

INNOVACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO A TRAVÉS DEL DESARROLLO DEL CAPITAL SOCIAL: OUTDOOR TRAINING PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS SOCIALES Y EMOCIONALES DE LOS EMPRESARIOS EN EL ÁMBITO TURÍSTICO.

ESTUDO DA INOVAÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO A TRAVÉS DO DESENVOLVIMENTO DO CAPITAL SOCIAL E DA METODOLOGIA OUTDOOR TRAINING.

RESUMEN

La región autónoma de Madeira es un destino turístico excepcional para la práctica de turismo de incentivos y negocios, aunque no está explotado en la actualidad. Se propone el desarrollo de este segmento a través de la metodología del Outdoor Training enfocado a los directivos de empresas de algunas de las regiones de Macarronesia (Azores, Canarias y Madeira). Se estudian los puntos clave de las competencias sociales y emocionales, se crean sinergias de networking y negocios entre ellos, que tiene como consecuencia que se vuelvan promotores de la marca Madeira como destino del segmento de turismo de incentivos.

ABSTRACT

The autonomous region of Madeira is an exceptional tourist destination for the practice of incentive tourism and business, although it is not currently exploited. The development of this segment is proposed through the Outdoor Training methodology focused on business executives from some of the regions of Macarronesia (Azores, Canarias and Madeira). The key points of social and emotional competences are studied, networking and business synergies are created between them, which has as a consequence that they become promoters of the Madeira brand as a destination for the incentive tourism segment.

PALABRAS CLAVE

Turismo de incentivos/negocios, Madeira, Outdoor training, desarrollo de competencias sociales y emocionales, networking, wom

KEY WORDS

Incentive / business tourism, Madeira, Outdoor training, social and emotional competence, development, networking, wom