



## TIS2025 explora las nuevas estrategias del marketing turístico con TikTok, Google, Civitatis, WeRoad y Fever como referentes

**Tourism Innovation Summit 2025, que se celebrará en Sevilla del 22 al 24 de octubre, abordará cómo las marcas turísticas están reinventando su forma de conectar con el viajero en un entorno cada vez más digital y experiencial**

**Madrid, 19 de septiembre de 2025** – El marketing se ha consolidado como un motor clave de transformación en la industria turística, convirtiendo nuevos segmentos de mercado en auténticas palancas de crecimiento. Gracias a estrategias más precisas, los destinos y las organizaciones turísticas pueden diseñar propuestas especializadas, adaptarse mejor a la estacionalidad y conectar de forma más eficaz con los viajeros, según destaca el informe *Viajes y Turismo en un Punto de Inflexión: Principios para un Crecimiento Transformador*, del Foro Económico Mundial. En este contexto, [TIS-Tourism Innovation Summit 2025](#), que reunirá a **más de 8.000 profesionales del sector en Sevilla del 22 al 24 de octubre**, debatirá cómo el marketing turístico está entrando en una nueva era de relevancia, confianza e impacto medible, todo ello a través de la [CMO's & CSO's Agenda](#).

De la mano de **más de 400 voces líderes nacionales e internacionales**, este punto de encuentro analizará cómo las marcas están reinventando sus estrategias de comunicación y conversión para conectar con un viajero que ya no busca únicamente inspiración o buenos precios, sino también propósito, autenticidad, conexión emocional y un verdadero sentido de comunidad.

### **El papel del marketing en la nueva era del sector turístico**

**TikTok**, de la mano de Carlos Hernández, Group Vertical Director, mostrará cómo la plataforma está inspirando nuevas formas de explorar el mundo, conectando a los viajeros con los destinos a través de la creatividad y abriendo nuevas oportunidades para que las marcas se vinculen con audiencias globales. Asimismo, gracias al testimonio de Zuriñe Eguizábal, Senior Industry Manager Travel en **Google**, será posible conocer el impacto de las nuevas formas de comunicación en las campañas de marketing turístico y cómo están redefiniendo la relación entre marcas y viajeros.

Dentro del foro, los profesionales podrán conocer de la mano de Xavier Pin, CMO de **Waynabox**; e Ismael García, CMO de **Civitatis**, cómo el marketing de *influencers* está ganando cada vez más peso en la industria. Ambos expertos expondrán cómo las marcas de viajes y los destinos lo están utilizando no solo para la visibilidad, sino como una poderosa palanca para la conversión y la participación mutua entre las marcas y sus audiencias. Algo que va más allá del impacto de los *links* y que abarca campañas virales con resultados tangibles y el auge de las colaboraciones con creadores como *co-brands*.

A su vez, Rocío Trujillo, General Manager de **Fever** en el sur de Europa; Margherita Galluzzo, Head of Brand & Marketing de **WeRoad**; y Euaen Cassie, Global Head of Operations de **Timeleft**, analizarán cómo viajar ya no se trata únicamente del destino, sino de pertenencia, identidad compartida y conexión emocional. Este debate estará abierto a temas clave para el sector como la construcción de confianza e identidad a



través de la comunidad, la activación de UGC (Contenido Generado por Usuarios) o el diseño de experiencias grupales que fomenten la conexión, entre otros asuntos.

Por otro lado, a medida que la búsqueda de propósito adquiere un papel central en las decisiones de viaje, cada vez más marcas se esfuerzan por equilibrar crecimiento y compromiso. Así lo pondrán sobre la mesa en TIS2025 Florencia Allo, General Manager de **Intrepid Travel** en Europa occidental, y Corinne Louison, cofundadora de **FairMoove**, que abordarán cómo las marcas con propósito pueden expandirse internacionalmente sin perder su autenticidad, apoyándose en comunidades comprometidas, un *storytelling* honesto y modelos de negocio sostenibles.

TIS2025 también contará con la participación de expertos de referencia como Laura Silveo, Global Head of Brand Homes de **Pernod Ricard**, que abordará cómo los destinos ya no se definen únicamente por su geografía, sino que se construyen a partir de marcas, espacios icónicos y narrativas. Desde estadios emblemáticos hasta marcas de estilo de vida e instituciones culturales, los lugares se transforman en experiencias capaces de atraer visitantes, fidelizar audiencias y generar nuevas fuentes de ingresos.

Por su parte, Francisco Costa, CEO de **Odisseias**, expondrá cómo los regalos de viaje han dejado de ser simples vales de vacaciones o cajas de última hora para convertirse en una palanca estratégica donde las empresas exploran nuevos canales de ingresos, combinando tecnología, retail y turismo de forma innovadora.

### **Martech Innovation Award, una de las novedades de TIS2025**

En línea con la creciente relevancia del marketing en el sector, los **Tourism Innovation Awards 2025** —que reconocen los proyectos más innovadores de empresas turísticas y compañías tecnológicas— regresan este año con importantes novedades.

Así, la sexta edición de estos premios estrena la categoría **Martech Innovation Award**. Este galardón reconocerá las campañas más innovadoras y efectivas que utilizan nuevos canales, estrategias basadas en datos y enfoques creativos y medibles para alcanzar segmentos específicos de turistas, estableciendo así nuevos estándares de excelencia en marketing turístico.

---

**Sobre TIS – Tourism Innovation Summit (22- 24 de octubre 2025, FIBES Sevilla): [TIS – Tourism Innovation Summit](#)** es un foro internacional de innovación, tendencias y reflexión para el sector turístico que ofrece a los directivos y a las empresas del sector conocer las últimas soluciones y productos tecnológicos para mejorar su competitividad. Durante 3 días, TIS reunirá a más de 8.000 profesionales del sector turístico que acuden en busca de las últimas soluciones que les ayuden a impulsar su destino o negocio turístico. Además, más de 400 expertos de todo el mundo compartirán en el congreso Tourism Innovation Global Summit sus estrategias y casos de éxito para impulsar un turismo más inteligente, digital y sostenible.