

SEGUNDO EJERCICIO:

SUPUESTO 1

El Ayuntamiento de una ciudad de aproximadamente 150.000 habitantes, con un fuerte posicionamiento en turismo enogastronómico, desea impulsar y posicionar el destino en el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions).

El municipio dispone de una oferta hotelera suficiente, diversos espacios para la celebración de eventos y un prestigio consolidado en el ámbito enogastronómico. Asimismo, forma parte de la red del Spain Convention Bureau, si bien hasta la fecha no ha desarrollado una estrategia específica para este segmento ni destina recursos económicos concretos para su promoción.

El turismo en la ciudad se ha desarrollado principalmente de forma espontánea, sin un plan estratégico definido, apoyado en su posicionamiento gastronómico.

Con la incorporación de un nuevo técnico de turismo, el Ayuntamiento plantea la necesidad de diseñar un plan de acción para el desarrollo y posicionamiento del destino en el segmento MICE/congresual.

Se solicita elaborar una propuesta técnica que defina y determine los pasos necesarios.

SUPUESTO 2

Un fam trip (viaje de familiarización) es una herramienta de marketing turístico donde proveedores (hoteles, destinos) invitan a agentes de viajes, turoperadores o influencers/ bloggers a conocer de primera mano sus servicios. El enoturismo es un tipo de turismo muy ligado a Logroño y a La Rioja y que atrae muchos visitantes de diversos mercados.

a) Planifica y organiza un famtrip de un fin de semana de duración para el mercado nacional, contenidos del programa, selección de proveedores, invitación a diferentes medios, etc.

b) Argumenta las decisiones tomadas en cada caso.