

## Jornadas de Digitalización de Empresas y Comercialización de Experiencias

**dirigidas a Empresas de Restauración y Nuevas Iniciativas Turísticas**



Según las directrices emanadas por la Estrategia de Turismo Sostenible 2030, las empresas turísticas deben incorporar la innovación en su ADN. Como datos a tener en cuenta:

- Se prevé que la revolución digital se acelere, y siga aumentando la adopción tecnológica por parte de personas, empresas y administraciones, impulsada por la expansión de la conectividad, lo cual acortará los períodos de estabilidad y normalizará la adaptación permanente como condición competitiva.
- Se prevé una brecha generacional que será también tecnológica, y en la que la competitividad estará definida por la conectividad, la velocidad, la innovación y la calidad. Un mundo más automatizado, pero donde el cliente exigirá más valor añadido, flexibilidad y personalización en cada interacción. Y esas interacciones serán, en gran parte, digitales.
- Se prevé una mayor presión sobre los recursos naturales debido al aumento de la población mundial y al cambio climático. Los efectos sobre el entorno y el clima pueden tener consecuencias en los destinos turísticos, modificando algunas de las características que los hacen atractivos.

Teniendo en cuenta este horizonte, La Junta de Extremadura, a través de la **Consejería de Cultura, Turismo y Deportes**, impulsa y financia un Curso en “Digitalización de Empresas y Comercialización de Experiencias”, adaptado a **empresas de restauración, nuevas iniciativas**

**turísticas y personas emprendedoras en el sector turístico extremeño**, a través de Jornadas organizadas e impartidas por EOI- Escuela de Organización Industrial.

Este proyecto se plantea en línea con el Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 y sus medidas concretas relacionadas con la cualificación y especialización en el sector turístico y poniendo el foco en las siguientes ideas clave: autenticidad/ ensoñación/ generación de valor/ transformación digital/ marketing de contenidos/ redes sociales/ marca única y omnicanal y tecnología móvil.

A través de estas jornadas se pretende ofrecer a los participantes un kit básico en Marketing Digital dirigido especialmente a restaurantes, cafeterías y bares, el cual les permitirá conocer el conjunto de estrategias, aplicaciones y tecnología necesarias para ayudarles a mejorar los resultados de sus negocios.

Todo ello con el objetivo de concienciar a todos del enorme potencial que la riqueza turística de la Comunidad Autónoma de Extremadura alberga, poniendo especial énfasis en las últimas innovaciones en productos turísticos, así como en la importancia de ser capaces de responder a las demandas que el sector turístico español en general y extremeño en particular nos demanda en la actualidad.

El programa se divide en 4 bloques según el ciclo de vida del cliente:

**FASE 1:** en la primera fase trabajaremos la captación (el ‘antes’).

Para alcanzar los objetivos de darse a conocer, en cualquier establecimiento, es crítico manejar internet, ser visible en las principales plataformas de generación de tráfico, captar público local y visitante, y sobre todo, comunicar la propuesta de valor ('oferta singular').

**FASE 2:** en esta segunda fase tratamos el ZMOT (Zero Moments of Truth).

El momento cero de la verdad es un concepto diseñado por Google que incluye el proceso de búsqueda y comparación que el usuario realiza para tomar la decisión final de compra. El objetivo es motivar a los posibles clientes que se decidan por un restaurante concreto en lugar de irse a la competencia.

**FASE 3:** en la tercera fase hablamos de la interacción con el usuario cuando disfruta del servicio que se le ofrece (el ‘durante’).

Hoy día, mejorar la experiencia de cliente para que hablen bien de TU establecimiento, es crítico. El diseño de experiencias de cliente permitirá a cada restaurante estandarizar la calidad de servicio multiplicando los “woaws” y eliminando los puntos de frustración.

**FASE 4:** ya en la última fase tratamos la propina digital (las ‘recomendaciones’) y también la fidelización de clientes.

Las recomendaciones nos pueden ayudar a reafirmar la decisión de escoger TU oferta en lugar de irse a otro establecimiento. Para eso será necesario diseñar una buena estrategia de generación de opiniones.

La fidelización, más orientada al público local, también es otro elemento que podemos trabajar mediante la utilización de formularios web y correcto sistema de email marketing.

Cada jornada constará de 5 horas en horario de 9.30h-14.30h. Se trata de una misma jornada que se repetirá en 3 sedes distintas: Plasencia, Cáceres y Mérida.

### FECHAS DE LAS JORNADAS

- **14 de noviembre** – Palacio de Congresos de Plasencia
- **21 de noviembre** – Palacio de Congresos de Cáceres
- **29 de noviembre** – Palacio de Congresos de Mérida

### METODOLOGÍA

La metodología de EOI es eminentemente práctica, rica en experiencias reales donde compartir conocimiento, valores, buenas prácticas, etc. entre los participantes.

Todas las sesiones se impartirán desde una perspectiva real y de conocimiento lo más cercano y especializado posible a cada tipo de empresa, con un enfoque **práctico, tipo taller, con dinámicas de equipo, casos reales y enseñanzas muy concretas y útiles que puedan aplicar a sus propios negocios.**

Aunque las jornadas se plantean con una metodología presencial, de modo complementario a las mismas, pondremos a disposición de los alumnos un espacio virtual (plataforma virtual de EOI Blackboard), con el objetivo de enriquecer el proceso de aprendizaje a través de **elementos innovadores** y recursos técnicos complementarios que les aportarán un amplio abanico de posibilidades de comunicación, con el fin de que la experiencia de aprendizaje resulte mucho más atractiva, interactiva y colaborativa.

Este acceso tendrá una permanencia de 3 meses.

## PONENTES

En materia de Digitalización y Comercialización en el Sector Turístico contamos con experiencia directa de profesionales con experiencia docente de primer nivel, que están liderando innovadoras prácticas dentro de sus empresas, con gran visión multisectorial y un fuerte desarrollo profesional en puestos de responsabilidad.

### Tirso Maldonado

25 años de experiencia en:

Administraciones Públicas, Turismo, Puertos y emprendimiento  
Finanzas, Marketing, Negocio online y Tecnologías de la Información  
Puestos de gerencia, marketing y consultoría

Formación:

- Bachelor of Business (Universitat Internacional de Catalunya)
- Bachelor of Science in Finance & Marketing (Bentley College - Boston)
- Master of Science in Management Information Systems (Bentley College – Boston)
- SAP: Del ERP al eBusiness (Universidad Ramon Llull)

Experiencia profesional:

- Fundador de Socialtec en el año 2007. Empresa especializada en el desarrollo de soluciones en IT y negocio online.
- Fundador de Witcamp en el año 2012. Marketplace de cursos online en directo y diferido en emprendimiento, turismo y fotografía.
- Director nacional de Newhotel Software (2005-2007). PMS (Property Management System) para el sector turístico con más de 3.000 unidades hoteleras instaladas en 55 países.
- Director de Marketing de INERZA, S.A. Principal consultora en las Islas Canarias en soluciones portuarias, administración pública y turismo.
- Director de Marketing de IT&C Enterprise Solutions. Empresa desarrolladora de soluciones en cloud para el desarrollo de negocio online.

Otras experiencias profesionales:

- CanalPYME. Primera franquicia en IT a nivel nacional y desarrolladora de aplicaciones en ASP (Application Service Provider).
- Rent-cars.com (startup). Responsable de proyecto. Primer startup fundada en 1994 en el desarrollo de una central de reservas online.
- TSD (The System Distributors). Analista de sistemas informáticos. Responsable de negocio en América Latina.

Proyectos destacados:

- Definición del Sistema de Gestión de Destinos para la Agència Valenciana de Turisme.
- Diseño de la arquitectura de la solución Travel Open Apps.
- Desarrollo de la primera web 2.0 en España para el Ayuntamiento de Madrid (Madrid4U).

- Desarrollo de la primera franquicia en Tecnologías de la Información.
- Profesor en EOI (Escuela de Organización Industrial) en Negocio digital.
- Profesor en CETT-UB en eTourism.

### Joantxo Llantada

Experto en innovación, branding, marketing y estrategia de crecimiento de negocio y de transformación digital.

Más 25 años de experiencia en branding, marketing y creación de productos de ocio, hospitalidad y turismo. Colabora con universidades, instituciones, empresas y organismos internacionales en desarrollo de proyectos de innovación y marketing digital. Único español del equipo Europeo de Expertos del Think Tank Turismo Digital Yahoo Internacional Reino Unido. Impulsa el grupo de reflexión, identificación de tendencias e innovación Think Tank Travel a nivel nacional. Miembro comité científico International Federation for Information Technologies in Travel and Tourism IFITT/ENTER 2014. Juez responsable Social Media Premios Europeos Digital Tourism Think Tank Awards 2013. Ha participado como experto en el Bar Camp de Frankfurt 2014 para la European Travel Commision/UE y 13 países miembros

Conferenciante internacional en eventos de referencia como Eyesfortravel Praga y Holanda, ENTER/IFITT Austria, Google Think Travel Spain, Yahoo International Digital Think Tank, Microsoft España The Cloud Conference, Fitur Know How, Fiturtech en diferentes ediciones, FICOD, Asociación de Turoperadores de Argentina, Segittur...

Formador y acelerador profesional homologado Escuela de Organización Industrial en marketing, estrategia, redes sociales, estrategia de negocio, turismo y economía digital formando a más de 3.000 empresarios en cursos y talleres celebrados por toda España para la EOI, Cámaras de Comercio, Red.es, Segittur, Administraciones Públicas y Marcas Turísticas

Estratega, autor de planes de marketing de la Comunitat Valenciana 2009-11, Elche, La Palma y El Hierro en Canarias. Miembro del Comité de Expertos Plan de Marketing Turismo de España 2010-11 "I Need Spain", Gobierno de España donde ha participado en calidad de experto de empresa en Marketing del Producto y Estrategia en Social Media

Trend Hunter, Estudios Futuros de Ocio y Hospitalidad. 165.000 views Slideshare, 3.000 contactos LinkedIn, 6.400 followers Twitter. Articulista en medios de comunicación sectoriales

## **REQUISITOS DE ACCESO**

**En caso de que el número de inscripciones supere el aforo máximo de cada una de las jornadas, se establecerán los siguientes criterios de acceso:**

1. Dado que se trata de una formación dirigida al sector empresarial turístico, tendrán prioridad en el acceso las empresas del sector turístico, y seguidamente, por este orden personal directivo y técnico de agrupaciones profesionales turísticas, de administraciones públicas turísticas: regional, provincial, local, de las cámaras de comercio de Extremadura, de grupos de Acción Local, profesionales de la Universidad de Extremadura y profesionales y emprendedores turísticos.
2. En segundo lugar, de manera que los desplazamientos sean los más cortos posibles, así como establecer networking empresarial turístico, tendrán prioridad de acceso los establecimientos/organizaciones cuyo domicilio sea más cercano al lugar de celebración de las jornadas.
3. En tercer lugar, de manera que esta acción pueden llegar al mayor número de profesionales, se seleccionará una persona por establecimiento/organización.