

OBRADOIRO 4



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

FORMADOR



Pablo López
España

Licenciado en Ciencias Económicas e Empresariais pola Universidade da Coruña. Executive Máster en Dirección e Administración de Empresas pola Universidade Pontificia de Comillas ICADE ICAI. Máster de asesoramento fiscal pola CEF. Certificado en coaching individual e de equipos coa International Coach Community. Facilitador Certificado Metodoloxía LEIGO® SERIOUS PLAY®.

Actualmente exerzo como coach executivo en procesos individuais de directivos e mandos intermedios. Facilito procesos de cambio empresariais e mellora de equipos baseado na metodoloxía co-creativas. Son formador de habilidades directivas e intelixencia emocional.

Coñece máis

Índice

Módulo 01 - Introducción

- Conceptos básicos da cooperación empresarial
- Diferenzas entre cooperación, alianza e fusión
- Vantaxes da cooperación empresarial
- Modelos de cooperación empresarial

Módulo 02 – Cooperación empresarial

- Características da cooperación empresarial
- Principios da cooperación empresarial
- Desencadeantes e motivacións da cooperación empresarial
- Implicacións da cooperación empresarial para o turismo

Módulo 03: Vantaxes da cooperación empresarial

- Vantaxes xerais
- Vantaxes para as empresas
- Vantaxes para o territorio
- Vantaxes para os turistas

Índice

Módulo 04: Como implementar a cooperación empresarial

- Como implementar a cooperación empresarial no destino
- Dentro dunha tipoloxía de empresas
- Por relación na cadea de valor
- Por campo de aplicación
- Redes de cooperación empresarial

Módulo 05: Proceso de cooperación empresarial

- Identificación de socios potenciais
- Establecemento de contacto e negociación
- Formalización do acordo
- Implementación da cooperación
- Seguimento e avaliación
- Adaptación e mellora continua

Módulo 06 – Innovación aberta e cocreación

- Comparación entre innovación aberta e cocreación
- Modelos e enfoques de innovación aberta
- Proceso de cocreación
- Ferramentas e técnicas de cocreación
- Integración de actores na innovación
- O papel das tecnoloxías na innovación aberta e a cocreación
- Implementación de estratexias de innovación aberta e cocreación
- Metodoloxía



Obxectivos Xerais da Formación

01

Fomentar a colaboración

Promover a cooperación entre os distintos actores do ecosistema turístico, creando redes fortes que fomenten as asociacións público-privadas e a colaboración interempresarial.

02

Mellorar a competitividade

Proporcionar ferramentas, estratexias e formación que fortalezan a competitividade dos destinos e empresas turísticas, mellorando a súa capacidade de adaptación nun entorno global dinámico.

03

Promover a innovación

Incorporar tecnoloxías, metodoloxías e modelos creativos para diversificar as ofertas turísticas, desenvolver experiencias únicas e responder ás novas tendencias de viaxes.

04

Fortalecer a sustentabilidade

Promover prácticas responsables que equilibren o crecemento económico coa conservación ambiental, a preservación cultural e o benestar social das comunidades locais.



01

Introducción á Cooperación Empresarial

Este módulo ofrece unha visión xeral inicial da cooperación empresarial, abordando os seus conceptos fundamentais e diferenciándoa doutras formas de cooperación como as alianzas estratéxicas ou as fusións.

Esta sección destaca os beneficios da cooperación como ferramenta clave para fortalecer as empresas e xerar sinerxías positivas. Tamén presenta os principais modelos de cooperación empresarial, que servirán de base para comprender como estas dinámicas contribúen ao crecemento, a innovación e a competitividade no sector turístico e máis aló.





¿Que é cooperar para ti?

Reflexiona sobre o significado da cooperación nos teus proxectos e experiencias profesionais.

Conclusións da dinámica de LEGO Serious Play



Creación dunha asociación

A maioría dos participantes coinciden en que cómpre formar unha asociación ou ente legal para avanzar no proxecto do Xeoparque. Isto facilitaría a coordinación, a organización e a comunicación formal, permitindo dar o seguinte paso cara ós obxectivos desexados.



Necesidade de Organización e Liderado

Para pasar da situación actual ó que se desexa lograr, é crucial contar cunha estrutura organizada. Ademais, cómpre establecer unha figura visible que mellore a comunicación formal, garantindo que todos os membros traballen cara a un obxectivo común.



Colaboración coas administracións locais

A colaboración activa das administracións locais é fundamental para o éxito do proxecto. É imprescindible que se busque unha maior visibilidade do Xeoparque, ao mesmo tempo que se continúa formando ás persoas do contorno para manter a cohesión e dinamismo no territorio.



Acción e visibilidade

Enfatizouse a necesidade de pasar á acción, non só a nivel interno, senón tamén cara ao exterior. A visibilidade do traballo que se está realizando debe ser unha prioridade, co fin de atraer máis apoio e participación.



Fortalecemento de redes e colaboracións

Destacouse a importancia de establecer redes de colaboración entre os diferentes actores do territorio para crear experiencias turísticas conxuntas.



Sinceridade e transparencia

Os participantes comprometéronse a fomentar a sinceridade e a transparencia, especialmente nas interaccións dentro do grupo e cos socios externos. É fundamental crear un contorno de confianza para o éxito do proxecto.

Accións Concretas



Dinamización de Telegram

Asignéuselle a responsabilidade de aumentar a participación na canle de Telegram para que sexa unha ferramenta máis activa e de comunicación.



Conexión en Redes Sociais

Todos os membros comprometéronse a estar máis conectados en redes sociais como Facebook, Instagram e TikTok.



Base de Datos de Empresas

Organizarase unha base de datos en Excel coas empresas participantes no proxecto, facilitando a xestión da información.



Revisión doutros xeoparques:

Un grupo comprometeuse a visitar e estudar o estado actual do Xeoparque de Ortegá para obter leccións da súa experiencia.



PDF de Empresas do Territorio:

Crearase un PDF cunha lista das empresas do territorio para poder envialo a turistas ou clientes interesados en actividades locais.

CONCLUSIONES: TALLER LEGO SERIOUS PLAY



Hoja de Ruta: Compromisos Inmediatos (Acciones)			
	Área	Gestión	Acción Concreta
	Comunicación	Dinamizar Telegram	Conexión en IG, FB y TikTok
	Social Media	Gestión	Base de Datos (Excel)
	Herramientas	PDF Informativo	Benchmarking (Ortegal)

Idea Clave



El paso de 'Idea' a 'proyecto real' requiere formalizarse como asociación, mejorar la comunicación digital y aprender de los que ya han recorrido el camino.

Que é a Cooperación Empresarial?

Estratexia colaborativa

Unha estratexia na que dúas ou máis empresas traballan xuntas, formal ou informalmente, para acadar obxectivos comúns que non poderían acadar individualmente.

Compartir recursos

A cooperación implica compartir recursos, coñecementos, tecnoloxías e mercados para maximizar o impacto conxunto.

Alianza sinerxética

Alianza entre dúas ou máis empresas cuxo propósito é xerar sinerxías. As empresas cooperantes colaboran entre si para maximizar a súa competitividade e promover a innovación.



Para que serve cooperar?



Para o territorio

Desenvolver economicamente a rexión, crear emprego e posicionar o destino no mapa turístico internacional.



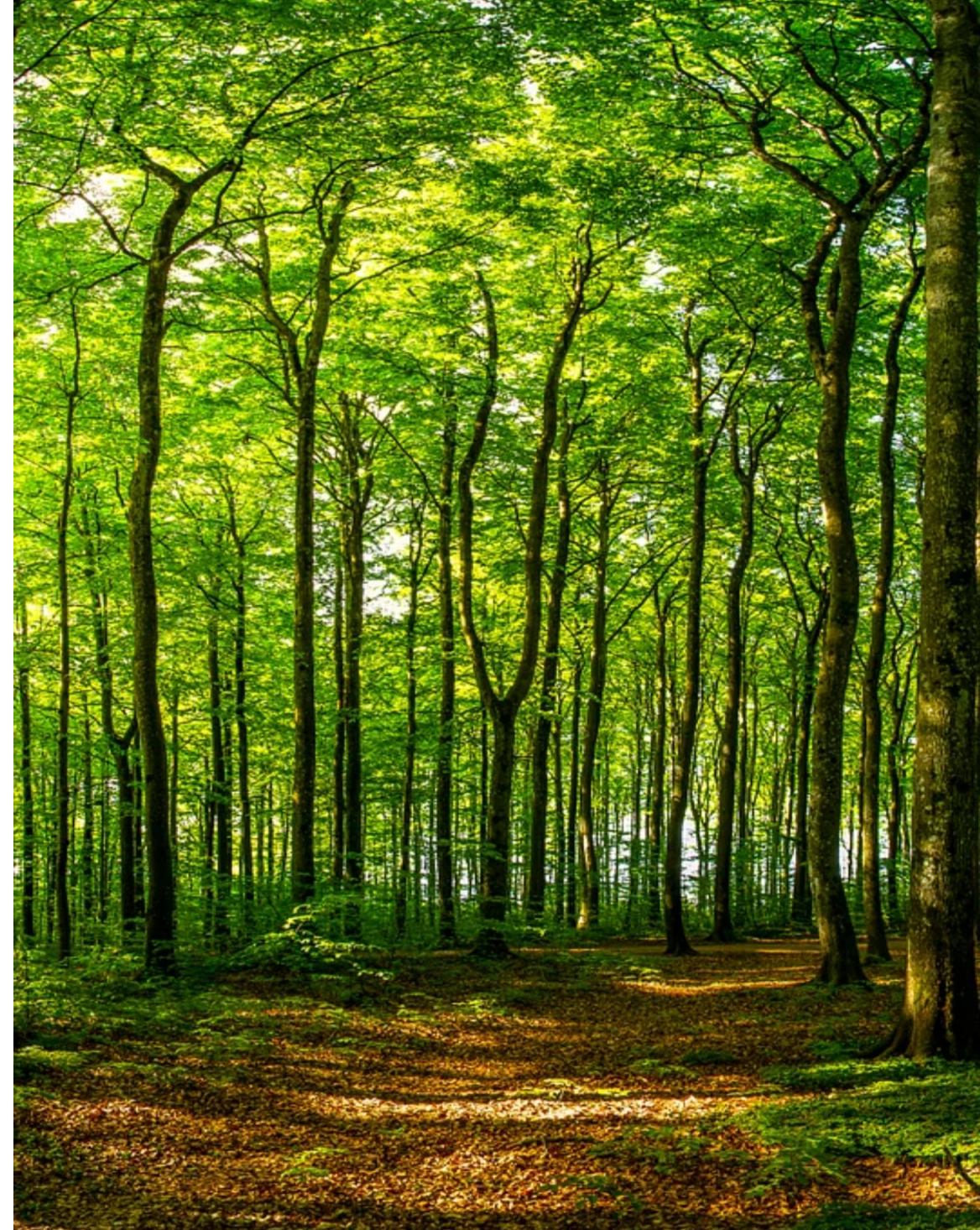
Para a empresa

Reducir custos, acceder a novos mercados, compartir coñecementos e innovar en produtos e servizos.



Para o turista

Ofrecer experiencias máis completas, diversificadas e de maior calidade, facilitando a planificación da súa viaxe.



02

Cooperación Empresarial

Este módulo afonda na esencia da cooperación empresarial, analizando as súas características e principios fundamentais como base para comprender o seu impacto no entorno competitivo actual.

Explorará as motivacións e os impulsores que levan ás empresas a unir forzas, desde a procura de novos mercados ata a optimización de recursos, así como os beneficios que xorden destas sinerxías.

Este módulo tamén reflexiona sobre as implicacións específicas da cooperación no turismo, un sector onde a colaboración entre actores públicos, privados e comunitarios é clave para xerar experiencias integrais, sostibles e innovadoras.





Características da Cooperación Empresarial



Competitividade

Aumenta a competitividade das empresas participantes mellorando as súas ofertas e ampliando o seu alcance no mercado, posicionándoas de forma máis sólida fronte aos competidores.



Innovación

Facilita a creación de produtos turísticos innovadores combinando recursos e coñecementos, permitindo o desenvolvemento de experiencias únicas que diferencian ao destino.

Principios para a Cooperación Empresarial

01

Confianza

As empresas deben construír e manter un alto nivel de confianza mutua, cimentando relacións duradeiras baseadas no respecto e a fiabilidade.

02

Beneficio mutuo

As alianzas deben ser beneficiosas para todas as partes implicadas, garantindo que todos os participantes obteñan algún tipo de vantaxe estratéxica ou económica.

03

Comunicación aberta

É fundamental ter canles de comunicación claras e abertas para coordinar as accións e compartir información de forma transparente e oportuna.

04

Transparencia

A transparencia nas operacións e na xestión axuda a evitar conflitos e malentendidos, fortalecendo a confianza entre os socios.

05

Flexibilidade e adaptabilidade

As empresas deben estar dispostas a adaptarse ás necesidades cambiantes do mercado e aos desafíos emerxentes, mantendo unha postura proactiva.

Detonantes e Motivacións

1

Sinerxías de recursos

Compartir recursos financeiros, humanos e tecnolóxicos para reducir custos e mellorar a eficiencia operativa das empresas participantes.

2

Acceso a novos mercados

As alianzas estratéxicas poden facilitar a entrada en novos mercados xeográficos ou segmentos de clientes previamente inaccesibles.

3

Desenvolvemento de novos produtos

A colaboración permite ás empresas desenvolver produtos turísticos máis atractivos e diversificados que satisfagan mellor as expectativas dos viaxeiros.

4

Competencia global

Enfrontarse á competencia global creando ofertas máis sólidas e competitivas que fortalecen a posición no mercado internacional.

5

Mellorar a experiencia do cliente

Crear experiencias máis completas e satisfactorias para os turistas, mellorando a súa fidelización e satisfacción co destino e os servizos ofrecidos.

Tren do Viño do Val de Napa

¿Que tipo de motivación se identifica neste vídeo?

-  Sinerxia de recursos
-  Acceso a novos mercados
-  Desenvolvemento de novos produtos
-  Competencia global
-  Mellora da experiencia do cliente



Ligazón para acceder ao vídeo: <https://youtu.be/lyOSptHlpfg>

Tren do Viño: Análise de Motivacións



Desenvolvemento de novos produtos

O Tren do Viño non é só un medio de transporte, senón un produto turístico innovador que combina gastronomía de luxo, paisaxes, patrimonio ferroviario e visitas a viñedos.

Representa claramente como a colaboración entre sectores (adegas, restaurantes, transporte e destinos) permite a creación dun produto turístico atractivo e diferenciado.

Mellorar a experiencia do cliente

A experiencia non se trata só de "viaxar en tren", senón de vivir unha experiencia holística: degustación, comida e viño, e paisaxe.

O tren engade valor experiencial, reforzando a fidelización e a satisfacción dos visitantes.

Implicacións para o Turismo



Calidade do servizo

A colaboración pode mellorar a calidade do servizo aos turistas, proporcionando unha experiencia máis fluída e ben organizada ao longo de toda a viaxe.



Innovación

A cooperación facilita a innovación nos produtos e servizos turísticos, mellorando a competitividade do destino e adaptándose ás novas demandas do mercado.



Desenvolvemento rexional

Promove o desenvolvemento turístico rexional mediante a promoción conxunta e o fortalecemento das infraestruturas locais, beneficiando a toda a comunidade.



Xestión de crises

Axuda ás empresas a xestionar mellor as crises compartindo riscos e recursos, como se viu durante a pandemia da COVID-19 e outros eventos disruptivos.



Sustentabilidade

Promove prácticas de turismo sostible compartindo e aplicando coñecementos sobre xestión ambiental e responsabilidade social nas empresas cooperantes.

Exemplo: Bvlgari + Marriott International

Calidade no Servizo



A alianza entre Bvlgari e Marriott International representa un exemplo exemplar de cooperación para mellorar a calidade do servizo no sector da hostalería de luxo.

Esta colaboración combina a excelencia en deseño e artesanía de Bvlgari co expertise en xestión hoteleira de Marriott, creando unha experiencia única para os hóspedes.

<https://youtu.be/wlV4Vaf0QPU>

Exemplo: ACEVIN - Rutas do Viño de España

Desenvolvemento Rexional



ACEVIN (Asociación Española de Ciudades do Viño) coordina as Rutas do Viño de España, unha rede de destinos enoturísticos certificados que promoven o desenvolvemento rexional sostible.

Este modelo de cooperación integra adegas, aloxamentos, restaurantes, museos e outros recursos turísticos para crear experiencias completas que dinamizan as economías locais.

<https://youtu.be/PFyxK9GbS-c?si=dIGN3lA7HAq2rc7h>

Exemplo: Turismo de Costa Rica

Sustentabilidade



https://youtu.be/IStsX-YuYq8?si=iDBeMAlbS_ECdBPJ

O Instituto Costarricense de Turismo traballa en estreita colaboración con provedores de servizos turísticos para promover prácticas sostibles que preserven a biodiversidade e beneficien ás comunidades locais.

Costa Rica converteuse nun referente mundial de turismo sostible grazas á cooperación entre o sector público e privado, implementando certificacións de sustentabilidade e programas de conservación.



Diferentes Tipos de Cooperación

Existen diversas modalidades de cooperación empresarial, cada unha coas súas características, niveis de compromiso e obxectivos específicos.

DIFERENZAS ENTRE COOPERACIÓN, ALIANZA E FUSIÓN

Tipo	Características	Ejemplos turísticos
Cooperación	• Relación flexible e puntual • Xeralmente a curto ou medio prazo • Non se require nova entidade xurídica • Menor compromiso financeiro • Baseado na confianza e en obxectivos comúns	• Festa do viño organizada por varias adegas • Os hoteis lanzan campañas conxuntas durante a tempada baixa • Guías turísticos que crean unha ruta combinada • Concellos que promoven un circuito cultural temporal • Restaurantes e produtores nunha feira gastronómica
Alianza	• Relación máis formal e a longo prazo • Implica acordos contractuais • Maior compromiso de recursos • Compartir riscos e beneficios • Centrarse en proxectos estratéxicos	• Aeroliña + cadea hoteleira para paquetes conxuntos • Axencia de turismo + universidade para a formación en turismo sostible • Cruceiro + destino turístico con operacións regulares • Club de adegas con estándares de calidade comúns • Plataforma de reservas + rede de hoteis boutique
Fusión	• Integración total de dúas ou máis empresas • Creación dunha nova persoa xurídica • Procesos de negociación e aprobación legal • Desaparición dunha ou máis empresas • Profunda reestruturación interna	• Dúas axencias de viaxes que se fusionan nunha soa • Cooperativas de turismo rural que forman unha única entidade • Empresas de transporte turístico integradas nunha soa empresa • Unha cadea hoteleira que absorbe outra baixo unha única marca • Pequenas adegas fusionáronse nunha cooperativa vitivinícola

MODELOS TRADICIONAIS DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Modelo	Definición	Ejemplo turístico
Joint Venture	Creación dunha nova entidade conxunta por dúas ou máis empresas para un proxecto específico, compartindo riscos e beneficios.	TUI China (TUI Group + CTS) O xigante alemán TUI asociouse con China Travel Service para crear unha empresa conxunta para desenvolver paquetes turísticos para o mercado chinés.
Consorcio	Agrupación temporal de empresas para levar a cabo un proxecto específico, sen crear unha nova persoa xurídica.	Consorcio do Camiño de Santiago: Agrupación temporal de concellos, empresas e entidades culturais para xestionar a promoción e o mantemento da ruta xacobeá.
Red Empresarial	Ampla e continua colaboración entre empresas que manteñen a súa independencia, con acordos flexibles.	Rede de Pobos Máxicos (México) Municipios declarados como Pobos Máxicos que cooperan para promover conxuntamente o turismo, aínda que cada un mantén a autonomía.
Cooperativa	Empresa de propiedade conxunta e xestión democrática creada para satisfacer necesidades comúns.	Cooperativa Mondragón (País Vasco) aplicada ao turismo: Aínda que naceu no sector, creou divisións para servizos turísticos e de aloxamento con xestión compartida entre os socios.

MODELOS ADICIONAIS DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Modelo	Definición	Ejemplo turístico
Clúster Empresarial	Concentración xeográfica de empresas e institucións do mesmo sector que cooperan para seren máis competitivas.	Clúster de Turismo de Cataluña: Reúne empresas de transporte, aloxamento, gastronomía e tecnoloxía para promover a innovación e a competitividade turística na rexión.
Franquicia Asociativa	As empresas independentes operan baixo unha única marca e estándares comúns, compartindo mercadotecnia e know how	Hoteles Best Western: Os hoteis independentes operan baixo unha única marca global, compartindo estándares, mercadotecnia e reservas, pero mantendo a súa propiedade.
Alianza Estratégica	Acordo de colaboración formal para compartir recursos ou mercados sen crear unha nova entidade.	Star Alliance: Un grupo de compañías aéreas como Lufthansa, United e Avianca que ofrecen vantaxes compartidas en voos e millas. Ten un impacto directo no turismo internacional.
Asociación Público-Privada (APP/PPP)	Colaboración entre os sectores público e privado para proxectos de infraestruturas ou promoción.	Administración do Aeroporto de Cancún (ASUR) Infraestrutura turística xestionada por un operador privado baixo concesión do goberno mexicano.
Plataforma Colaborativa / Clúster Digital	Cooperación a través de plataformas dixitais que integran ofertas de múltiples empresas.	GetYourGuide ou Civitatis: Plataformas dixitais que integran operadores turísticos independentes nun único mercado global de experiencias.

Vídeo de Cooperación Empresarial

Traballo Cooperativo

O vídeo lémbra-nos que a cooperación permítenos acadar obxectivos que serían imposibles por nós mesmos: cando as empresas unen forzas, combinan forzas, optimizan recursos e xeran un maior impacto.

No turismo, a colaboración significa crear experiencias máis atractivas, gañar visibilidade e crecer xuntos de forma sostible.



Trabajo
cooperativo

Exemplos de Cooperación

Rede Europea de Cidades do Viño (RECEVIN)

Cooperación entre cidades produtoras de viño de 11 países europeos para promover conxuntamente rutas e eventos do viño (por exemplo, o Día Europeo do Enoturismo).

UNESCO – Itinerarios Culturais Internacionais

Exemplo: «Camiño de Santiago» (España-Francia-Portugal) e a «Ruta da Seda» (Asia Central-Europa). Cooperación para a protección, promoción e desenvolvemento do turismo sostible.

Programa da OMT – Rede INSTO

Iniciativa de cooperación para diferentes países e destinos (España, México, China, Grecia, etc.) para compartir indicadores, boas prácticas e metodoloxías en turismo sostible.

Exemplos de Alianza

MSC Cruceiros + Cirque du Soleil (2017)

Colaboración para ofrecer espectáculos exclusivos a bordo da frota MSC.

Basque Culinary Center + OMT (2018)

Acordo para fortalecer o turismo gastronómico a nivel internacional a través da innovación e a formación.

Consello de Turismo de Nova Zelandia + Airbnb (2019)

Campaña conxunta para promover experiencias turísticas auténticas con anfitrións locais.

Exemplos de Fusión



American Airlines + US Airways (2013)

Naceu a aeroliña máis grande do mundo naquel momento, que operaba baixo a marca American Airlines.

TripAdvisor + Viator (2014)

TripAdvisor adquiriu Viator, unha plataforma especializada en viaxes e experiencias, ampliando así a súa carteira.

Marriott International + Starwood Hotels (2016)

Creou a cadeia hoteleira máis grande do mundo, reunindo marcas como Sheraton, Westin, W Hotels, Ritz-Carlton e moitas máis baixo o paraugas de Marriott.



Actividade: Cooperación Empresarial

Obxectivo: Comprender de forma práctica as diferenzas entre cooperación, alianza e fusión no turismo.

01

Formación de grupos e asignación de roles (2 minutos)

Cada participante escolle unha tarxeta co papel dun actor turístico (seguinte diapositiva).
Fórmanse grupos pequenos de 3 ou 4 persoas ao chou.

03

Desafío de Alianza

Agora, pensa nun proxecto formal a longo prazo que implique acordos e compromisos máis fortes.

02

Desafío de cooperación

Deseña unha acción conxunta rápida que poidas levar a cabo sen ter que crear unha empresa nin asinar contratos.

04

Desafío de fusión

Finalmente, imaxínade que as vosas empresas se fusionan nunha soa. Como sería a nova organización?

Tarxetas de Roles para a Actividade

Aeroliña

Ofrecedes voos regulares e chárter. Buscades asociacións para atraer máis pasaxeiros ao voso destino.

Hotel

Ofrecedes aloxamentos de varias categorías. Queredes aumentar a vosa ocupación e diferenciarvos con experiencias.

Adega / Viñado

Producides viño e ofrecedes visitas guiadas. Queredes ampliar o voso alcance no mercado turístico.

Restaurante

Ofreces cociña local e experiencias culinarias. Interésache conectar con produtores e operadores turísticos.

Axencia de viaxes

Organizas viaxes turísticas e vendes paquetes. Necesitas diversificar a túa oferta con produtos innovadores.

Oficina de Turismo

Promovedes o voso destino turístico. Buscades mellorar a cooperación entre as empresas locais e atraer visitantes.

Operador de turismo rural

Ofreces experiencias de ecoturismo e actividades ao aire libre. Interésache unirte a redes sostibles.

Centro Cultural / Museo

Xestionas espazos culturais e artísticos. Queres aumentar o fluxo de visitantes a través de experiencias colaborativas.

Empresa de transporte turístico

Conectades destinos a través de experiencias de viaxe. Buscades asociacións para ampliar as excursións.

Artesanía

Ofreces produtos auténticos do destino. Queres integrarte en circuítos turísticos para aumentar as túas vendas.



Que te impide cooperar?

Reflexiona sobre as barreiras que poden limitar a cooperación empresarial: falta de confianza, competencia percibida, diferenzas culturais ou medo a perder control.

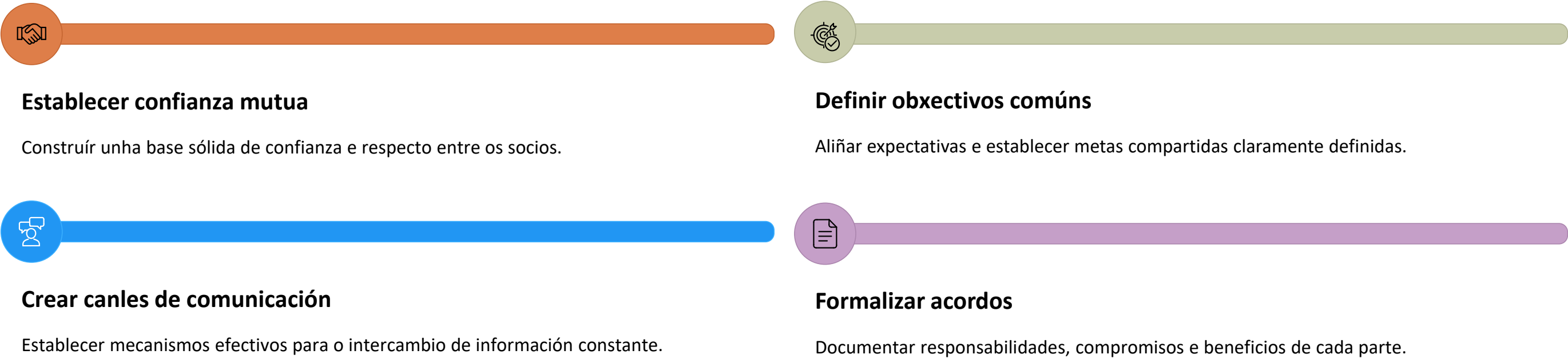


Como podemos cooperar?

Identifica os pasos concretos para iniciar e manter unha cooperación efectiva: establecer obxectivos comúns, crear canles de comunicación e definir responsabilidades claras.



Pasos para Unha Boa Cooperación



Beneficios da Cooperación Empresarial



Sinerxía e optimización de recursos

A cooperación permite que varias empresas compartan as súas capacidades, reducindo custos e mellorando a eficiencia. Compartir infraestruturas, persoal, canles de venda ou campañas promocionais xera un maior impacto con menos investimento individual.

No turismo, por exemplo, un hotel e un restaurante que cooperan nunha oferta conxunta poden atraer máis visitantes sen duplicar gastos.



Acceso a novos mercados e segmentos de clientes

Traballando xuntas, as empresas poden ampliar o seu alcance e chegar a públicos aos que sería máis difícil chegar individualmente. A cooperación abre portas a mercados internacionais, segmentos especializados (como o viño, a gastronomía ou o turismo de benestar) e clientes de maior valor.



Innovación e mellora da competitividade

A cooperación fomenta a creatividade, xa que cada socio achega experiencias, coñecementos e recursos distintos. A combinación destas perspectivas facilita o deseño de produtos turísticos máis innovadores e atractivos. Tamén permite ás empresas diferenciarse da competencia.

Modelo de Cooperación Empresarial: Waymo

Que tipo de cooperación é?

-  **Joint Venture**
-  **Alianza Estratégica**
-  **Redes empresariais**
-  **Cooperativa**
-  **Plataforma Colaborativa**



Ligazón para acceder ao vídeo: <https://youtu.be/aaOB-ErYq6Y>

Waymo: Alianza Estratéxica



Tipo: Alianza estratéxica

Waymo, unha filial de Alphabet (Google), colabora con varias marcas de automóviles (como Jaguar e Chrysler) e empresas tecnológicas para integrar os seus sistemas de conducción autónoma.

Non se trata dunha fusión nin dun consorcio, senón dunha alianza estratéxica onde cada empresa mantén a súa independencia pero coopera para avanzar nun proxecto innovador, de alto risco e de alta tecnoloxía.

Modelo de Cooperación Empresarial: Autobús do Viño

Que tipo de cooperación é?

-  **Joint Venture**
-  **Franquicia Asociativa**
-  **Redes empresariais**
-  **Cooperativa**
-  **Asociación Público-Privada**



Ligazón para acceder ao vídeo: https://youtu.be/fUQZ_9L7iGA

Autobús do Viño: Asociación Público-Privada



Tipo: Asociación Público-Privada (APP)

O Autobús do Viño é un servizo turístico que conecta adegas e destinos en Mendoza e outras rexións, deseñado para facilitar o enoturismo.

Xeralmente, é promovido por organizacións turísticas públicas (provincias ou concellos) en colaboración con empresas privadas (operadores de transporte, adegas, axencias).

Adáptase ao modelo de PPP porque combina o investimento público (infraestruturas, promoción) coa xestión privada (explotación, comercialización).



Coffee break

As mellores alianzas tamén se constrúen durante unha pausa para o café...



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

03

BENEFICIOS DA COOPERACIÓN EMPRESARIAL



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA



Vantaxes da Cooperación Empresarial no Turismo



Para empresas no destino

- Sinerxía e optimización de recursos
- Acceso a novos mercados e segmentos de clientes
- Innovación e mellora da competitividade



Para o territorio

- Desenvolvemento económico e sustentabilidade
- Promoción e recoñecemento do territorio
- Infraestruturas e servizos públicos



Para turistas

- Experiencias enriquecidas e diversificadas
- Facilitade de planificación e acceso
- Beneficios económicos

Beneficios da cooperación para as empresas no destino



Compartir infraestruturas e servizos

As empresas poden compartir recursos estratéxicos como instalacións especializadas, equipamentos tecnolóxicos avanzados e persoal cualificado, o que reduce significativamente os custos operativos e mellora a eficiencia organizacional no seu conxunto.



Complemento á oferta turística

Ao colaborar estratexicamente, as empresas poden complementar as súas ofertas diferenciadas e crear paquetes de turismo máis atractivos e completos, o que pode aumentar substancialmente a satisfacción do cliente final e impulsar as vendas colectivas.



Diversificación da carteira de clientes

A colaboración empresarial pode facilitar a entrada estratéxica en novos segmentos de mercado prometedores, como turistas internacionais de alto poder adquisitivo ou nichos específicos interesados en experiencias únicas e personalizadas.



Promoción conxunta

Mediante campañas de mercadotecnia conxuntas ben coordinadas, as empresas poden chegar a un público considerablemente máis amplo e diverso, e atraer a un maior número de turistas ao destino de forma sostible.

Beneficios da cooperación para as empresas no destino

Desenvolvemento de novos produtos e servizos

A cooperación estratéxica fomenta activamente a innovación e o desenvolvemento colaborativo de novos produtos e servizos turísticos que poidan diferenciar claramente a oferta doutros destinos competidores no mercado global.

Formación e forza de capacidades

Compartir coñecementos especializados e boas prácticas entre empresas mellora notablemente a formación profesional do persoal e eleva consistentemente a calidade do servizo ofrecido aos visitantes.

Maior confianza e reputación

As colaboracións empresariais transfírenlle forza colectiva e credibilidade ao cliente final, reforzando substancialmente a imaxe do destino como fiable, profesional e digno de confianza.

Acceso a financiamento e proxectos conxuntos

As empresas membro organizadas teñen significativamente maiores oportunidades de participar exitosamente en licitacións públicas competitivas, fondos públicos especializados ou programas de apoio ao turismo nacional e internacional.

Exemplo

Oleturismo España

Promoción conxunta

Oleturismo España representa un exemplo paradigmático de como a cooperación entre produtores de aceite de oliva e empresas turísticas pode crear unha oferta integrada e atractiva. Esta iniciativa demostra como a promoción conxunta amplifica o alcance e fortalece a identidade colectiva do destino.



[Vídeo Oleoturismo España](#)

Beneficios para o territorio

Desenvolvemento económico e sustentabilidade



Creación de emprego

A cooperación empresarial pode impulsar directamente a creación de emprego local de calidade ao incrementar a demanda sostida de servizos relacionados co turismo en toda a cadea de valor do sector.



Mellora a imaxe de marca

Unha oferta turística consolidada e colaborativa mellora substancialmente a imaxe da rexión e a posiciona estratexicamente como un destino turístico de calidade superior e diferenciado.



Formación para a sustentabilidade

As empresas poden implementar prácticas sostibles conxuntamente e de forma coordinada, promovendo un turismo responsable e respectuoso co medio ambiente que preserve os recursos naturais para as xeracións futuras.



Maior visibilidade

As actividades conxuntas de mercadotecnia e promoción coordinadas aumentan significativamente a visibilidade internacional do territorio nos mercados nacionais e internacionais máis relevantes.

Beneficios para o territorio

Desenvolvemento económico e sustentabilidade

Conectividade mellorada

O aumento sostido do turismo pode xustificar estratexicamente melloras necesarias na conectividade física e dixital e no transporte público, beneficiando tanto aos turistas como á comunidade local residente.

- **Atracción de investimento estranxeiro**

A cooperación consolidada entre empresas crea confianza institucional e abre efectivamente a porta a novos investimentos directos en infraestruturas turísticas, hoteleiras e de servizos complementarios.

Impulso á economía local

O gasto turístico distribúese equitativamente en múltiples sectores económicos (restauración, comercio local, artesanía tradicional, cultura), o que multiplica o impacto económico positivo na comunidade e xera riqueza compartida.

- **Fortalecemento do tecido social e cultural**

A colaboración empresarial promove activamente a recuperación de tradicións ancestrais, eventos culturais e expresións artísticas locais, reforzando o orgullo local e o sentido de pertenza comunitario.

Exemplo

Beneficios no territorio

Creación de emprego

A creación de emprego local é un dos beneficios máis tanxibles e inmediatos da cooperación empresarial no sector turístico. Este exemplo ilustra como as iniciativas colaborativas poden xerar oportunidades de traballo digno e sostible para a comunidade, fortalecendo o tecido socioeconómico do territorio.

https://www.youtube.com/shorts/NIHnpCpD-wM?embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fhubblecontent.osi.office.net%2F&source_ve_path=MjM4NTE



Exemplo

Beneficios no territorio

Maior visibilidade

A maior visibilidade internacional é un resultado estratéxico clave da cooperación empresarial coordinada. Este caso demostra como as accións promocionais conxuntas poden proxectar un destino a nivel global, atraendo segmentos de mercado diversos e fortalecendo a súa reputación internacional.



https://www.youtube.com/watch?v=0J565D8sfRc&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fhubblecontent.osi.office.net%2F&source_ve_path=MjM4NTE

Beneficios para os turistas

Promoción e recoñecemento do territorio



Paquetes completos

Os visitantes poden acceder facilmente a paquetes integrados e ben estruturados que combinan harmoniosamente actividades diversas, aloxamento comfortable, gastronomía local auténtica e experiencias culturais enriquecedoras nun único paquete coordinado.



Información centralizada

O destino organizado e coordinado ofrece información clara, completa e facilmente accesible sobre todas as opcións e servizos dispoñibles, o que facilita significativamente a planificación eficiente da viaxe.



Calidade e variedade

A cooperación empresarial garante consistentemente unha oferta máis diversa e de maior calidade profesional, o que aumenta substancialmente a satisfacción xeral dos turistas e fomenta a repetición de visitas.



Comodidade e loxística

A coordinación profesional entre empresas colaboradoras simplifica notablemente a experiencia de viaxe, optimizando aspectos críticos como o transporte, as reservas e as actividades nun único paquete integrado e sen friccións.

Beneficios para os turistas

Promoción e recoñecemento do territorio

→ Meliores prezos e promocións

Esta cooperación estratéxica permite ofrecer descontos atractivos e tarifas preferenciais competitivas en ofertas de paquetes, o que aumenta significativamente a accesibilidade económica para diversos segmentos de mercado.

→ Innovación en experiencias

A colaboración empresarial activa fomenta continuamente a creación de novas actividades innovadoras e propostas orixinais que enriquecen cualitativamente a visita e xeren momentos memorables para os visitantes.

→ Seguridade e confianza

Un destino que funciona de xeito organizado, coordinado e profesional transmite maior seguridade operativa, credibilidade institucional e apoio consistente aos turistas durante toda a súa estadía.

→ Atención personalizada

A integración eficaz entre empresas facilita un servizo máis coordinado e fluído, con atención coidadosamente adaptada aos intereses particulares e necesidades específicas de cada perfil diferenciado de viaxeiro.



04

Implementación da cooperación empresarial

Este módulo ofrece unha guía práctica e aplicable para comprender profundamente e aplicar eficazmente estes modelos diversos, mostrando como cada nivel específico de cooperación contribúe estratexicamente a mellorar a eficiencia operativa, a innovación continua e a experiencia xeral memorable do visitante no destino turístico.

Como implementar a cooperación empresarial

01

Dentro dun destino

- Creación dunha asociación formal ou consorcio empresarial
- Comercialización e promoción conxuntas coordinadas

02

Dentro dunha tipoloxía de empresas

- Formación de clústers sectoriais especializados
- Desenvolvemento de plataformas dixitais compartidas

03

Por relación na Cadea de Valor

- Integración vertical de procesos e servizos
- Desenvolvemento colaborativo de novos produtos

04

Por campo de aplicación

- Cooperación específica en turismo
- Colaboración en educación e cultura

05

Redes de Cooperación Empresarial

- Participación en redes locais e internacionais
- Intercambio sistemático de coñecementos e boas prácticas

Como implementar?

Dentro dun destino turístico

Asociación ou consorcio

Formalización: Establecer unha asociación formal e legalmente constituída onde participen activamente todas as empresas e entidades relacionadas co sector turístico.

Obxectivos comúns: Definir claramente obxectivos comúns compartidos como a promoción conxunta da ruta turística, o desenvolvemento de eventos atractivos e a mellora continua da infraestrutura turística.

Márketing e promoción

Campañas integradas: Desenvolver e executar campañas de mercadotecnia profesionais que promovan o destino como unha experiencia integral e cohesionada, utilizando estratexicamente medios dixitais e tradicionais.

Eventos e feiras: Organizar proactivamente e participar estratexicamente en feiras de turismo especializadas e eventos promocionais que aumenten a visibilidade do destino.

Compartir recursos

Recursos compartidos: Compartir eficientemente recursos estratéxicos como instalacións especializadas para actividades, guías turísticos cualificados e servizos de transporte coordinados.

Formación conxunta: Organizar e implementar programas de formación profesional continua e obradoiros especializados para mellorar consistentemente a calidade do servizo e ampliar os coñecementos técnicos do persoal.

Como implementar?

Dentro dunha tipoloxía de empresas

Clúster sectorial

Clústeres sectoriais: Agrupación estratéxica de empresas dun mesmo sector específico (por exemplo, todas as empresas turísticas dunha rexión) para crear sinerxías operativas e optimizar eficientemente recursos compartidos.

Redes de innovación: Promover activamente a colaboración continua en investigación aplicada e desenvolvemento tecnolóxico para innovar consistentemente produtos e servizos diferenciados no mercado.

Plataformas dixitais

Mercados especializados: Crear e xestionar plataformas dixitais profesionais onde as empresas poidan ofrecer conxuntamente os seus produtos e servizos coordinados, facilitando substancialmente o acceso e a experiencia de compra dos clientes finais.

Compartición de datos: Empregar estratexicamente sistemas avanzados de xestión de datos para compartir información relevante e actualizada sobre o mercado, tendencias de consumo emerxentes e insights accionables.

Wine experiences *for* wine lovers

Make your plan & book online!

Canada

México

Argentina

Uruguay

Exemplo

Implementación de cooperación: tipoloxía de empresas

WineObs – Mercados especializados

WineObs representa un exemplo destacado de como as plataformas dixitais especializadas poden facilitar a cooperación entre empresas do sector enoturístico. Esta iniciativa permite ás empresas compartir información de mercado, tendencias de consumo e boas prácticas, xerando valor colectivo e fortalecendo a competitividade do sector en conxunto.

Exemplo

Implementación de cooperación: tipoloxía de empresas



El Observatorio de Ecoturismo en España es una herramienta impulsada en 2017 por la Asociación de Ecoturismo en España, con el apoyo y financiación de la Secretaría de Estado de Turismo, para conocer mejor el perfil y hábitos de consumo de los viajeros ecoturistas (demanda) y el tipo de empresas de servicios turísticos (oferta) que configuran el producto de Ecoturismo en España y obtener datos relevantes acerca de la importancia del sector, en especial para la economía de los espacios protegidos y su área de influencia socioeconómica.

El Observatorio de Ecoturismo, que recopila datos desde 2018, se basa en 3 modelos de encuestas:

- Una encuesta para la demanda, dirigida a viajeros que se han alojado o han contratado una actividad guiada con alguna de las empresas adheridas al club de producto Ecoturismo en España y colaboradoras del Observatorio.
- Una encuesta para empresarios, dirigida específicamente a empresas adheridas al club de producto Ecoturismo en España.
- Una encuesta para gestores de turismo de los destinos adheridos al club de producto Ecoturismo en España.

Promoción #SoyEcoturista



Como implementar?

Por relación na cadea de valor

Integración vertical

- **Colaboración entre provedores e distribuidores:** Promover estratexicamente a cooperación estreita entre produtores, provedores de insumos e distribuidores para optimizar integralmente a cadea de subministración e reducir custos operativos.
- **Loxística conxunta:** Implementar eficazmente solucións loxísticas compartidas e coordinadas para reducir substancialmente custos de transporte e mellorar a eficiencia operativa global.

Desenvolvemento de novos produtos

- **Cocreación:** Traballar colaborativamente e de forma integrada para crear novos produtos turísticos innovadores que combinen harmoniosamente servizos e experiencias diferenciadas de diferentes actores da cadea de valor.
- **Normalización:** Desenvolver e implementar estándares de calidade comúns rigurosos que garantan unha experiencia consistente, profesional e de alto nivel para os turistas en todos os puntos de contacto.



Como implementar?

Por campo de aplicación

Turismo e ocio

- **Paquetes turísticos:** Diseñar estratexicamente paquetes turísticos integrados que inclúan experiencias completas como visitas guiadas, actividades de lecer diversificadas e aloxamento confortable, promovendo unha experiencia integral e memorizable.
- **Eventos temáticos:** Organizar profesionalmente eventos temáticos atractivos e ben estruturados que destaquen efectivamente os aspectos culturais únicos e gastronómicos distintivos da rexión.

Educación e cultura

- **Programas educativos:** Desenvolver e implementar programas educativos e culturais enriquecedores en colaboración estreita con institucións académicas prestixiosas e organizacións culturais recoñecidas.
- **Obradoiros e seminarios:** Ofrecer regularmente obradoiros prácticos especializados e seminarios formativos que aporten valor accionable e coñecemento aplicable aos participantes.

Como implementar?

Redes de cooperación empresarial



Redes locais e internacionais

- **Participación en redes:** Implicarse activa e estratexicamente en redes de cooperación locais consolidadas e internacionais recoñecidas para compartir experiencias valiosas, aprender de boas prácticas e establecer alianzas estratéxicas duradeiras.
- **Proxectos conxuntos:** Desenvolver e executar proxectos colaborativos ambiciosos que poidan beneficiarse substancialmente do financiamento público especializado e o apoio institucional destas redes organizadas.



Intercambio de coñecementos

- **Plataformas de coñecemento:** Crear e xestionar plataformas especializadas onde as empresas poidan intercambiar sistematicamente coñecementos técnicos, experiencias prácticas e insights estratéxicos, facilitando activamente a innovación sectorial e a mellora continua.
- **Asesoramento e titorización:** Establecer e manter programas estruturados de asesoramento profesional e titorización entre empresas para promover consistentemente o desenvolvemento empresarial sostible e fortalecer a cultura de cooperación mutua.



05

Proceso de integración cooperación empresarial

O proceso de cooperación empresarial constitúe unha vía estratéxica fundamental que permite ás empresas pasar progresivamente da identificación de oportunidades conxuntas á consolidación de alianzas sostibles, produtivas e exitosas a longo prazo. Este módulo guía ás empresas meticulosamente paso a paso desde a identificación coidadosa de socios potenciais compatibles, o establecemento profesional de contacto e negociación transparente, ata a formalización de acordos claros e equitativos que xeren confianza mutua duradeira.

Proceso de integración

Cooperación empresarial

1

Identificación de socios

Identificación de necesidades: Definir claramente e con precisión as necesidades específicas e os obxectivos estratéxicos de cooperación que se perseguen.

Criterios de selección: Establecer criterios obxectivos de avaliación como compatibilidade de obxectivos organizacionais, valores compartidos, reputación consolidada no mercado, solidez financeira demostrable, experiencia relevante e capacidades técnicas complementarias.

Busca e avaliación: Utilizar sistematicamente diferentes fontes fiables para identificar exhaustivamente e avaliar rigurosamente potenciais socios estratéxicos compatibles.

2

Establecemento de contacto e negociación

Primeiro contacto: O primeiro contacto debe ser consistentemente profesional, claro e transparente, presentando articuladamente a proposta de colaboración e os seus posibles beneficios mutuos tanxibles. Pode facerse efectivamente por correo electrónico formal, reunións virtuais estruturadas ou encontros en persoa.

Negociación das condicións: Nesta fase crítica, defínense meticulosamente os obxectivos comúns compartidos, funcións específicas e responsabilidades claras de cada parte, a estrutura organizativa de colaboración máis axeitada e as condicións financeiras detalladas, incluíndo equitativamente o reparto dos beneficios esperados.

3

Formalización do acordo

Redacción de contratos: A colaboración formalízase legalmente mediante contratos detallados que inclúen exhaustivamente aspectos como duración e condicións de renovación, propiedade intelectual e dereitos de uso, cláusulas de confidencialidade e mecanismos claros de resolución de conflitos potenciais.

Revisión legal: É altamente aconsellable e prudente que ambas as partes revisen minuciosamente o contrato cos seus respectivos asesores legais especializados para garantir que todos os aspectos críticos estean adecuadamente cubertos e legalmente protexidos.

Proceso de integración

Cooperación empresarial



Implementación da cooperación

Planificación e coordinación: A posta en marcha exitosa da cooperación require necesariamente o desenvolvemento dun plan operativo detallado e realista que inclúa un cronograma de actividades preciso, unha asignación eficiente e estratéxica de recursos dispoñibles e o establecemento de equipos de traballo claramente definidos e ben coordinados, garantindo consistentemente unha execución organizada, coherente e orientada claramente á consecución dos obxectivos comúns establecidos.

Comunicación e xestión: Manter sistematicamente unha comunicación aberta, transparente e regular entre todas as partes implicadas é absolutamente esencial para o éxito duradeiro da cooperación. Empregar estratéxicamente ferramentas profesionais de xestión de proxectos e plataformas tecnolóxicas de comunicación colaborativa que faciliten a coordinación efectiva.



Monitoreo e avaliación

Indicadores de rendemento: Para medir obxectiva e consistentemente o éxito da cooperación, é imprescindible definir coidadosamente indicadores clave de rendemento (KPI) específicos, cuantificables e relevantes que permitan unha avaliación clara, obxectiva e accionable do progreso real alcanzado.

Revisión periódica: Realizar sistematicamente revisións periódicas estruturadas para avaliar rigurosamente o progreso conseguido e resolver proactivamente posibles problemas ou desviacións detectadas. Estas revisións deben documentarse meticulosamente e debaterse abertamente en reunións regulares programadas.



Adaptación e mellora continua

Comentarios e axustes: Recoller sistemática e proactivamente feedback cualitativo e cuantitativo de todas as partes interesadas relevantes e realizar oportunamente os axustes necesarios na colaboración. Isto pode incluír estratéxicamente cambios na estratexia implementada, redistribución equitativa de funcións ou axuste realista de obxectivos establecidos.

Innovación e crecemento: Buscar constantemente e con proactividade oportunidades emerxentes para innovar continuamente e ampliar estratéxicamente a cooperación existente. Isto pode incluír a incorporación de novas tecnoloxías disruptivas, a entrada en novos mercados prometedores ou a ampliación da colaboración a outras áreas complementarias.

06

Innovación aberta e co-creación

Ao integrar estratexicamente diversas perspectivas complementarias e coñecementos especializados de diferentes fontes, as empresas turísticas non só poden enriquecer cualitativamente os seus produtos diferenciados e servizos personalizados, senón tamén fortalecer significativamente a súa adaptabilidade organizacional a entornos competitivos cambiantes. O obxectivo principal deste módulo é proporcionar aos participantes as ferramentas metodolóxicas e prácticas necesarias para implementar exitosamente prácticas de innovación aberta e procesos estruturados de co-creación.





Open Innovation



Co-Creation

Diferenzas fundamentais Innovación aberta & Co-creación

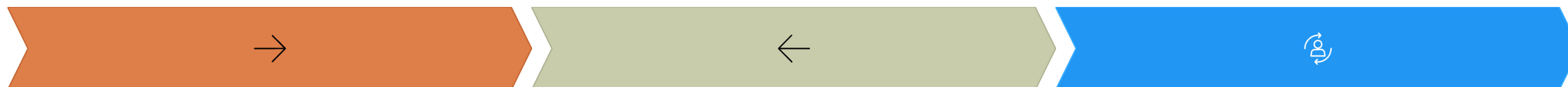
Innovación aberta

- Céntrase na incorporación estratéxica de ideas externas, coñecementos especializados e tecnoloxías innovadoras no proceso interno de innovación da empresa
- Pode incluír colaboracións con startups tecnolóxicas, universidades de investigación, centros de innovación ou outras empresas do ecosistema
- O obxectivo principal é acelerar o proceso de innovación e reducir custos de desenvolvemento aproveitando recursos externos

Co-creación

- Implica a participación activa e directa dos clientes finais e outras partes interesadas no proceso de deseño e desenvolvemento de produtos ou servizos
- Busca comprender profundamente as necesidades reais dos usuarios e crear solucións que xeren valor compartido
- Fomenta unha relación máis próxima e colaborativa entre a empresa e os seus stakeholders, xerando maior fidelización

Modelos e enfoques de innovación aberta



Inbound Open Innovation

Este modelo céntrase estratexicamente na incorporación selectiva de ideas innovadoras, coñecementos especializados e tecnoloxías emerxentes externas no proceso de innovación interno da empresa. No sector turístico dinámico, isto significa aproveitar integralmente as solucións desenvolvidas por terceiros para mellorar substancialmente a súa propia oferta competitiva.

Exemplo: Unha cadea hoteleira internacional integra estratexicamente tecnoloxía de intelixencia artificial avanzada desenvolvida por unha empresa emerxente especializada no seu sistema de reservas para personalizar efectivamente a experiencia do cliente ou mellorar significativamente a eficiencia operativa global.

Outbound Open Innovation

Neste modelo inverso, a organización aproveita estratexicamente os seus recursos internos e coñecementos propietarios para xerar valor económico fóra dos seus límites organizacionais tradicionais, comercializándoos efectivamente mediante licenzas, franquías estruturadas ou a creación estratéxica de spin-offs independentes.

Exemplo: Unha empresa turística innovadora que desenvolveu internamente o seu propio software avanzado de xestión de reservas decide estratexicamente licencialo a axencias de viaxes emerxentes ou pequenas cadeas hoteleiras que carecen de sistemas tecnolóxicos avanzados similares.

Coupled Open Innovation

Este modelo híbrido combina estratexicamente elementos complementarios de entrada e saída, fomentando activamente a colaboración profunda entre empresas, institucións académicas e outros socios estratéxicos para co-crear colaborativamente innovacións de alto valor. Aquí, o valor económico xérase de forma compartida e equitativa, aproveitando tanto os recursos internos como as capacidades externas complementarias.

Exemplo: Unha colaboración estratéxica entre un grupo hoteleiro consolidado e unha empresa tecnolóxica especializada para deseñar conxuntamente solucións intelixentes de hostalería innovadoras como habitacións intelixentes controladas por voz ou sistemas avanzados de aforro de enerxía.

Exemplo

Inbound Open Innovation

Este exemplo demonstra claramente como a plataforma de inovação Plug and Play conecta estrategicamente startups tecnológicas inovadoras, hotéis estabelecidos e aeroliñas internacionais para explorar colaborativamente novas solucións tecnológicas disruptivas. É un claro exemplo paradigmático de Inbound Open Innovation ao integrar efectivamente ideas externas inovadoras no sector da hospitalidade tradicional.



<https://youtu.be/dw2BEcb1i1s?si=ocr5XZrV6NGD34QI>

Exemplo

Coupled Open Innovation

Este caso explora exhaustivamente como empresas tecnológicas emerxentes como Mews, Lighthouse e Hostaway están a impulsar activamente a innovación disruptiva na tecnoloxía hoteleira contemporánea. Aínda que abarca estratexicamente múltiples modelos complementarios de innovación, mostra claramente aplicacións prácticas tanto de Inbound como de colaboración estratéxica profunda característica do Coupled Open Innovation sectorial.



<https://youtu.be/dw2BEcb1i1s?si=ocr5XZrV6NGD34QI>

Proceso de co-creación

Fases

1

Exploración de necesidades e oportunidades

Implica identificar sistemáticamente o que buscan prioritariamente os clientes e cara a onde se dirixe estratexicamente o mercado en evolución. Isto implica necesariamente o uso combinado de enquisas estruturadas, entrevistas en profundidade, análises rigorosas de tendencias emerxentes e ferramentas avanzadas de big data, incluída especificamente a monitorización continua das redes sociais, que permite eficazmente a anticipación proactiva e identificación temperá de oportunidades prometedoras de innovación sectorial.

2

Xeración de ideas colaborativas

Céntrase estratexicamente na creación dun ambiente participativo estimulante onde os empregados motivados, os clientes comprometidos e outras partes interesadas relevantes poidan achegar libremente propostas creativas e innovadoras. A través de sesións dinámicas de brainstorming estruturado, hackathons intensivos e concursos de innovación, foméntase activamente a creatividade colectiva e xorden naturalmente solucións innovadoras en curtos prazos operativos.

3

Desenvolvemento e prototipado de solucións

Busca estratexicamente transformar ideas conceptuais en realidade tanxibles e funcionais. Desenvólvense meticulosamente prototipos operativos ou modelos funcionais avanzados para probar rigurosamente o concepto proposto, complementados estratexicamente con probas piloto controladas a pequena escala que axudan efectivamente a avaliar obxectivamente a súa viabilidade técnica e comercial e a recoller sistematicamente comentarios iniciais valiosos dos usuarios.

4

Implementación e avaliación

Implica levar estratexicamente a innovación validada ao mercado obxectivo de forma gradual e controlada, facilitando efectivamente a adaptación progresiva do usuario final. Durante esta etapa crítica, a retroalimentación continua convértese nunha achega clave esencial para axustar dinamicamente e perfeccionar continuamente a proposta de valor, garantindo consistentemente a súa sustentabilidade económica e éxito comercial duradeiro.

Ferramentas e técnicas

Co-creación



Os mapas de empatía

Son ferramentas metodolóxicas poderosas que nos permiten comprender profunda e holisticamente aos nosos clientes diversos, explorando sistematicamente o que pensan internamente, senten emocionalmente, din publicamente e fan practicamente. Grazas a esta visión integral multidimensional, podemos identificar precisamente as súas verdadeiras necesidades latentes e deseñar estratéxicamente solucións innovadoras que xeren valor real percibido e diferenciado.



As técnicas de ideación

Inclúen métodos estruturados e probados como SCAMPER, que invitan sistematicamente a substituír elementos, combinar recursos, adaptar contextos, modificar características, poñer en outro uso estratéxico, eliminar redundancias ou reverter procesos dun produto ou servizo existente. Estas dinámicas creativas estimulan efectivamente a creatividade individual e colectiva e axudan consistentemente a xerar alternativas diversas e innovadoras.



Os workshops colaborativos

Son espazos estruturados de traballo colaborativo onde diferentes participantes diversos, como empregados motivados, clientes comprometidos ou aliados estratéxicos, se reúnen fisicamente para intercambiar activamente perspectivas complementarias e construír colectivamente ideas innovadoras xuntos. As súas dinámicas participativas fomentan efectivamente a creatividade colectiva e a co-creación práctica de propostas innovadoras viables.



O prototipado rápido

Consiste estratéxicamente en transformar eficientemente ideas conceptuais en modelos tanxibles operativos e funcionais nun curto período de tempo optimizado, para comprobar rigurosamente a súa eficacia práctica antes da implementación definitiva a grande escala. Esta técnica áxil permite identificar oportunamente os puntos fortes diferenciadores e as áreas críticas de mellora mediante probas temperás intensivas con usuarios reais representativos.

Exemplo

Mapa de empatía



Integración de actores na innovación turística

Clientes como co-creadores

- **Involucrar aos clientes:** Implementar estratexias efectivas para incluír activamente aos clientes no proceso de desenvolvemento de produtos, como a través de comunidades en liña participativas e plataformas tecnolóxicas de colaboración interactiva.
- **Plataformas de colaboración:** Uso estratéxico das redes sociais populares e das aplicacións móbiles innovadoras para recompilar sistematicamente e xestionar eficientemente as ideas creativas dos clientes de forma continua e estruturada.

Colaboración entre empresas turísticas

- **Creación de clústeres:** Formación estratéxica de grupos organizados de empresas que colaboran sinérxicamente para desenvolver conxuntamente solucións innovadoras competitivas, como destinos turísticos integrados que unen forzas para crear ofertas diferenciadas e atractivas.
- **Asociacións público-privadas:** Colaboración estruturada entre o sector público comprometido e o sector privado dinámico para fomentar activamente a innovación sectorial e o desenvolvemento sostible no turismo responsable.

Rol das tecnoloxías na innovación

Big Data e análise de datos

O uso estratéxico de big data e analítica avanzada permítenos recompilar sistematicamente e procesar eficientemente grandes volumes significativos de información estruturada e non estruturada de diferentes fontes heteroxéneas, como redes sociais dinámicas, plataformas de reservas en liña, transaccións comerciais e dispositivos móbiles conectados, para comprender profunda e precisamente mellor as preferencias individuais e os comportamentos colectivos dos clientes diversos, permitindo así a personalización efectiva de experiencias e a optimización de estratexias comerciais.

Plataformas dixitais

As plataformas dixitais son contornas tecnolóxicas en liña sofisticadas que facilitan estratéxicamente a interacción fluída, a colaboración productiva e o intercambio dinámico de ideas entre as diferentes partes interesadas do ecosistema turístico complexo, como empresas operadoras, institucións reguladoras, comunidades locais participativas e turistas activos. Estas ferramentas tecnolóxicas non só permiten efectivamente co-crear colaborativamente experiencias memorables e produtos innovadores diferenciados, senón que tamén optimizan significativamente procesos críticos como a xestión eficiente de proxectos, a comercialización estratéxica e a comunicación efectiva entre stakeholders.

Intelixencia artificial

A intelixencia artificial ofrece estratéxicamente unha gama ampla e diversa de aplicacións disruptivas que transforman radicalmente a forma en que se deseñan creativamente e prestan eficientemente os servizos turísticos contemporáneos. Mediante algoritmos sofisticados de aprendizaxe automática e análise predictiva avanzada, a IA permite estratéxicamente personalizar profundamente a experiencia única do cliente, desde recomendacións personalizadas de viaxes ata asistentes virtuais intelixentes que optimizan continuamente a atención ao cliente e anticipan proactivamente necesidades futuras.

Exemplo

Intelixencia artificial & Personalización da experiencia

A intelixencia artificial está a revolucionar radicalmente a forma en que as empresas turísticas interactúan cos seus clientes e personalizan as experiencias ofrecidas. Este exemplo ilustra claramente como a IA pode analizar patróns de comportamento, preferencias individuais e contexto en tempo real para ofrecer recomendacións altamente personalizadas, anticipar necesidades e crear experiencias memorables que superan as expectativas dos visitantes.



<https://youtu.be/JDO1E7XYvTM>

Implementación de estratexias de innovación aberta e co-creación

1 Deseño dun plan de innovación aberta

- **Identificación de obxectivos e recursos:**
Establecemento claro e preciso de obxectivos estratéxicos ambiciosos e asignación eficiente dos recursos humanos, tecnolóxicos e financeiros necesarios para o proceso integral de innovación.
- **Selección de socios estratéxicos:**
Identificación coidadosa e avaliación rigorosa de potenciais colaboradores compatibles, tanto internos como externos á organización.
- **Xestión do proceso de innovación:**
Planificación detallada e seguimento continuo das actividades de innovación para garantir consistentemente que se cumpran efectivamente os obxectivos establecidos.

2 Xestión do cambio e cultura organizacional

- **Fomento dunha cultura de colaboración:**
Desenvolver estratexicamente unha cultura interna sólida que valore genuinamente e promova activamente a colaboración interdepartamental e a apertura organizacional a novas ideas innovadoras.
- **Formación e desenvolvemento de habilidades:**
Proporcionar formación profesional continua e especializada dos empregados en habilidades críticas relacionadas directamente coa innovación práctica e a colaboración efectiva.

3 Medición e avaliación do impacto

- **Indicadores de rendemento:**
Definición precisa de métricas claras, cuantificables e relevantes para avaliar obxectivamente o éxito real das iniciativas de innovación implementadas.
- **Avaliación de resultados e aprendizaxe:**
Análise rigorosa e sistemática dos resultados obtidos e incorporación estratéxica das leccións valiosas aprendidas en futuros proxectos de innovación sucesivos.

Metodoloxía innovación aberta e co-creación

Sesións teóricas

- **Estudos de Caso:** Análise detallada e exhaustiva de exemplos prácticos da vida real de innovación aberta exitosa e co-creación efectiva no sector turístico diverso para identificar claramente as mellores prácticas consolidadas e as leccións valiosas aprendidas de experiencias previas.
- **Proxectos Colaborativos:** Desenvolvemento práctico de proxectos aplicados en grupos multidisciplinares para fomentar activamente a práctica real da co-creación colaborativa e a aplicación directa dos conceptos teóricos aprendidos en contextos simulados.

Ferramentas dixitais

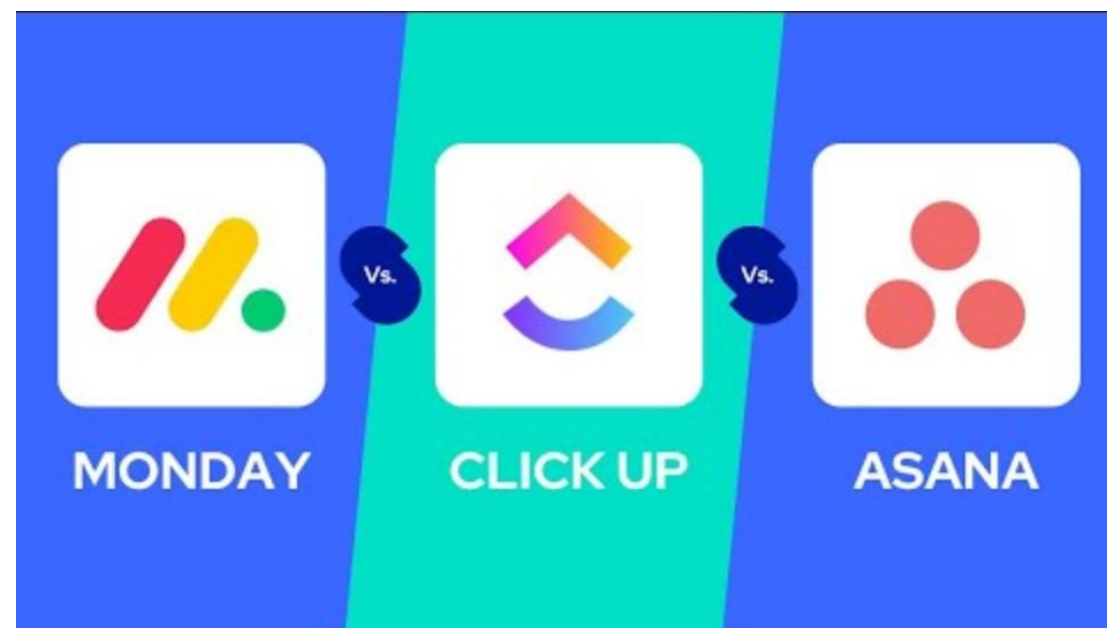
- **Plataformas de Colaboración Online:** Ferramentas tecnolóxicas avanzadas como Slack, Trello ou Asana para facilitar significativamente a comunicación fluída en tempo real e a xestión eficiente de proxectos colaborativos complexos entre equipos distribuídos.
- **Software de Xestión de Proxectos e Prototipado:** Ferramentas especializadas e profesionais como Miro, Figma ou InVision para a planificación visual estratéxica e o desenvolvemento colaborativo de prototipos interactivos e funcionais de alta fidelidade.

Exemplo

Sistema de xestión de proxectos

Monday - ClickUp - Asana

Os sistemas de xestión de proxectos como Monday, ClickUp e Asana son ferramentas esenciais para coordinar eficientemente iniciativas de cooperación empresarial complexas. Estas plataformas permiten ás equipas colaborar en tempo real, asignar tarefas claramente, facer seguimento do progreso continuamente e garantir que todos os membros estean aliñados estratexicamente cos obxectivos comúns da organización.



https://youtu.be/rVoHK7NANpc?si=Naz0HoSz_lLnfG52



CreaciónExperiencias



www.creacionexperiencias.com



hola@creacionexperiencias.com



Tel: +34 692 43 95 19



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA