relacional: redes, interacción, pertenencia, incentivos, etc.

# Sin Acción no hay reacción

## Características de una visita experiencial

### **Autenticidad**

La autenticidad es un activo importante, especialmente para la gente que se ha criado en el nuevo contexto de comunicación digital. Ninguna marca puede construir su marketing sin tomar en cuenta los “insight” (motivaciones profundas del consumidor) y sin adherirse a los valores compartidos con los destinatarios.



# Sin Acción no hay reacción

## Características de una visita experiencial

### Conectividad

La conectividad no solo nace de la pertenencia a redes, sino de la necesidad humana de relacionarse a partir de los elementos constitutivos de la propia identidad. Todos los principios de la viralidad tienen que ver con la conexión íntima entre la vivencia personal y un sistema de valor compartido. Al final, en el universo del “social media”, somos lo que nos representa.





# Mirando a nuestros vecinos

Cada año en Francia, al menos 1.400 empresas, museos o centros industriales atraen a 20 millones de visitantes, donde están presentes todas las áreas de la economía. Los gigantes de la industria agroalimentaria y de la artesanía son los que más visitantes atraen.



# Casos de éxito: Airbus Toulouse (Toulouse)



# Casos de éxito: Volkswagen (Wolfsburgo)





# Casos de éxito: Heineken Experience (Amsterdam)





# Casos de éxito: Mina de Arnao (Asturias)



# Casos de éxito: Museo Chocolate (Viana do Castelo)





# Casos de éxito: Escape Room cerveza Ambar





# Sistemas de calidad



2



# ¿Qué es el SCTE?

## Sistema de Calidad Turística Español:

El SCTE está desarrollado por y para el sector turístico español, fijando como objetivos la mejora de la calidad en la prestación del servicio que recibe el turista y la mejora de la calidad de las entidades que participan en él. Se concibe como una opción empresarial totalmente voluntaria, en la que el establecimiento decide aplicar un sistema de gestión y mejora continua para conseguir la satisfacción de las expectativas de sus clientes.

# Metodologías de calidad SCTE



SCTE  
Sectores  
Calidad  
Certificada



SCTE  
Destinos  
SICTED



SCTE  
Anfitriones  
Formación  
Turística

# La Q de Calidad Turística

## Las normas detrás de la Q de Calidad Turística



# El proceso de certificación en calidad

## Proceso de certificación Marca Q





# El SICTED

La Generalitat Valenciana se sumó al proyecto SICTED a mediados de 2011 a través del acuerdo marco suscrito entre la Agència Valenciana del Turisme y la Secretaria de Estado de Turismo en materia de calidad. La implantación de este sistema de calidad en destinos turísticos, permite participar a agentes públicos y privados de hasta **35 oficios diferentes**, siempre y cuando éstos interactúen con el turista. El cumplimiento de una serie de buenas prácticas, entre otros requisitos como asistencia a cursos, permite a los participantes obtener el distintivo Compromiso Calidad Turística tras superar con éxito una evaluación. En la provincia de Alicante, la Cámara de Comercio ofrece el soporte técnico al SICTED.



Comunidad Valenciana lidera el ranking nacional en número de distinciones «Compromiso calidad turística» con un total de 844

Empresas y Servicios Turísticos distinguidos

Vídeo SICTED CV:





- El surgimiento de un nuevo nivel de acreditación como Destino Turístico Inteligente abre la puerta a nuevas estrategias y sinergias en el contexto de la revolución digital y del desembarco de tecnologías disruptivas que ofrecen la oportunidad de llegar al cliente de forma personalizada.

Benidorm fue la primera ciudad en conseguir la certificación de Destino Turístico Inteligente

An aerial night photograph of a city, likely Benidorm, showing a large roundabout in the center. The roundabout has a central circular area with a glowing purple and blue logo that reads 'DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE'. The surrounding city is densely packed with tall apartment buildings, many of which are lit up. Light trails from cars are visible on the roads around the roundabout. In the bottom right corner, there is a swimming pool area with blue water and some greenery.

Destino turístico  
Inteligente (DTI)

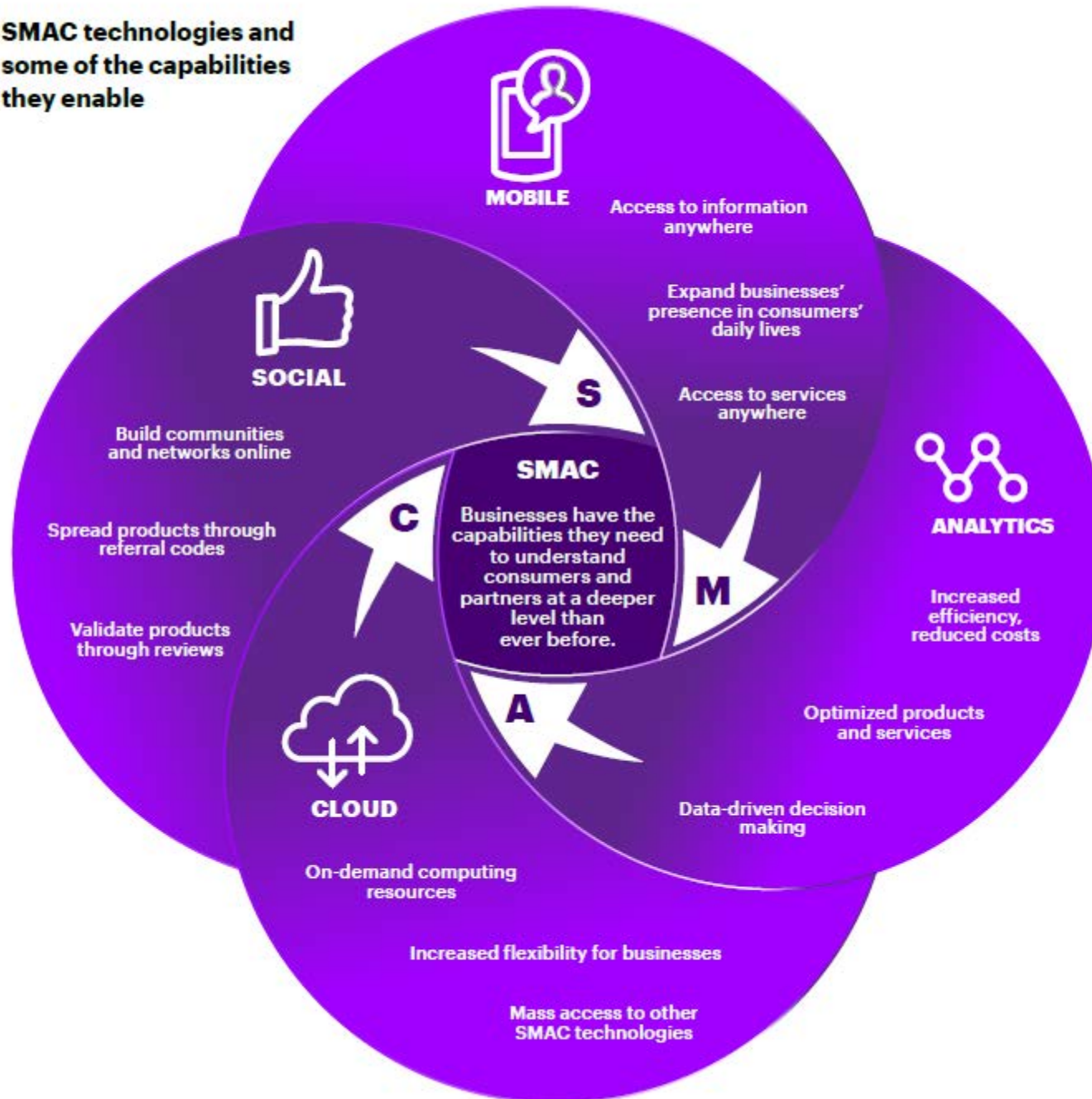


# Traspasar el escaparate 3

Storytelling  
Marketing  
Promoción



**SMAC technologies and  
some of the capabilities  
they enable**



# La llave del Storytelling

## Definición de Storytelling:

“Una manera de gestionar los relatos para utilizar la narración como estrategia de convencimiento con el fin de movilizar la opinión”

# La llave del Storytelling

Maya Angelou

“La gente olvidará lo que dijiste, la gente olvidará lo que hiciste, pero la gente nunca olvidará cómo la hiciste sentir“



# Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones

## 1. Introducción al marketing digital

- Introducción al módulo
- Diferencias entre marketing digital y tradicional
- Estrategias en marketing digital





# Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones



## 2. SEM Básico

- ¿Qué es SEM?
- ¿Cómo funciona el SEM?
- Partes de una campaña en Google Ads
- Nuevos conceptos que debes conocer
- Extensiones de anuncios
- ¿Cómo medir el las conversiones?



Marketing digital, inbound marketing,  
posicionamiento, creación de Leads y conversiones



3. SEO: optimización en motores de búsqueda • Qué es SEO?
- ¿Cómo funcionan los motores de búsqueda?
  - Objetivos de tus estrategias de SEO
  - Uso de las palabras claves
  - Elementos para optimizar en tu SEO



# Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones

## 4. Marketing a través de redes sociales

- ¿Qué es una comunidad online y cómo construirla?
- Construye tu comunidad
- Herramientas para construir tu comunidad
- Algunos consejos
- Plataformas para tu comunidad
- Las redes sociales



# Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones

## 5. Promociones patrocinadas en redes sociales

- Introducción a las herramientas de pago en redes sociales
- ¿Dónde promocionar tu marca?
- Facebook / Instagram Ads: publicidad Plataformas para tu comunidad
- Estructura de las campañas en FB/IG
- Recomendaciones: diseño de anuncios de FB/IG





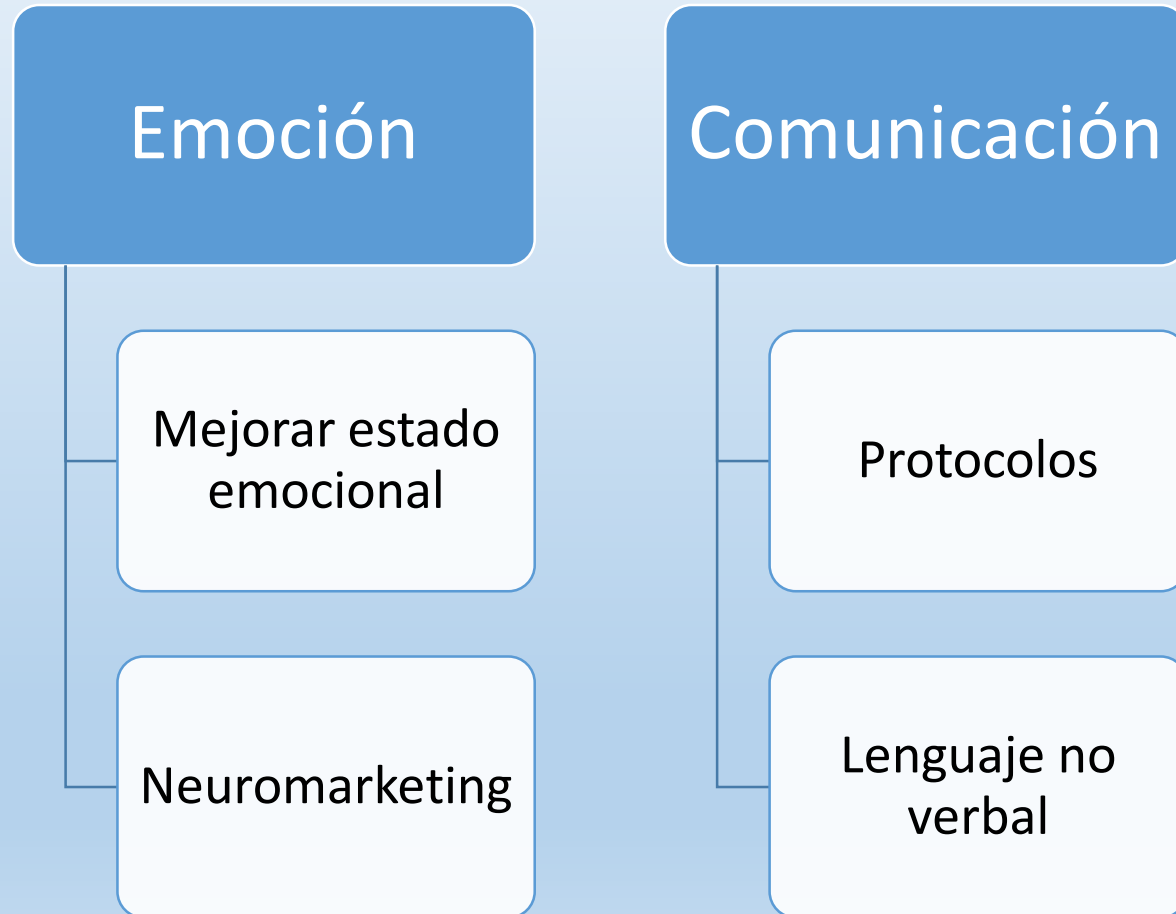
# Marketing digital, inbound marketing, posicionamiento, creación de Leads y conversiones



## 6. Marketing por Email o SMS

- Introducción al marketing por email o SMS
- ¿Cuál debe ser tu estrategia de marketing por email / SMS?
- Algunos ejemplos de buenos emails
- ¿Cómo empezar una lista de suscriptores?
- Determina y conoce el valor de tu lista
- ¿Qué debo incluir en los emails que envío?

# Atención al cliente



4  
Contribuyendo  
al bien común.  
Impacto social  
y territorial





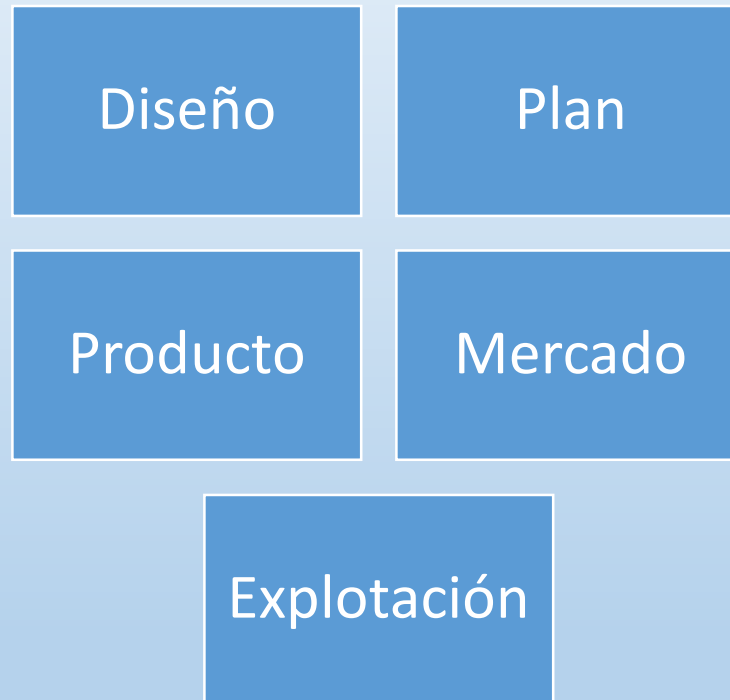
# Emprendimiento social

## Una vía hacia el bien común

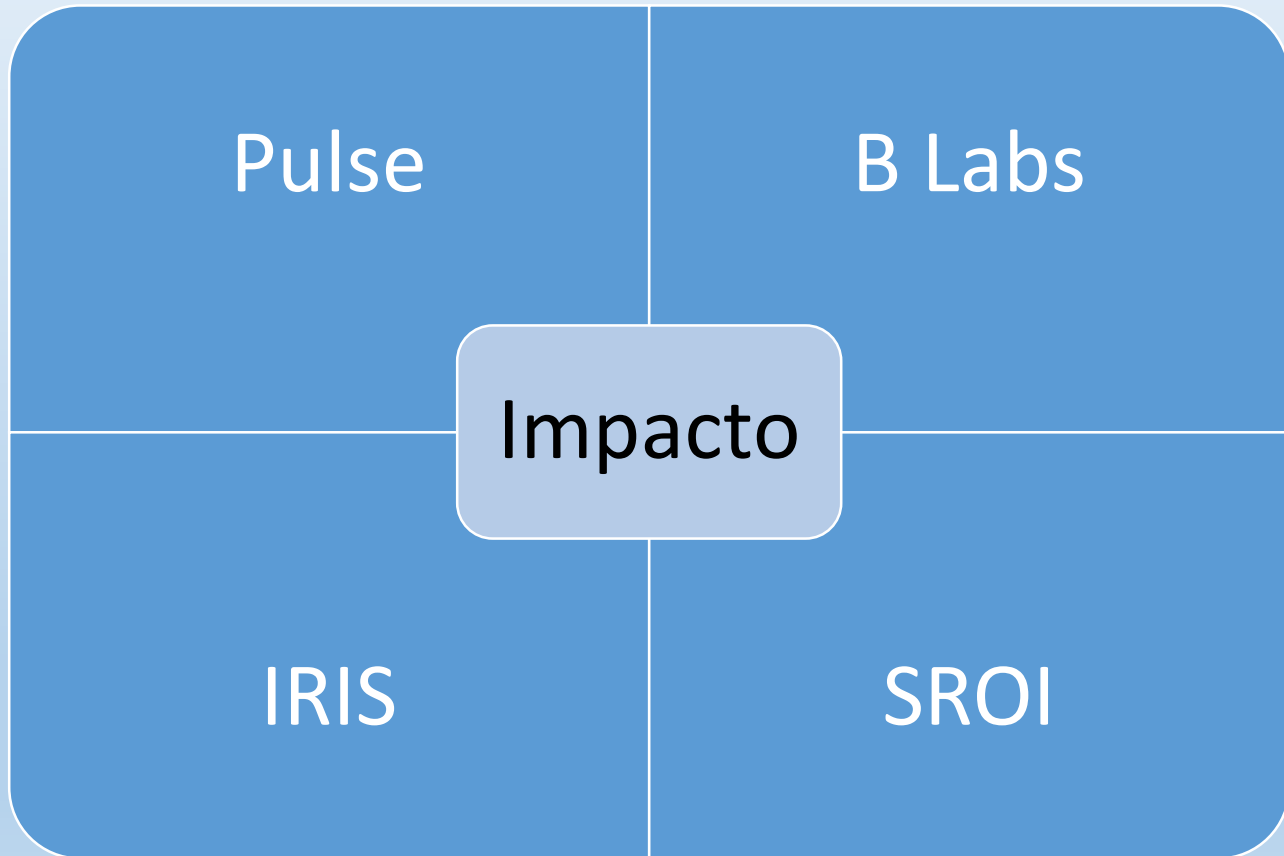
El emprendimiento social constituye una de las principales vías para canalizar la transferencia de resultados de la investigación hacia un beneficio que integre las oportunidades del individuo con la construcción de una sociedad más justa y avanzada

# Emprendimiento social

## Fases



# Emprendimiento social





# Estrategias para atraer inversión

## Business

Aceleradoras

Incubadoras

## RSC

Corporaciones

Universidades

## Micro-mecenazgo

[Uacrowd.ua.es](https://Uacrowd.ua.es)

[Lanzanos.com](https://Lanzanos.com)

# Estrategias para atraer inversión

## Desarrollo rural

Ayudas  
Leader

GAL

## Pesca

FEMP

GALP



¿Quieres formar parte de este proyecto?

¡Excelente!

[madein@costablanca.org](mailto:madein@costablanca.org)

