



inmark
experiencia e innovación

estrategia, innovación
y desarrollo en turismo

3 SALUD
Y BIENESTAR



La innovación está en
nuestro ADN

inmark
experiencia e innovación

Somos una empresa con
45 años de actividad,
con **mentalidad global y acción local**,
que hace “**consultoría a la medida**”.

Dedicamos gran parte de nuestro tiempo y recursos a la investigación y el desarrollo de **herramientas y métodos propios**. Aseguramos el **compromiso** escrito con los resultados. Nuestra **experiencia** en turismo es garantía de **solvencia**, con el endoso y confianza de **+400 clientes** y un **sistema de calidad** adaptado a la ISO161001.

Nuestra misión es asesorar a empresas, territorios y destinos a mejorar su posicionamiento, sostenibilidad y competitividad; generar y trasferir conocimiento; contribuir a incrementar la demanda y mejorar el rendimiento financiero, mediante **soluciones** específicas, efectivas e innovadoras; así como asesorar la ejecución de desarrollos singulares y rentables.

Hechos y datos

25 años de
experiencia

equipo
deslocalizado
con **22 años**
experiencia
media

aval de
+400
clientes

+350
proyectos en **35**
países

planificación
estratégica de
destinos
+150

investigación e
inteligencia
competitiva
+100

innovación
+15

desarrollos
clúster y de
productos/
experiencias
+40

calidad en
compañías/
empresas
1.600/34

transferencia de
conocimiento y
formación
+35.000
horas

11 destinos
inteligentes

proveedor del
BID, WBG,
Segittur,
ONU
Turismo,
OCDE

hub en América
Latina y
asociados en 10
países

experiencia en
políticas de
turismo,
institucionalidad
financiación y
regulación

premiada como
mejor
empresa de
consultoría
turística **2021**

Experiencia en 35 países



1. Alemania
2. Angola
3. Argentina
4. Bolivia
5. Brasil
6. Camboya
7. Canadá
8. Chile
9. China
10. Colombia
11. Ecuador
12. España
13. Francia
14. Guatemala
15. Italia
16. Jamaica
17. Japón
18. Laos
19. Marruecos
20. México
21. Mozambique
22. Nicaragua
23. Paraguay
24. Perú
25. Puerto Rico
26. Reino Unido
27. Rep. Dominicana
28. Rumanía
29. Rusia
30. Turkmenistán
31. Uruguay
32. Uzbekistán
33. USA
34. Venezuela
35. Zambia

Los clientes nos definen

organismos internacionales



empresas



administraciones y destinos



entidades vinculadas



inversores y promotores



ONGs y fundaciones



Equipo altamente cualificado, multidisciplinar, multilingüe, **colaboradores clave**

**Víctor Gorga**, Director

Máster en Marketing. Experto en innovación y gestión y marketing de empresas y destinos. Experiencia en 23 países. Referente internacional en calidad turística.

Ex directivo de Maritz, Travelplan, Cónedor, Marsans, Ritz, Intercontinental Hotels, Golden Tulip Worldwide y Novotel. Conferenciante y docente.

**Jorge Bonilla**,

Económetra, investigador y analista de comercio internacional. Especialista en competitividad, política y estrategia.

Investigador del Centro Colombiano de Pensamiento Turístico.

Ha realizado estudios y planes en Latinoamérica. Docente y conferenciante.

**Maria Luisa Galán**

Especialista en planificación turística y capital natural, Máster en Gestión de Destinos Turísticos, Turismo Sostenible y TIC. Investigadora por Colciencias.

Ex directora de Investigación en la Universidad Externado y ex consultora en THR. Experiencia en España, Croacia, China, Uruguay, Costa Rica, México, Brasil y China. Docente y conferenciante.

**Andrea Villamil**

Andrea Villamil es administradora turística y hotelera, con un sólido conocimiento en marketing turístico, sostenibilidad y el manejo de herramientas digitales como Office 365, Canva e inteligencia artificial. Posee una destacada experiencia en la elaboración de propuestas a nivel nacional e internacional, así como en la ejecución de proyectos de desarrollo turístico y territorial.





Productos y servicios

inmark
experiencia e innovación



- Desarrollo territorial y planificación estratégica
- Refuerzo institucional – Desarrollo corporativo
- Diseño de Productos y Experiencias
- Marketing Estratégico
- Revenue y TRO
- Marketing Territorial y Branding
- Gestión reputacional
- Calidad y experiencia cliente
- Gestión del talento y formación directiva
- Asesoramiento a la gestión
- Programa de nuevos emprendimientos: **DEBUT**

- Estudios de mercado y sectoriales
- Informes de coyuntura
- Sistemas de información
- Observatorios
- Análisis reputacional
- Análisis económico

Consultoría Estratégica

Desarrollo territorial, de iniciativas empresariales y productos, bajo criterios de sustentabilidad, rentabilidad, corresponsabilidad y cumplimiento de los ODS. ¿Hasta donde llegamos....?

...de la hoja en blanco .. al llave en mano.

DEBUT es el itinerario lógico que hemos desarrollado para nuevos emprendimientos, con el que convertimos ideas en realidades y maximizamos beneficios.

Soluciones para crecer, para vender más, para fidelizar, para ser más eficiente.

Nos encargamos de todo lo que hace falta para transformar los planes en realidades: **accesibilidad, gestión ambiental, de seguridad y**, en especial, de la calidad, como la empresa con más experiencia internacional en la elaboración de normas, programas, asesoramiento, implantación de sistemas, formación y auditoría; **refuerzo institucional** (puesta en marcha de DMOs, CVBs y TPAs) **en destinos; planificación del marketing, generación de valor, revenue y TOR;** y formación técnica y en habilidades.

Y, para las empresas, además.... desarrollo corporativo, asesoramiento a la gestión, auditorías operativas, reingeniería de procesos, etc.

Diseño de Productos y Experiencias

Marketing Estratégico

Revenue y TRO

Marketing Territorial y Branding

Calidad y Experiencia Cliente

Gestión del talento y formación directiva

Asesoramiento a la gestión empresarial

Programa de nuevos emprendimientos: **DEBUT**

Desarrollo territorial y Planificación estratégica

Refuerzo institucional



Inteligencia competitiva



Generamos, gestionamos y transmitimos conocimiento. Atendemos los desafíos que surgen de la búsqueda, captura, almacenamiento, visualización y análisis de la información.

Inteligencia competitiva....

es nuestra manera de entender la investigación de desde una perspectiva actual e innovadora.

Hacemos **investigación tradicional y exprimimos todas las opciones que nos ofrecen los entornos digitales** (paneles de innovación y foros online, uso de aplicaciones y de teléfonos inteligentes), junto con la información que atesoran las empresas y destinos, para gestionar con mas eficiencia.

Empleamos la más **moderna tecnología y conocimiento para la analítica de datos**: análisis multivariable, trade off, modelos econométricos como valor contingente, modelos reputacionales, etc.

También **desarrollamos herramientas y métodos propios**.

Estudios de mercado y sectoriales

Informes de coyuntura

Inteligencia competitiva

Observatorios

Reputación

Análisis económico



Innovación y Transformación Digital



Creatividad y tecnología al servicio de innovaciones con elevado impacto de mercado.

Los destinos turísticos inteligentes y el smart work, tienen por objeto realizar una gestión multidimensional, más eficiente, más informada y más inmediata de empresas y destinos, mediante el uso de tecnología semántica, big data, redes neuronales, inteligencia artificial, etc..

Ayudamos a los agentes públicos y privados a avanzar en el proceso de **digitalización** necesario para alcanzar sus objetivos de competitividad y sostenibilidad... ofreciendo **soluciones integrales**: aplicaciones, plataformas comerciales, programas de gestión, infraestructuras inteligentes, biometría, wearables, blockchain, desarrollos web, gamificación, geolocalización, desarrollos en realidad virtual, realidad aumentada, etc.

Como 3er. contratista español de la Comisión Europea en innovación, hemos gestionado a la fecha 40mM.€., en los que aterrizamos la investigación en productos de mercado.

Desarrollos clúster

Gestión de la innovación

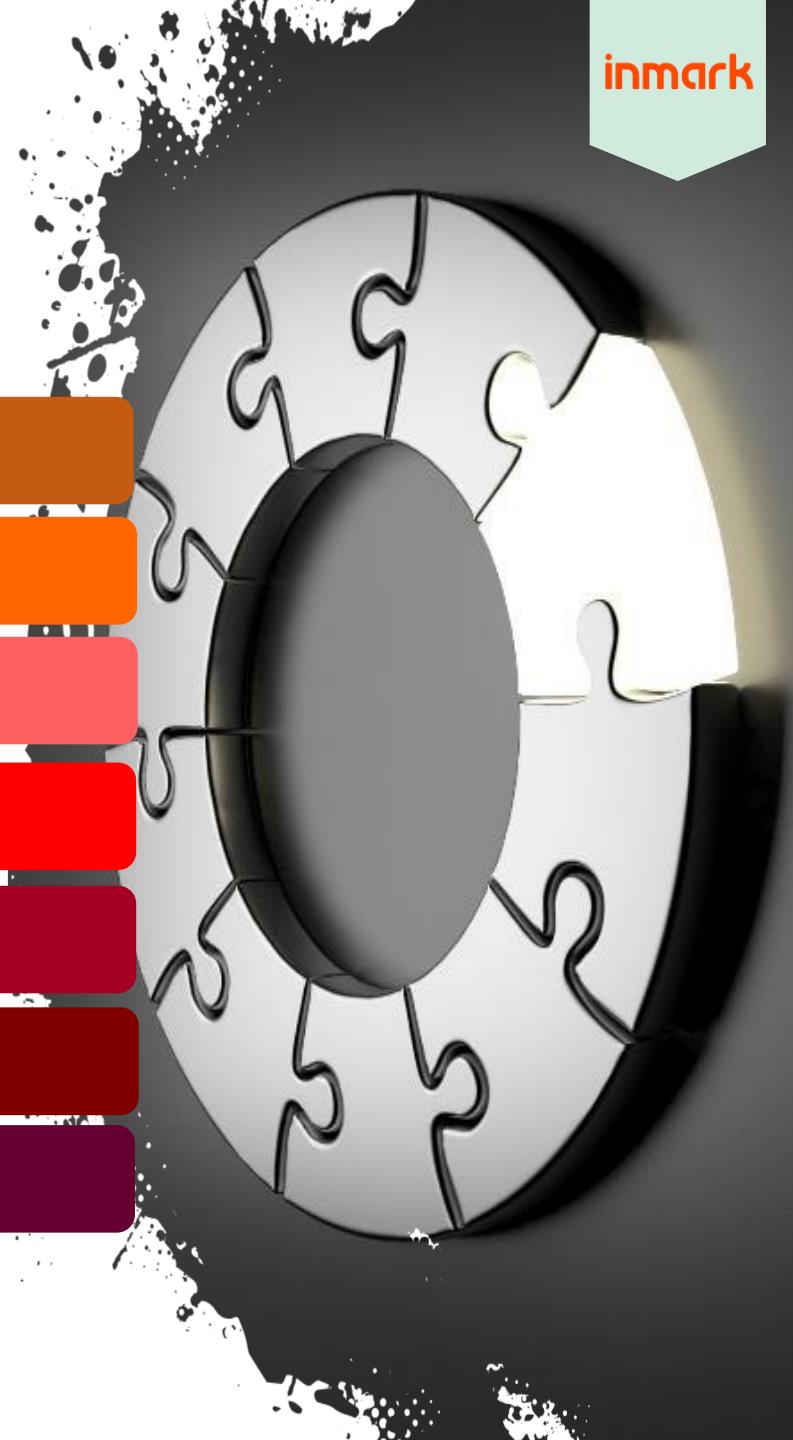
Economía Circular

Gamificación

Consultoría tecnológica

Smart destinations

Desarrollos TIC





Casos de éxito

inmark
experiencia e innovación



refuerzo institucional

plan de Institucionalidad del Camino de los Jesuitas

Principal producto transnacional de Sudamérica, es una herramienta de integración regional, una seña de identidad del MERCOSUR y una muestra de la capacidad de articulación entre cinco países: Argentina, Bolivia, Brasil, Paraguay y Uruguay.

Su desarrollo como un producto multidestino, eficazmente gestionado, atractivo y con una elevada capacidad de generar demanda, implicó trabajar en varios ámbitos: un modelo de gobernanza eficaz soportado con una herramienta tecnológica, marco jurídico armonizado y un plan de acción común, consensuado.



refuerzo institucional

gestión del patrimonio cultural

Desarrollo y gestión del Club de Producto de Ciudades Patrimonio de la Humanidad (UNESCO), como dinamizador de la gestión, las políticas y las estrategias de desarrollo y promoción del turismo cultural en España.

Elaboración de un Plan Director y gestión y monitorización del Club durante 18 meses, antes de su traspaso al GCPHE. El plan articula una estructura común de gestión y promoción.



desarrollo territorial

7 planes turísticos para Paraguay

En 3 departamentos y 4 municipios, además del diseño de una guía de planificación turística para facilitar privado el conocimiento y aplicación del proceso.

Desarrollan todo el potencial del segundo ecosistema más rico de América del Sur; de los ríos, lagos y cascadas –patrimonio natural del Paraguay- para el turismo náutico; del tráfico fronterizo y comercial como destinos de compras y eventos; y, sobre todo, del legado jesuítico que inspira el turismo cultural del que Paraguay quiere ser referente internacional.



plan estratégico

plan Inspira de Colombia (turismo cultural/naranja)

Estructura la oferta de turismo cultural de Colombia a partir de 2.300 recursos BIC para definir un posicionamiento singular y concretar una cartera de 36 productos emblemáticos.

Define una estrategia de negocio para impulsar el turismo cultural, mejorar la competitividad, hacer una promoción especializada, multicanal y multimercado...con metas e impactos económicos precisos, acciones de desarrollo e inversiones por valor de 25M.USD, para un mercado potencial de 3,2 M. turistas). Da lugar a la estrategia actual de marketing de turismo de Colombia, centrada en la música: Sabrosura.





plan estratégico

impulsa, plan de turismo del Perú

Recoge la orientación de los empresarios para mejorar la competitividad y definir las prioridades del desarrollo turístico para el país, en todas las áreas: infraestructura, planificación, posicionamiento, conectividad, seguridad, producto, marketing, recursos humanos, calidad, fortalecimiento de la identidad, gobernabilidad, fortalecimiento del tejido productivo, apoyo a la innovación y reforzar a Lima como destino.



turismo comunitario

Chocó Norte, Colombia

Modelo de intervención en Chocó Norte, Colombia, encaminado a revertir la situación de desamparo de **comunidades vulnerables y minorías étnicas** y lograr la autonomía de gestión, financiera y comercial turísticas. Aboga por competitividad del territorio, la comercialización sostenible, la adquisición de recursos por medio de alianzas y la adquisición de experticia mediante la práctica tutelada por los consultores. Se desarrolló la Marca Chocó Norte.



plan estratégico

plan estratégico del turismo MICE de Colombia

Plan de negocios y estratégico que ordena y estructura la oferta de turismo MICE de Colombia y define las estrategias, acciones e inversiones para su desarrollo, su posicionamiento y comercialización (apuestas comerciales y mercados), con metas e impactos económicos precisos a diez años vista.

Incluye el diseño de un observatorio para demostrar su impacto en la economía.

Colombia ocupa el 3 lugar a nivel regional en el ranking ICCA.

MICE es una línea de desarrollo turístico priorizada por el Viceministerio de Turismo.



ordenación territorial

ordenación territorial de la Región del Sol

Modelo de Planificación y Desarrollo Sostenible de la Región de Murcia, compatible con las numerosas zonas de protección especial existentes.

Murcia es una de las regiones más turísticas de España, bendecida por su climatología.





posicionamiento estratégico

único destino 360º reserva de la Biosfera UNESCO

El Plan Estratégico y de Repositionamiento de la isla La Palma, España, reposiciona a la isla como «reserva biológica y atmosférica de Europa».

Es el primer y único territorio que la UNESCO declara Reserva de la Biosfera íntegramente, al sumarse a la declaratoria del territorio y mar circundante la declaración los cielos, eje de la creación del producto temático de astroturismo y de la promoción de la isla como primer destino del mundo con certificación Starlight.

Nace así el producto de turismo de las estrellas y el astroturismo como corriente turística en el mundo.

CABILDO LA PALMA



capital natural

Ecotur

Sistema de ordenación y gestión sostenible del territorio a partir de un modelo de certificación en base al Modelo Europeo de Ecogestión y Ecoauditoría e ISO 14000. Refrendado por la UE, se ha puesto en marcha en destinos y 500 establecimientos de Baleares y, Canarias. Con fondos del programa LIFE de la Unión Europea.

Incluyó: diseño de sistema, estudio jurídico y desarrollo legal de la normativa reguladora de la CC.AA. para convertirlo en política pública, plan de viabilidad, plan de comunicación, auditorías ambientales, formación, implantación, diseño de herramientas, desarrollo de buenas prácticas. Es base para el desarrollo industrial y de servicios en Baleares.

Illes Balears
MALLORCA MENORCA IBIZA FORMENTERA



revenue y TOR

marca y estrategia de marketing online, Jamaica

Treasure Beach es el último reducto virgen en el Caribe...como lo fuera en un tiempo, ejemplo de sostenibilidad, un lugar mágico marcado por la serendipia, que la marca refleja a través de sus tres atributos principales de marca: conexión, autenticidad, inesperado. **Desarrollo de marca complementado con un desarrollo web y una efectiva estrategia de comunicación online.**



Gracias a esta estrategia, TB obtuvo una tasa de ocupación superior al 70% y un precio promedio de US\$ 200, el doble del resto de Jamaica.

IDB



marca y reputación

marca Perú

Participación en el **desarrollo de la marca país Perú y asesoramiento a la gestión de su reputación** en los mercados internacionales y nacional, desde su creación.

La marca fomenta el turismo , atrae inversiones y apoya las exportaciones. Su fuerza está en el reconocimiento del mercado y un fuerte apoyo de los propios peruanos , hasta el punto de convertirse en un sello distintivo. Por ello, es considerada uno de los más notables casos del estudio de la década.

prom
perú



consultoría estratégica



productos y experiencias ejercicio de imaginación y mística

Desarrollo de una cartera de productos experienciales vinculados a la naturaleza y el patrimonio arqueológico, en el Huila colombiano, uno de los santuarios de aviturismo más importantes de mundo y famoso también por sus enclaves arquitectónicos, Patrimonio de la UNESCO, los mayores conjuntos de monumentos religiosos y piedras talladas en Suramérica.



productos y experiencias producto arqueo-minero de La Unión, Murcia

El Plan Estratégico y de Desarrollo Turístico de La Unión, Murcia, es una iniciativa pionera en el campo de la rehabilitación de patrimonio histórico industrial para su puesta en valor como atractivo de índole turística y cultural, ha supuesto la recuperación de un total de ocho antiguos yacimientos mineros del siglo XIX.



productos y experiencias aviturismo del Perú

Definición de una estrategia de posicionamiento, desarrollo y de comercialización del Perú como destino de aviturismo a partir de un estudio de mercados internacional, para detectar tendencias de mercado, analizar la adecuación de la oferta y los componentes de la cadena de valor, definir el posicionamiento competitivo y determinar las características de la demanda potencial y su potencial de crecimiento.



trasferencia de conocimiento fortaleciendo a las empresas nicaragüenses

Dento del All-Inves iV, un proyecto de transferencia de negocio, mediante formación a 30 empresas del sector turístico nicaragüense y el desarrollo e implantación tutelada de planes de marketing y negocio, a cargo del Programa AL-INVEST IV de internacionalización de pequeñas y medianas empresas. Incluyó la elaboración de un Manual específico, formatos y material didáctico.



formación de alta dirección master en gestión del turismo (PDG), Brasil

Para los Directores de Turismo de los Estados de Brasil y de Embratur, un programa itinerante y en régimen de internado, pensado también para facilitar el intercambio, el conocimiento y colaboración mutua entre técnicos y de la realidad turística del país.



programa de formación alto impacto en el corto plazo

Plan de formación de la Ruta del Vino y Brandy del Marco de Jerez, para armonizar las prestaciones de las empresas integrantes de la Ruta, 600 alumnos, en cuatro meses.



calidad sistema de calidad turística pionero en el mundo

Diseño, desarrollo e implantación del Sistema de Calidad Turístico Español, pionero a escala internacional: estudios y encuestas, elaboración de **8 Normas**, desarrollo del sistema, puesta en funcionamiento del **instituto de calidad turística**, diseño del modelo para la gestión de destinos SICTED, redacción de **25 manuales de buenas prácticas** y guías, desarrollo de herramientas y metodologías, formación de auditores, diseño de la marca, asistencia a **1.600 empresas** y **34 destinos**.



experiencia cliente gestionando emociones

Proyecto de gestión y medición de la experiencia cliente en el parque temático PortAventura World y plan de choque para elevar la percepción y satisfacción de los clientes de sus cinco hoteles.





asesoramiento empresarial

desarrollo corporativo de los hoteles de Royal Air Maroc

Para mejorar la capacidad competitiva, diseño de un Plan de Desarrollo Corporativo de la cadena hotelera Atlas, que implicó también la elaboración de los procedimientos operativos, el sistema de gestión y el cuadro de mando que recoge los indicadores.

DEBUT emprendimientos

tres lodges en Parques Naturales de Angola

Proyecto de estrategia nacional con la intención de promover la construcción y explotación de tres **complejos ecoturísticos en Parques Nacionales**.

Pretende poner en valor la biodiversidad de la nación mediante la elección de tres ecosistemas que describen los más conocidos de África: la Selva húmeda tropical (Maiombe), la llamada sabana (Chimalavera) y el desierto (Iona).

DEBUT emprendimientos

primer parque temático Paramount en Europa

Plan de viabilidad comercial y financiera de un macro desarrollo turístico, incluyendo la definición y dimensionamiento del Lifestyle Center y parque temático (8.000 habitaciones de hotel, un centro de convenciones, un centro comercial, un casino y áreas de ocio tematizadas); valoración económica y estrategia de captación de inversores.

seguridad

Plan de Seguridad turística de Colombia

Elaboración e implementación de un plan y protocolos de seguridad turística respecto de los riesgos presentes, agrupados en familias: desastres naturales; crimen; seguridad en instalaciones y servicios turísticos; amenazas a la salud y la sanidad (**bioseguridad**); entorno; manejo de información y datos; eventos y aglomeraciones; seguridad vial.

Destinos piloto: Chocó (costa), Paisaje Cultural Cafetero, Caño Cristales (ecoturístico), San Agustín (patrimonial - arqueológico).



estudios en clave digital
la opinión de los turistas, sin filtros

Estudio de **competitividad de cinco destinos**, empleando tecnología semántica y un modelo de valoración y análisis de **1 millón de opiniones** versadas libremente en Internet.

Se empleó inteligencia artificial y tecnología semántica.



inteligencia competitiva
estudio del trade

El propósito era obtener información integral, sistemática y concluyente del comportamiento del Trade (Tour Operadores y Agencias de Viajes) en 14 mercados de interés y, en particular: establecer el Market Share del Perú en el Trade Internacional (TT.OO. / AA.VV) y la perspectiva de crecimiento para los próximos años; conocer, la postura competitiva del Perú en los mercados de interés.

Este estudio pionero implicó desarrollar una metodología a la medida, referencial para el futuro, de carácter cuantitativo y recurrencia sistemática.



estudios de mercado
investigación sobre demanda y su segmentación

Desarrollado en 7 países, este estudio permitió conocer a profundidad las características del potencial turista y sirvió de input para la elaboración de los planes estratégicos de promoción en cada país objeto de estudio.

Se desarrolló un modelo de segmentación por ocio tipos (cruce actitudinal con hábito de compra y sociodemográficos) respecto de los productos prioritarios para el Perú (arqueo turismo, étnico, gastronómico, cultural, salud, ecoturismo, etc.) que ahora es un estándar.



estudio y plan sectoriales
estudio y plan del turismo gastronómico de México

Estudio que define las estrategias de desarrollo del turismo gastronómico de México en base a las oportunidades detectadas en sendos estudios de mercado realizados en Europa, México y USA para identificar perfiles de usuarios, productos, disposición al gasto turístico y necesidades de ordenar y comercializar; de manera consistente con el Plan Nacional de Gastronomía.

La cocina mexicana está declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.





sistemas de información
**toma de decisiones en
tiempo real**

DATAHOTEL, Sistema de Información turística del destino, que facilita la sinergia entre empresas y permite además al intercambio en tiempo real para su análisis de los indicadores claves de demanda y ocupación turística para la toma de decisiones comerciales estratégicas.

Toma los datos directamente de los PMS de los hoteles, sin intervención humana, aplica modelos matemáticos y devuelve la información de manera comparativa contra datos agrupados de los hoteles por zonas o categorías.



observatorios
del turismo MICE, en España

Diseño e implementación de METURE, el Observatorio Nacional del Turismo de Negocios que emplea la Secretaría de Turismo de España y el Spain Convention Bureau para segmentar y medir el impacto de la actividad y definir las estrategias más adecuadas para la promoción.





gestión de la innovación dinamizar la innovación

Desarrollo de un Centro de Desarrollo Tecnológico Turístico, con la creación de una entidad pública empresarial que promueve la innovación, la transformación digital y la competitividad; que combina las características de centro de desarrollo tecnológico, centro de alto rendimiento y entidad de planificación de la formación.

Implicó la remodelación de un edificio histórico, la Casa del Marqués de Premio Real en la céntrica Plaza de la Aduana de Cartagena, Colombia.



desarrollos tecnológicos interpretar el patrimonio

Como parte del proyecto paneuropeo de investigación TagCloud, Cooltura es el desarrollo cloud de **una app para interpretar el patrimonio**, que posibilita realizar visitas personalizadas de La Alhambra de Granada, el Barber Institute de Birmingham y Sør-Trøndelag de Noruega.

A su vez, **genera información** sobre el perfil y comportamiento de los visitantes que retroalimenta la toma de decisiones por parte de los gestores de los destinos.



smatcity QROWD, ciudad conectada

Es un proyecto de **Big Data** multilingüe, financiado por H2020 de la CE que fomenta la colaboración de la **cadena de valor** intersectorial; incorpora retroalimentación humana y conexión permanente con redes sociales; y analiza la información en tiempo real para mejorar la experiencia y la movilidad en los destinos turísticos. El piloto se desarrolló en Trento (Italia).



clúster enogastroturismo en la tierra con nombre de vino

El Plan de Enoturismo de Logroño, La Rioja tenía como objeto obtener la capitalidad mundial del vino, con una estrategia que pivota sobre el diseño de **producto** (la creación de un Centro del Saber del Vino); una **promoción creativa, no convencional** (por ejemplo, las etiquetas promocionales en botellas permitieron acceder a un mercado de 33 M. de potenciales enoturistas, con ínfimo coste y generando 400m visitas a la web en los primeros meses); y también **define un clúster** que integra toda la oferta de productos y servicios para la producción y comercialización del vino (químicos, recuperación de especies, tonelería, etc.) y amplia la oferta de productos, con componente científico, cultural, musical o gastronómico.





MADRID

BARCELONA

SEVILLA

LISBOA

ARGENTINA

COLOMBIA

MEXICO

VENEZUELA

PERÚ

PUERTO RICO

inmark
experiencia e innovación

Avda. del Llano Castellano, 13-2º.

28034 Madrid

■ 34 91 448 02 03

www.grupoinmark.com

Victor.gorga@grupoinmark.com

Jorge.bonilla@grupoinmark.com