

TALLER 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 y Empresariales por la Universidad de A Coruña. Executive Máster en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad Pontificia de Comillas ICADE ICAI. Máster de asesoramiento fiscal por la CEF. Certificado en coaching individual y de equipos con la International Coach Community. Facilitador Certificado Metodología LEGO® SERIOUS PLAY®.

Actualmente ejerzo como coach ejecutivo en procesos individuales de directivos y mandos intermedios. Facilito procesos de cambio empresariales y mejora de equipos basado en la metodología co-creativas. Soy formador de habilidades directivas e inteligencia emocional.

[Conoce más](#)

Índice

Módulo 01 - Introducción

- Conceptos básicos de la cooperación empresarial
- Diferencias entre cooperación, alianza y fusión
- Ventajas de la cooperación empresarial
- Modelos de cooperación empresarial

Módulo 02 – Cooperación empresarial

- Características de la cooperación empresarial
- Principios de la cooperación empresarial
- Desencadenantes y motivaciones de la cooperación empresarial
- Implicaciones de la cooperación empresarial para el turismo

Módulo 03: Ventajas de la cooperación empresarial

- Ventajas generales
- Ventajas para las empresas
- Ventajas para el territorio
- Ventajas para los turistas

Índice

Módulo 04: Como implementar la cooperación empresarial

- Como implementar la cooperación empresarial en el destino
- Dentro de una tipología de empresas
- Por relación en la cadena de valor
- Por campo de aplicación
- Redes de cooperación empresarial

Módulo 05: Proceso de cooperación empresarial

- Identificación de socios potenciales
- Establecimiento de contacto y negociación
- Formalización del acuerdo
- Implementación de la cooperación
- Seguimiento y evaluación
- Adaptación y mejora continua

Módulo 06 – Innovación abierta y cocreación

- Comparación entre innovación abierta y cocreación
- Modelos y enfoques de innovación abierta
- Proceso de cocreación
- Herramientas y técnicas de cocreación
- Integración de actores en la innovación
- El papel de las tecnologías en la innovación abierta y la cocreación
- Implementación de estrategias de innovación abierta y cocreación
- Metodología



Objetivos Generales de la Formación

01

Fomentar la colaboración

Promover la cooperación entre los distintos actores del ecosistema turístico, creando redes fuertes que fomenten las asociaciones público-privadas y la colaboración interempresarial.

02

Mejorar la competitividad

Proporcionar herramientas, estrategias y formación que fortalezcan la competitividad de los destinos y empresas turísticas, mejorando su capacidad de adaptación en un entorno global dinámico.

03

Promover la innovación

Incorporar tecnologías, metodologías y modelos creativos para diversificar las ofertas turísticas, desarrollar experiencias únicas y responder a las nuevas tendencias de viajes.

04

Fortalecimiento de la sostenibilidad

Promover prácticas responsables que equilibren el crecimiento económico con la conservación ambiental, la preservación cultural y el bienestar social de las comunidades locales.



01

Introducción a la Cooperación Empresarial

Este módulo ofrece una visión general inicial de la cooperación empresarial, abordando sus conceptos fundamentales y diferenciándola de otras formas de cooperación como las alianzas estratégicas o las fusiones.

Esta sección destaca los beneficios de la cooperación como herramienta clave para fortalecer las empresas y generar sinergias positivas. También presenta los principales modelos de cooperación empresarial, que servirán de base para comprender como estas dinámicas contribuyen al crecimiento, la innovación y la competitividad en el sector turístico y más allá.



SERIOUSPLAY™

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





¿Qué significa cooperar para ti?

Reflexiona sobre el significado de la cooperación en los tiempos proyectos y experiencias profesionales.

Conclusiones de la dinámica de LEGO Serious Play

Creación de una asociación

La mayoría de los participantes coinciden en que es necesario formar una asociación o ente legal para avanzar en el proyecto del Xeoparque. Esto facilitaría la coordinación, la organización y la comunicación formal, permitiendo dar el siguiente paso hacia los objetivos deseados.

Necesidad de Organización y Liderazgo

Para pasar de la situación actual a lo que se desea lograr, es crucial contar con una estructura organizada. Además, es necesario establecer una figura visible que mejore la comunicación formal, garantizando que todos los miembros trabajen hacia un objetivo común.

Colaboración con las Administraciones Locales

La colaboración activa de las administraciones locales es fundamental para el éxito del proyecto. Es imprescindible que se busque una mayor visibilidad del Xeoparque, al mismo tiempo que se continúa formando a las personas del entorno para mantener la cohesión y dinamismo en el territorio.

Acción y visibilidad

Se enfatizó la necesidad de pasar a la acción, no solo a nivel interno, sino también hacia el exterior. La visibilidad del trabajo que se está realizando debe ser una prioridad, con el fin de atraer más apoyo y participación.

Fortalecimiento de Redes y Colaboraciones

Se destacó la importancia de establecer redes de colaboración entre los diferentes actores del territorio para crear experiencias turísticas conjuntas.

Sinceridad y transparencia

Los participantes se comprometieron a fomentar la sinceridad y la transparencia, especialmente en las interacciones dentro del grupo y con los socios externos. Es fundamental crear un entorno de confianza para el éxito del proyecto.

Acciones Concretas

Dinamización de Telegram

Se asignó la responsabilidad de aumentar la participación en el canal de Telegram para que sea una herramienta más activa y de comunicación.

Conexión en Redes Sociales

Todos los miembros se comprometieron a estar más conectados en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok.

Base de Datos de Empresas

Se organizará una base de datos en Excel con las empresas participantes en el proyecto, facilitando la gestión de la información.

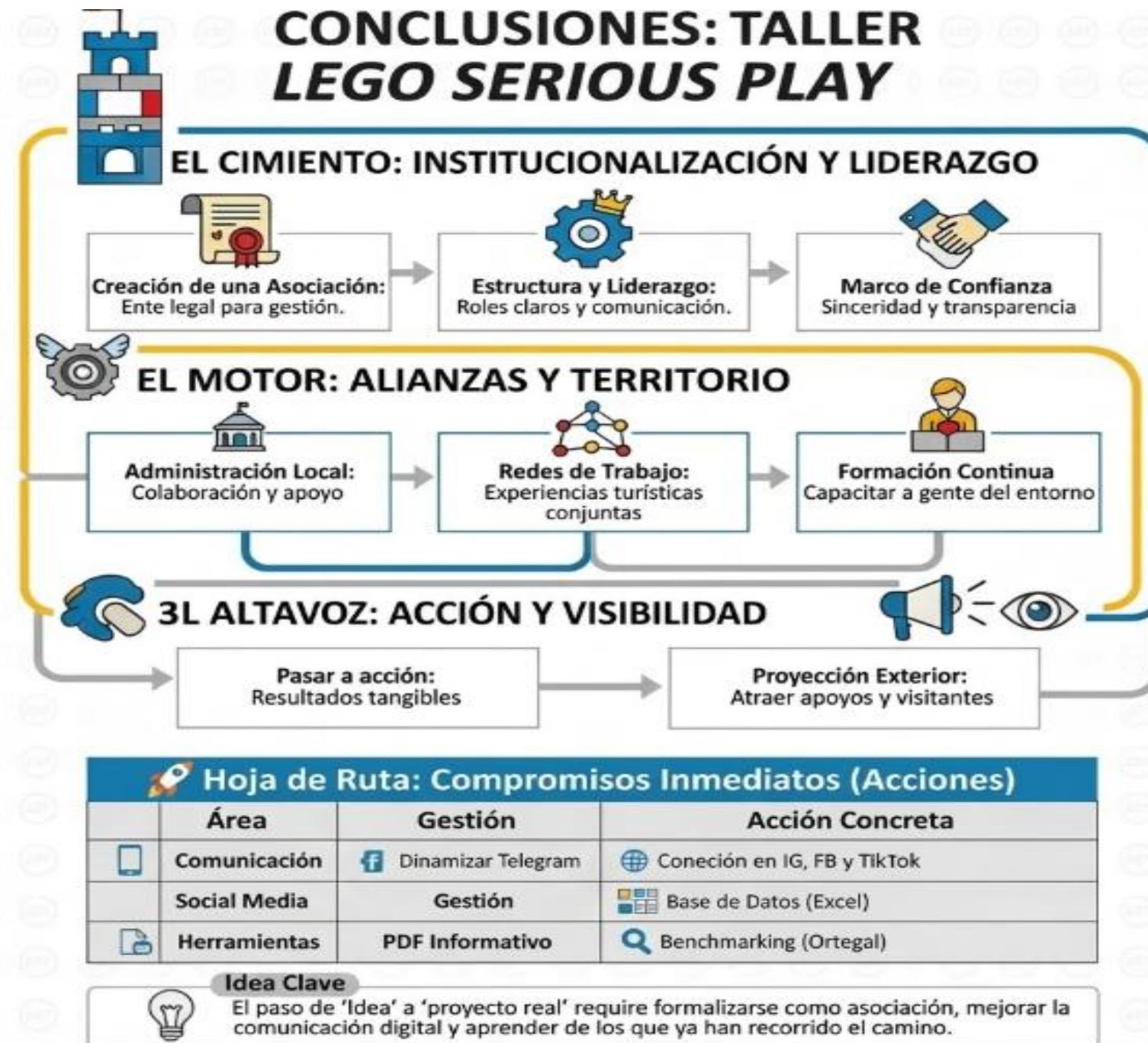
Revisión de otros geoparques:

Un grupo se comprometió a visitar y estudiar el estado actual del Geoparque de Ortegal para obtener lecciones de su experiencia.

PDF de Empresas del Territorio:

Se creará un PDF con una lista de las empresas del territorio para poder enviarlo a turistas o clientes interesados en actividades locales.

CONCLUSIONES: TALLER LEGO SERIOUS PLAY



¿Qué es la cooperación empresarial?

Estrategia colaborativa

Una estrategia en la que dos o más empresas trabajan juntas, formal o informalmente, para alcanzar objetivos comunes que no podrían alcanzar individualmente.

Compartir recursos

La cooperación implica compartir recursos, conocimientos, tecnologías y mercados para maximizar el impacto conjunto.

Alianza sinérgica

Alianza entre dos o más empresas cuyo propósito es generar sinergias. Las empresas cooperantes colaboran entre sí para maximizar su competitividad y promover la innovación.



¿Para qué sirve cooperar?

Para el territorio

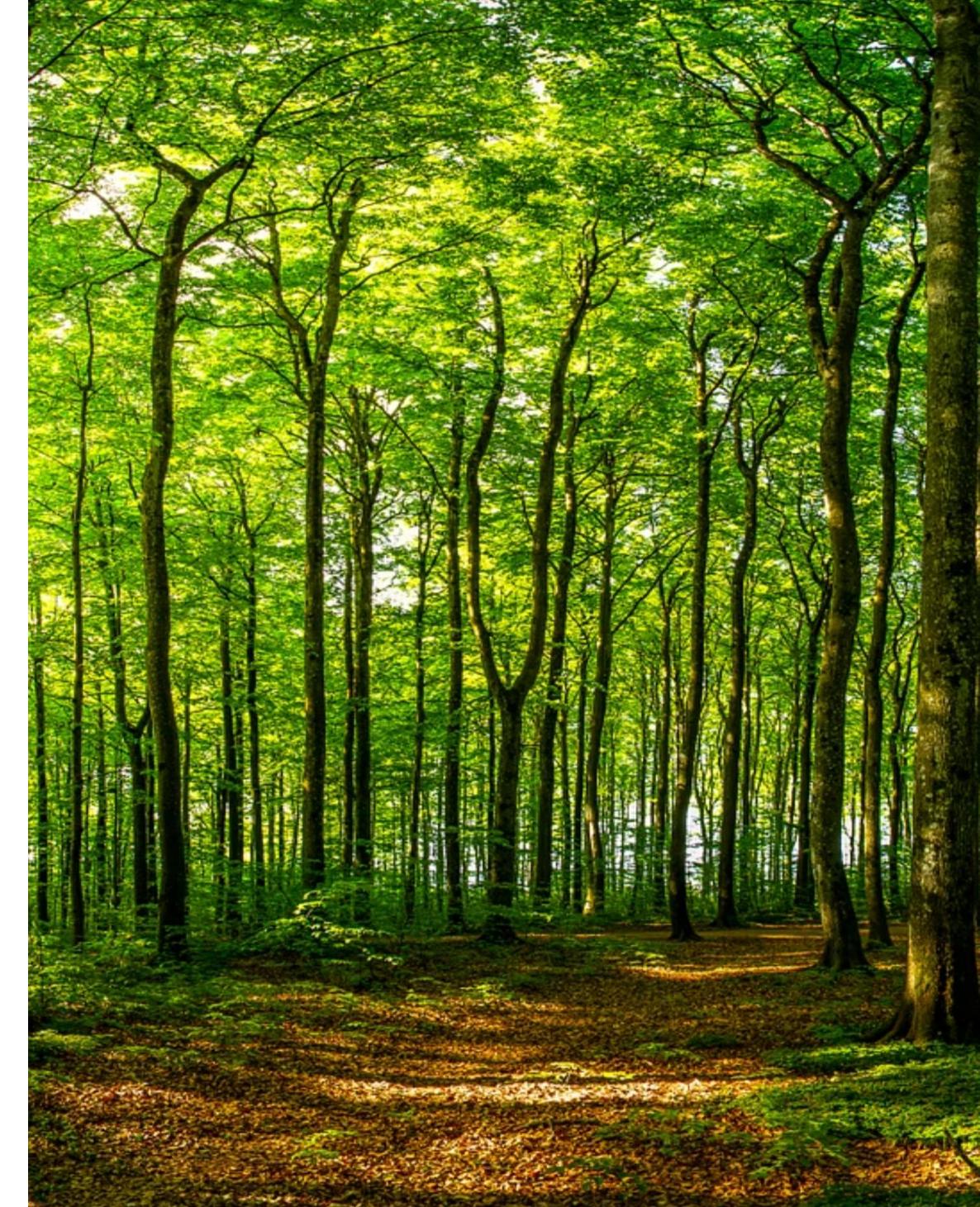
Desarrollar económicamente la región, crear empleo y posicionar el destino en el mapa turístico internacional.

Para la empresa

Reducir costes, acceder a nuevos mercados, compartir conocimientos e innovar en productos y servicios.

Para el turista

Ofrecer experiencias más completas, diversificadas y de mayor calidad, facilitando la planificación de su viaje.



02

Cooperación Empresarial

Este módulo profundiza en la esencia de la cooperación empresarial, analizando sus características y principios fundamentales como base para comprender su impacto en el entorno competitivo actual.

Explorará las motivaciones y los impulsores que llevan a las empresas a unir fuerzas, desde la búsqueda de nuevos mercados hasta la optimización de recursos, así como los beneficios que surgen de estas sinergias.

Este módulo también reflexiona sobre las implicaciones específicas de la cooperación en el turismo, un sector donde la colaboración entre actores públicos, privados y comunitarios es clave para generar experiencias integrales, sostenibles e innovadoras.





Características de la Cooperación Empresarial



Competitividad

Aumenta la competitividad de las empresas participantes mejorando sus ofertas y ampliando su alcance en el mercado, posicionándolas de forma más sólida frente a los competidores.



Innovación

Facilita la creación de productos turísticos innovadores combinando recursos y conocimientos, permitiendo el desarrollo de experiencias únicas que diferencian al destino.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU

 Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



 XUNTA
DE GALICIA

 Deputación
DA CORUÑA

Principios para la Cooperación Empresarial

01

Confianza

Las empresas deben construir y mantener un alto nivel de confianza mutua, cimentando relaciones duraderas basadas en el respeto y la fiabilidad.

02

Beneficio mutuo

Las alianzas deben ser beneficiosas para todas las partes implicadas, garantizando que todos los participantes obtengan algún tipo de ventaja estratégica o económica.

03

Comunicación abierta

Es fundamental tener canales de comunicación claras y abiertas para coordinar las acciones y compartir información de forma transparente y oportuna.

04

Transparencia

La transparencia en las operaciones y en la gestión ayuda a evitar conflictos y malentendidos, fortaleciendo la confianza entre los socios.

05

Flexibilidad y adaptabilidad

Las empresas deben estar dispuestas a adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado y a los desafíos emergentes, manteniendo una postura proactiva.

Detonantes y Motivaciones



1 Sinergias de recursos

Compartir recursos financieros, humanos y tecnológicos para reducir costes y mejorar la eficiencia operativa de las empresas participantes.

2 Acceso a nuevos mercados

Las alianzas estratégicas pueden facilitar la entrada en nuevos mercados geográficos o segmentos de clientes previamente inaccesibles.

3 Desarrollo de nuevos productos

La colaboración permite a las empresas desarrollar productos turísticos más atractivos y diversificados que satisfagan mejor las expectativas de los viajeros.

4

Competencia global

Enfrentarse a la competencia global creando ofertas más sólidas y competitivas que fortalecen la posición en el mercado internacional.

5

Mejorar la experiencia del cliente

Crear experiencias más completas y satisfactorias para los turistas, mejorando su fidelización y satisfacción con el destino y los servicios ofrecidos.

Tren del Vino del Valle de Napa

¿Qué tipo de motivación se identifica en este vídeo?

Sinergia de recursos

Acceso a nuevos mercados

Desarrollo de nuevos productos

Competencia global

Mejora de la experiencia del cliente



Enlace para acceder al vídeo: <https://youtu.be/IyOSptHIpfg>

Tren del Vino: Análisis de Motivaciones



Desarrollo de nuevos productos

El Tren del Vino no es sólo un medio de transporte, sino un producto turístico innovador que combina gastronomía de lujo, paisajes, patrimonio ferroviario y visitas a viñedos.

Representa claramente como la colaboración entre sectores (bodegas, restaurantes, transporte y destinos) permite la creación de un producto turístico atractivo y diferenciado.

Mejorar la experiencia del cliente

La experiencia no se trata sólo de "viajar en tren", sino de vivir una experiencia holística: degustación, comida y vino, y paisaje.

O tren añade valor experiencial, reforzando la fidelización y la satisfacción de los visitantes.

Implicaciones para el Turismo



Calidad del servicio

La colaboración puede mejorar la calidad del servicio a los turistas, proporcionando una experiencia más fluida y bien organizada a lo largo de toda el viaje.



Desarrollo regional

Promueve el desarrollo turístico regional mediante la promoción conjunta y el fortalecimiento de las infraestructuras locales, beneficiando a toda la comunidad.



Sostenibilidad

Promueve prácticas de turismo sostenible compartiendo y aplicando conocimientos sobre gestión ambiental y responsabilidad social en las empresas cooperantes.



Innovación

La cooperación facilita la innovación en los productos y servicios turísticos, mejorando la competitividad del destino y adaptándose a las nuevas demandas del mercado.



Gestión de crisis

Ayuda a las empresas a gestionar mejor las crisis compartiendo riesgos y recursos, como se ha visto durante la pandemia de la COVID-19 y otros eventos disruptivos.

Ejemplo: Bvlgari + Marriott International

Calidad en el Servicio



La alianza entre Bvlgari y Marriott International representa un ejemplo ejemplar de cooperación para mejorar la calidad del servicio en el sector de la hostelería de lujo.

Esta colaboración combina la excelencia en diseño y artesanía de Bvlgari con la experticia en gestión hotelera de Marriott, creando una experiencia única para los huéspedes.

<https://youtu.be/wlV4Vaf0QPU>

Ejemplo: ACEVIN - Rutas del Vino de España

Desarrollo Regional



ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino) coordina las Rutas del Vino de España, una red de destinos enoturísticos certificados que promueven el desarrollo regional sostenible.

Este modelo de cooperación integra bodegas, alojamientos, restaurantes, museos y otros recursos turísticos para crear experiencias completas que dinamizan las economías locales.

<https://youtu.be/PFyxK9GbS-c?si=dIGN3IA7HAq2rc7h>

Ejemplo: Turismo de Costa Rica

Sostenibilidad



El Instituto Costarricense de Turismo trabaja en estrecha colaboración con proveedores de servicios turísticos para promover prácticas sostenibles que preserven la biodiversidad y beneficien a las comunidades locales.

Costa Rica se ha convertido en un referente mundial de turismo sostenible gracias a la cooperación entre el sector público y privado, implementando certificaciones de sostenibilidad y programas de conservación.

https://youtu.be/lStsX-YuYq8?si=iDBeMAlbS_ECaBPJ



Diferentes Tipos de Cooperación

Existen diversas modalidades de cooperación empresarial, cada una con sus características, niveles de compromiso y objetivos específicos.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
da Coruña

DIFERENZAS ENTRE COOPERACIÓN, ALIANZA E FUSIÓN

Tipo	Características	Ejemplos turísticos
Cooperación	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Relación más formal e a longo prazo Implica acordos contractuais Maior compromiso de recursos Compartir riscos e beneficios Centrarse en proxectos estratégicos 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Integración total de dúas ou más empresas Creación dunha nova persoa xurídica Procesos de negociación e aprobación legal Desaparición dunha ou más empresas Profunda reestruturación interna 	<ul style="list-style-type: none"> 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

Joint Venture

Consorcio

Red Empresarial

Cooperativa

Definición

Creación dunha nova entidade conxunta por dúas ou máis empresas para un proxecto específico, compartindo riscos e beneficios.

Agrupación temporal de empresas para levar a cabo un proxecto específico, sen crear unha nova persoa xurídica.

Ampla e continua colaboración entre empresas que manteñen a súa independencia, con acordos flexibles.

Empresa de propiedade conxunta e xestión democrática creada para satisfacer necesidades comúns.

Ejemplo turístico

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 do Camiño de Santiago: Agrupación temporal de concellos, empresas e entidades culturais para xestionar a promoción e o mantemento da ruta xacobea.

Rede de Pobos Mágicos (México) Municipios declarados como Pobos Mágicos que cooperan para promover conxuntamente o turismo, aínda que cada un mantién a autonomía.

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

Clúster Empresarial

Definición

Concentración xeográfica de empresas e institucións do mesmo sector que cooperan para seren máis competitivas.

Ejemplo turístico

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.

Hoteis 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

Trabajo Cooperativo

El vídeo nos recuerda que la cooperación permite conseguir objetivos que serían imposibles por nuestros mismos: cuando las empresas unen fuerzas, combinan fuerzas, optimizan recursos y generan un mayor impacto.

En el turismo, la colaboración significa crear experiencias más atractivas, ganar visibilidad y crecer juntos de forma sostenible.



[Trabajo](#)
[cooperativo](#)

Exemplos de Cooperación

Red Europea de Ciudades del Vino (RECEVIN)

Cooperación entre ciudades productoras de vino de 11 países europeos para promover conjuntamente rutas y eventos del vino (por ejemplo, el Día Europeo del Enoturismo).

UNESCO – Itinerarios Culturales Internacionales

Ejemplo: «Camino de Santiago» (España-Francia-Portugal) y la «Ruta de la Seda» (Asia Central-Europa). Cooperación para la protección, promoción y desarrollo del turismo sostenible.

Programa da OMT – Red INSTO

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

Ejemplos de Alianza

MSC Cruceros + Cirque du Soleil (2017)

Colaboración para ofrecer espectáculos exclusivos a bordo de la flota MSC.

Basque Culinary Center + OMT (2018)

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

Consejo de Turismo de Nueva Zelanda + Airbnb (2019)

Campaña conjunta para promover experiencias turísticas auténticas con anfitriones locales.

Ejemplos de Fusión



American Airlines + US Airways (2013)

Nació la aerolínea más grande del mundo en aquel momento, que operaba bajo la marca American Airlines.

TripAdvisor + Viator (2014)

TripAdvisor adquirió Viator, una plataforma especializada en viajes y experiencias, ampliando así su cartera.

Marriott International + Starwood Hotels (2016)

Creó la cadena hotelera más grande del mundo, reuniendo marcas como Sheraton, Westin, W Hotels, Ritz-Carlton y muchas más bajo el paraguas de Marriott.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO





Actividad: Cooperación Empresarial

Objetivo: Comprender de forma práctica las diferencias entre cooperación, alianza y fusión en el turismo.

01

Formación de grupos e asignación de roles (2 minutos)

Cada participante escoge una tarjeta con el papel de un actor turístico (siguiente diapositiva). Se fórmán grupos pequeños de 3 o 4 personas al choque.

02

Desafío de cooperación

Diseña una acción conjunta rápida que puedas llevar a cabo sin tener que crear una empresa ni firmar contratos.

03

Desafío de Alianza

Ahora, piensa en un proyecto formal a largo plazo que implique acuerdos y compromisos más fuertes.

04

Desafío de fusión

Finalmente, imaginad que vuestras empresas se fusionan en una sola. ¿Cómo sería la nueva organización?

Tarxetas de Roles para a Actividade

Aerolíña

Ofrecéis vuelos regulares y chárter. Buscáis asociaciones para atraer más pasajeros a vuestros destino.

Hotel

Ofrecéis alojamientos de varias categorías. Queréis aumentar vuestra ocupación y diferenciaros con experiencias.

Adega / Viñedo

Producís vino y ofrecéis visitas guiadas. Queréis ampliar vuestro alcance en el mercado turístico.

Restaurante

Ofreces cocina local y experiencias culinarias. Te interesa conectar con productores y operadores turísticos.

Agencia de viajes

Organizas viajes turísticos y vendes paquetes. Necesitas diversificar la tú oferta con productos innovadores.

Oficina de Turismo

Promocionas tu destino turístico. Buscáis mejorar la cooperación entre negocios locales y atraer visitantes.

Operador de turismo rural

Ofreces experiencias de ecoturismo y actividades al aire libre. Te interesa unirte a redes sostenibles.

Centro Cultural / Museo

Gestionas espacios culturales y artísticos. Quieres aumentar el flujo de visitantes a través de experiencias colaborativas.

Empresa de transporte turístico

Conectáis destinos a través de experiencias de viaje. Buscáis asociaciones para ampliar las excursiones.

Artesanía

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

¿Qué te impide cooperar?

Reflexiona sobre las barreras que pueden limitar la cooperación empresarial: falta de confianza, competencia percibida, diferencias culturales o medo a perder control.



¿Cómo podemos cooperar?

Identifica los pasos concretos para iniciar y mantener una cooperación efectiva: establecer objetivos comunes, crear canales de comunicación y definir responsabilidades claras.

Pasos para Una Buena Cooperación



Establecer confianza mutua

Construir una base sólida de confianza y respeto entre los socios.



Definir obxectivos comúns

Alinear expectativas y establecer metas compartidas claramente definidas.



Crear canales de comunicación

Establecer mecanismos efectivos para el intercambio de información constante.



Formalizar acuerdos

Documentar responsabilidades, compromisos y beneficios de cada parte.

Beneficios de la Cooperación Empresarial



Sinergia y optimización de recursos

La cooperación permite que varias empresas compartan sus capacidades, reduciendo costes y mejorando la eficiencia. Compartir infraestructuras, personal, canales de venta o campañas promocionales genera un mayor impacto con menos inversión individual.

En el turismo, por ejemplo, un hotel y un restaurante que cooperan en una oferta conjunta pueden atraer más visitantes sin duplicar gastos.



Acceso a nuevos mercados y segmentos de clientes

Trabajando juntas, las empresas pueden ampliar su alcance y llegar a públicos a quienes sería más difícil llegar individualmente. La cooperación abre puertas a mercados internacionales, segmentos especializados (como el vino, la gastronomía o el turismo de bienestar) y clientes de mayor valor.



Innovación y mejora de la competitividad

La cooperación fomenta la creatividad, ya que cada socio aporta experiencias, conocimientos y recursos distintos. La combinación de estas perspectivas facilita el diseño de productos turísticos más innovadores y atractivos. También permite a las empresas diferenciarse de la competencia.



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

Modelo de Cooperación Empresarial: Waymo

¿Qué tipo de cooperación es?



Joint Venture



Alianza Estratégica



Redes empresariales



Cooperativa



Plataforma Colaborativa



Enlace para acceder al vídeo: <https://youtu.be/aaOB-ErYq6Y>

Waymo: Alianza Estratégica



Tipo: Alianza estratégica

Waymo, una filial de Alphabet (Google), colabora con varias marcas de automóviles (como Jaguar y Chrysler) y empresas tecnológicas para integrar sus sistemas de conducción autónoma.

No se trata de una fusión ni de un consorcio, sino de una alianza estratégica donde cada empresa mantiene su independencia pero coopera para avanzar en un proyecto innovador, de alto riesgo y de alta tecnología.

Modelo de Cooperación Empresarial: Autobús del Viño

¿Qué tipo de cooperación es?

Joint Venture

Franquicia Asociativa

Redes empresariales

Cooperativa

Asociación Público-Privada



Enlace para acceder al vídeo: https://youtu.be/fUQZ_9L7iGA

Autobús del Vino: Asociación Público-Privada



Tipo: Asociación Público-Privada (APP)

El Autobús del Vino es un servicio turístico que conecta bodegas y destinos en Mendoza y otras regiones, diseñado para facilitar el enorme.

Generalmente, es promovido por organizaciones turísticas públicas (provincias o ayuntamientos) en colaboración con empresas privadas (operadores de transporte, bodegas, agencias).

Se adapta al modelo de PPP porque combina la inversión público (infraestructuras, promoción) con la gestión privada (explotación, comercialización).



Coffee break

Las mejores alianzas también se construyen durante una pausa para el 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 DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL



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



Ventajas de la Cooperación Empresarial en el Turismo



Para las empresas en el destino

- Sinergia y optimización de recursos
- Acceso a nuevos mercados y segmentos de clientes
- Innovación y mejora de la competitividad



Para el territorio

- Desarrollo económico y sostenibilidad
- Promoción y reconocimiento del territorio
- Infraestructuras y servicios públicos



Para turistas

- Experiencias enriquecidas y diversificadas
- Facilidad de planificación y acceso
- Beneficios económicos



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

Beneficios de la cooperación para las empresas en el destino



Compartir infraestructuras y servicios

Las empresas pueden compartir recursos estratégicos como instalaciones especializadas, equipos tecnológicos avanzados y personal cualificado, lo que reduce significativamente los costes operativos y mejora la eficiencia organizacional en su conjunto.



Complemento a la oferta turística

Al colaborar estratégicamente, las empresas pueden complementar sus ofertas diferenciadas y crear paquetes de turismo más atractivos y completos, lo que puede aumentar sustancialmente la satisfacción del cliente final e impulsar las ventas colectivas.



Diversificación de la cartera de clientes

La colaboración empresarial puede facilitar la entrada estratégica en nuevos segmentos de mercado prometedores, como turistas internacionales de alto poder adquisitivo o nichos específicos interesados en experiencias únicas y personalizadas.



Promoción conjunta

Mediante campañas de mercadotecnia conjuntas bien coordinadas, las empresas pueden llegar a un público considerablemente más amplio y diverso, y atraer a un mayor número de turistas al destino de forma sostenible.

Beneficios de la cooperación para las empresas en el destino

Desarrollo de nuevos productos y servicios

La cooperación estratégica fomenta activamente la innovación y el desarrollo colaborativo de nuevos productos y servicios turísticos que puedan diferenciar claramente la oferta de otros destinos competidores en el mercado global.

Formación y fuerza de capacidades

Compartir conocimientos especializados y buenas prácticas entre empresas mejora notablemente la formación profesional del personal y eleva consistentemente la calidad del servicio ofrecido a los visitantes.

Mayor confianza y reputación

Las colaboraciones empresariales transfieren fuerza colectiva y credibilidad al cliente final, reforzando sustancialmente la imagen del destino como fiable, profesional y digno de confianza.

Acceso a financiación y proyectos conjuntos

Las empresas miembro organizadas tienen significativamente mayores oportunidades de participar exitosamente en licitaciones públicas competitivas, fondos públicos especializados o programas de apoyo al turismo nacional e internacional.

Ejemplo

Oleturismo España

Promoción conjunta

Oleturismo España representa un ejemplo paradigmático de cómo la cooperación entre productores de aceite de oliva y empresas turísticas puede crear una oferta integrada y atractiva. Esta iniciativa demuestra como la promoción conjunta amplifica el alcance y fortalece la identidad colectiva del destino.



[Vídeo Oleoturismo
España](#)

Beneficios para el territorio

Desarrollo económico y sostenibilidad



Creación de Empleo

La cooperación empresarial puede impulsar directamente la creación de empleo local de calidad al incrementar la demanda sostenida de servicios relacionados con el turismo en toda la cadena de valor del sector.



Formación para la sostenibilidad

Las empresas pueden implementar prácticas sostenibles conjuntamente y de forma coordinada, promoviendo un turismo responsable y respetuoso con el medio ambiente que preserve los recursos naturales para las generaciones futuras.



Mejora la imagen de marca

Una oferta turística consolidada y colaborativa mejora sustancialmente la imagen de la región y la posiciona estratégicamente como un destino turístico de calidad superior y diferenciado.



Mayor visibilidad

Las actividades conjuntas de mercadotecnia y promoción coordinadas aumentan significativamente la visibilidad internacional del territorio en los mercados nacionales e internacionales más relevantes.

Beneficios para el territorio

Desarrollo económico y sostenibilidad

- **Conectividad mejorada**

El aumento sostenido del turismo puede justificar estratégicamente mejoras necesarias en la conectividad física y digital y en el transporte público, beneficiando tanto a los turistas como a la comunidad local residente.

- **Impulso a la economía local**

El gasto turístico se distribuye equitativamente en múltiples sectores económicos (restauración, comercio local, artesanía tradicional, cultura), lo que multiplica el impacto económico positivo en la comunidad y genera riqueza compartida.

- **Atracción de Inversión extranjero**

La cooperación consolidada entre empresas crea confianza institucional y abre efectivamente la puerta a nuevas inversionizaciones directas en infraestructuras turísticas, hoteleras y de servicios complementarios.

- **Fortalecimiento del tejido social y cultural**

La colaboración empresarial promueve activamente la recuperación de tradiciones ancestrales, eventos culturales y expresiones artísticas locales, reforzando el orgullo local y el sentido de pertenencia comunitario.

Ejemplo

Beneficios en el territorio

Creación de empleo

La creación de empleo local es uno de los beneficios más tangibles e inmediatos de la cooperación empresarial en el sector turístico. Este ejemplo ilustra cómo las iniciativas colaborativas pueden generar oportunidades de trabajo digno y sostenible para la comunidad, fortaleciendo el tejido socioeconómico del territorio.

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



Ejemplo

Beneficios en el territorio

Mayor visibilidad

La mayor visibilidad internacional es un resultado estratégico clave de la cooperación empresarial coordinada. Este caso demuestra cómo las acciones promocionales conjuntas pueden proyectar un destino a nivel global, atrayendo segmentos de mercado diversos y fortaleciendo su 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 los turistas

Promoción y reconocimiento del territorio



Paquetes completos

Los visitantes pueden acceder fácilmente a paquetes integrados y bien estructurados que combinan armoniosamente actividades diversas, alojamiento confortable, gastronomía local auténtica y experiencias culturales enriquecedoras en un único paquete coordinado.



Calidad y variedad

La cooperación empresarial garantiza consistentemente una oferta más diversa y de mayor calidad profesional, lo que aumenta sustancialmente la satisfacción general de los turistas y fomenta la repetición de visitas.



Información centralizada

El destino organizado y coordinado ofrece información clara, completa y fácilmente accesible sobre todas las opciones y servicios disponibles, lo que facilita significativamente la planificación eficiente del viaje.



Comodidad y logística

La coordinación profesional entre empresas colaboradoras simplifica notablemente la experiencia de viaje, optimizando aspectos críticos como el transporte, las reservas y las actividades en un único paquete integrado y sin fricciones.

Beneficios para los turistas

Promoción y reconocimiento del territorio

→ Mejores precios y promociones

Esta cooperación estratégica permite ofrecer descuentos atractivos y tarifas preferenciales competitivas en ofertas de paquetes, lo que aumenta significativamente la accesibilidad económica para diversos segmentos de mercado.

→ Innovación en experiencias

La colaboración empresarial activa fomenta continuamente la creación de nuevas actividades innovadoras y propuestas originales que enriquecen cualitativamente la visita y generen momentos memorables para los visitantes.

→ Seguridad y confianza

Un destino que funciona de forma organizada, coordinado y profesional transmite mayor seguridad operativa, credibilidad institucional y apoyo consistente a los turistas durante toda su estancia.

→ Atención personalizada

La integración eficaz entre empresas facilita un servicio más coordinado y fluido, con atención cuidadosamente adaptada a los intereses particulares y necesidades específicas de cada perfil diferenciado de viajero.



04

Implementación de la cooperación empresarial

Este módulo ofrece una guía práctica y aplicable para comprender profundamente y aplicar eficazmente estos modelos diversos, mostrando como cada nivel específico de cooperación contribuye estratégicamente a mejorar la eficiencia operativa, la innovación continua y la experiencia general memorable del visitante en el destino turístico.

Como implementar la cooperación empresarial

01

Dentro de un destino

- Creación de una asociación formal o consorcio empresarial
- Comercialización y promoción conjuntas coordinadas

02

Dentro de una tipología de empresas

- Formación de clústers sectoriales especializados
- Desarrollo de plataformas digitales compartidas

03

Por relación en la Cadena de Valor

- Integración vertical de procesos y servicios
- Desarrollo colaborativo de nuevos productos

04

Por campo de aplicación

- Cooperación específica en turismo
- Colaboración en educación y cultura

05

Redes de Cooperación Empresarial

- Participación en redes locales e internacionales
- Intercambio sistemático de conocimientos y buenas prácticas

Como implementar?

Dentro de un destino turístico

Asociación o consorcio

Formalización: Establecer una asociación formal y legalmente constituida donde participen activamente todas las empresas y entidades relacionadas con el sector turístico.

Objetivos comunes: Definir claramente objetivos comunes compartidos como la promoción conjunta de la ruta turística, el desarrollo de eventos atractivos y la mejora continua de la infraestructura turística.

Márketing e promoción

Campañas integradas: Desarrollar y ejecutar campañas de mercadotecnia profesionales que promuevan el destino como una experiencia integral y cohesionada, utilizando estratégicamente medios digitales y tradicionales.

Eventos y ferias: Organizar y participar de forma proactiva en ferias turísticas especializadas y eventos promocionales que aumentan la visibilidad del destino.

Compartir recursos

Recursos compartidos: Compartir eficientemente recursos estratégicos como instalaciones especializadas para actividades, guías turísticos cualificados y servicios de transporte coordinados.

Formación conjunta: Organizar e implementar programas de formación profesional continua y talleres especializados para mejorar consistentemente la calidad del servicio y ampliar los conocimientos técnicos del personal.

¿Cómo implementar?

Dentro de una tipología de empresas

Clúster sectorial

Clústeres sectoriales: Agrupación estratégica de empresas de un mismo sector específico (por ejemplo, todas las empresas turísticas de una región) para crear sinergias operativas y optimizar eficientemente recursos compartidos.

Redes de innovación: Promover activamente la colaboración continua en investigación aplicada y desarrollo tecnológico para innovar consistentemente productos y servicios diferenciados en el mercado.

Plataformas digitales

Mercados especializados: Crear y gestionar plataformas digitales profesionales donde las empresas puedan ofrecer conjuntamente sus productos y servicios coordinados, facilitando sustancialmente el acceso y experiencia de compra de los clientes finales.

Compartición de datos: Emplear estratégicamente sistemas avanzados de gestión de datos para compartir información relevante y actualizada sobre el mercado, tendencias de consumo emergentes e insights accionables.

Wine experiences for wine lovers

Make your plan & book online!

Canada

México

Argentina

Uruguay

Ejemplo

Implementación de cooperación: tipología de empresas

WineObs – Mercados especializados

WineObs representa un ejemplo destacado de cómo las plataformas digitales especializadas pueden facilitar la cooperación entre empresas del sector enorme mítico. Esta iniciativa permite a las empresas compartir información de mercado, tendencias de consumo y buenas prácticas, generando valor colectivo y fortaleciendo la competitividad del sector en conjunto.

Ejemplo

Implementación de cooperación: tipología de empresas



The screenshot shows the header of the Soyecoturista website. The logo 'Soyecoturista' is on the left. The top navigation bar includes 'Socios', 'Contacto', and social media icons for Facebook, Instagram, X, and YouTube. Below the header, a menu bar has links for 'Inicio', 'Nosotros', 'Ecoturismo en España', 'Observatorio' (which is underlined in green), 'Promoción', 'Podcast', and a search icon. The main content area features a large image of a waterfall and the text 'Observatorio de ecoturismo'.

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



¿Cómo implementar?

Por relación en la cadena de valor

Integración vertical

- Colaboración entre proveedores y distribuidores:** Promover estratégicamente la cooperación estrecha entre productores, proveedores de insumos y distribuidores para optimizar integralmente la cadena de suministro y reducir costes operativos.
- Logística conjunta:** Implementar eficazmente soluciones logísticas compartidas y coordinadas para reducir sustancialmente costes de transporte y mejorar la eficiencia operativa global.

Desarrollo de nuevos productos

- Cocreación:** Trabajar colaborativamente y de forma integrada para crear nuevos productos turísticos innovadores que combinen armoniosamente servicios y experiencias diferenciadas de diferentes actores de la cadena de valor.
- Normalización:** Desarrollar e implementar estándares de calidad comunes rigurosos que garantizan una experiencia consistente, profesional y de alto nivel para los turistas en todos los puntos de contacto.



¿Cómo implementar?

Por campo de aplicación

Turismo y ocio

- **Paquetes turísticos:** Diseñar estratégicamente paquetes turísticos integrados que incluyan experiencias completas como visitas guiadas, actividades de ocio diversificadas y alojamiento confortable, promoviendo una experiencia integral y memorizable.
- **Eventos temáticos:** Organizar profesionalmente eventos temáticos atractivos y bien estructurados que destaquean efectivamente los aspectos culturales únicos y gastronómicos distintivos de la región.

Educación y cultura

- **Programas educativos:** Desarrollar e implementar programas educativos y culturales enriquecedores en colaboración estrecha con instituciones académicas prestigiosas y organizaciones culturales reconocidas.
- **Talleres y seminarios:** Ofrecer regularmente talleres prácticos especializados y seminarios formativos que aporten valor accionable y conocimiento aplicable a los participantes.

¿Cómo implementar?

Redes de cooperación empresarial

Redes locales e internacionales



- **Participación en redes:** Implicarse activa y estratégicamente en redes de cooperación locales consolidadas e internacionales reconocidas para compartir experiencias valiosas, aprender de buenas prácticas y establecer alianzas estratégicas duraderas.
- **Proyectos conjuntos:** Desarrollar y ejecutar proyectos colaborativos ambiciosos que puedan beneficiarse sustancialmente de la financiación pública especializada y el apoyo institucional de estas redes organizadas.

Intercambio de conocimientos



- **Plataformas de conocimiento:** Crear y gestionar plataformas especializadas donde las empresas puedan intercambiar sistemáticamente conocimientos técnicos, experiencias prácticas e insights estratégicos, facilitando activamente la innovación sectorial y la mejora continua.
- **Asesoramiento y tutorización:** Establecer y mantener programas estructurados de asesoramiento profesional y tutorización entre empresas para promover consistentemente el desarrollo empresarial sostenible y fortalecer la cultura de cooperación mutua.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU





05

Proceso de integración cooperación empresarial

El proceso de cooperación empresarial constituye una vía estratégica fundamental que permite a las empresas pasar progresivamente de la identificación de oportunidades conjuntas a la consolidación de alianzas sostenibles, productivas y exitosas a largo plazo. Este módulo guía a las empresas meticulosamente paso a paso desde la identificación cuidadosa de socios potenciales compatibles, el establecimiento profesional de contacto y negociación transparente, hasta la formalización de acuerdos claros y equitativos que generen confianza mutua duradera.

Proceso de integración

Cooperación empresarial

1

Identificación de socios

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

Criterios de selección: Establecer criterios objetivos de evaluación como compatibilidad de objetivos organizacionales, valores compartidos, reputación consolidada en el mercado, solidez financiera demostrable, experiencia relevante y capacidades técnicas complementarias.

Busqueda y evaluación: Utilizar sistematicamente diferentes fontes fiables para identificar exhaustivamente e avaliar rigurosamente potenciais socios estratégicos compatibles.

2

Establecimiento de contacto y negociación

Primer contacto: El primer contacto debe ser consistentemente profesional, claro y transparente, presentando articuladamente la propuesta de colaboración y sus posibles beneficios mutuos tangibles. Puede hacerse efectivamente por correo electrónico formal, reuniones virtuales estructuradas o encuentros en persona.

Negociación de las condiciones: En esta fase crítica, se definen meticulosamente los objetivos comunes compartidos, funciones específicas y responsabilidades claras de cada parte, la estructura organizativa de colaboración más adecuada y las condiciones financieras detalladas, incluyendo equitativamente el reparto de los beneficios esperados.

3

Formalización del acuerdo

Redacción de contratos: La colaboración se formaliza legalmente mediante contratos detallados que incluyen exhaustivamente aspectos como duración y condiciones de renovación, propiedad intelectual y derechos de uso, cláusulas de confidencialidad y mecanismos claros de resolución de conflictos potenciales.

Revisión legal: Es altamente aconsejable y prudente que ambas partes hayan revisado minuciosamente el contrato con sus respectivos asesores legales especializados para garantizar que todos los aspectos críticos estén adecuadamente cubiertos y legalmente protegidos.

Proceso de integración

Cooperación empresarial



Implementación de la cooperación

Planificación y coordinación: La puesta en marcha exitosa de la cooperación requiere necesariamente el desarrollo de un plan operativo detallado y realista que incluya un cronograma de actividades preciso, una asignación eficiente y estratégica de recursos disponibles y el establecimiento de equipos de trabajo claramente definidos y bien coordinados, garantizando consistentemente una ejecución organizada, coherente y orientada claramente a la consecución de los objetivos comunes establecidos.

Comunicación y gestión: Mantener sistemáticamente una comunicación abierta, transparente y regular entre todas las partes implicadas es absolutamente esencial para el éxito duradero de la cooperación. Emplear estratégicamente herramientas profesionales de gestión de proyectos y plataformas tecnológicas de comunicación colaborativa que faciliten la coordinación efectiva.



Monitoreo y evaluación

Indicadores de rendimiento: Para medir objetiva y consistentemente el éxito de la cooperación, es imprescindible definir cuidadosamente indicadores clave de rendimiento (KPI) específicos, cuantificables y relevantes que permitan una evaluación clara, objetiva y accionable del progreso real alcanzado.

Revisión periódica: Realizar sistemáticamente revisiones periódicas estructuradas para evaluar rigurosamente el progreso conseguido y resolver proactivamente posibles problemas o desviaciones detectadas. Estas revisiones deben documentarse meticulosamente y debatirse abiertamente en reuniones regulares programadas.



Adaptación y mejora continua

Comentarios e ajustes: Recoger sistemática y proactivamente feedback cualitativo y cuantitativo de todas las partes interesadas relevantes y realizar oportunamente los ajustes necesarios en la colaboración. Ello puede incluir estratégicamente cambios en la estrategia implementada, redistribución equitativa de funciones o ajuste realista de objetivos establecidos.

Innovación y crecimiento: Buscar constantemente y con proactividad oportunidades emergentes para innovar continuamente y ampliar estratégicamente la cooperación existente. Ello puede incluir la incorporación de nuevas tecnologías disruptivas, la entrada en nuevos mercados prometedores o la ampliación de la colaboración a otras áreas complementarias.

06

Innovación abierta y co-creación

Al integrar estratégicamente diversas perspectivas complementarias y conocimientos especializados de diferentes fuentes, las empresas turísticas no sólo pueden enriquecer cualitativamente sus productos diferenciados y servicios personalizados, sino también fortalecer significativamente su adaptabilidad organizacional a entornos competitivos cambiantes. El objetivo principal de este módulo es proporcionar a los participantes las herramientas metodológicas y prácticas necesarias para implementar exitosamente prácticas de innovación abierta y procesos estructurados de co-creación.





Diferencias fundamentales

Innovación abierta & Co-creación

Innovación abierta

- Se centra en la incorporación estratégica de ideas externas, conocimientos especializados y tecnologías innovadoras en el proceso interno de innovación de la empresa
- Puede incluir colaboraciones con startups tecnológicas, universidades de investigación, centros de innovación u otras empresas del ecosistema
- El objetivo principal es acelerar el proceso de innovación y reducir costes de desarrollo aprovechando recursos externos

Co-creación

- Implica la participación activa y directa de los clientes finales y otras partes interesadas en el proceso de diseño y desarrollo de productos o servicios
- Busca comprender profundamente las necesidades reales de los usuarios y crear soluciones que generen valor compartido
- Fomenta una relación más próxima y colaborativa entre la empresa y sus stakeholders, generando mayor fidelización

Modelos y enfoques de innovación abierta



Inbound Open Innovation

Este modelo se centra estratégicamente en la incorporación selectiva de ideas innovadoras, conocimientos especializados y tecnologías emergentes externas en el proceso de innovación interno de la empresa. En el sector turístico dinámico, esto significa aprovechar integralmente las soluciones desarrolladas por terceros para mejorar sustancialmente su propia oferta competitiva.

Ejemplo: Una cadena hotelera internacional integra estratégicamente tecnología de inteligencia artificial avanzada desarrollada por una empresa emergente especializada en su sistema de reservas para personalizar efectivamente la experiencia del cliente o mejorar significativamente la eficiencia operativa global.

Outbound Open Innovation

En este modelo inverso, la organización aprovecha estratégicamente sus recursos internos y conocimientos propietarios para generar valor económico fuera de sus límites organizacionales tradicionales, comercializándolos efectivamente mediante licencias, franquicias estructuradas o la creación estratégica de spin-offs independientes.

Ejemplo: Una empresa turística innovadora que ha desarrollado internamente su propio software avanzado de gestión de reservas decide estratégicamente licenciarlo a agencias de viajes emergentes o pequeñas cadenas hoteleras que carecen de sistemas tecnológicos avanzados similares.

Coupled Open Innovation

Este modelo híbrido combina estratégicamente elementos complementarios de entrada y salida, fomentando activamente la colaboración profunda entre empresas, instituciones académicas y otros socios estratégicos para co-crear colaborativamente innovaciones de alto valor. Aquí, el valor económico se genera de forma compartida y equitativa, aprovechando tanto los recursos internos como las capacidades externas complementarias.

Ejemplo: Una colaboración estratégica entre un grupo hotelero consolidado y una empresa tecnológica especializada para diseñar conjuntamente soluciones inteligentes de hostelería innovadoras como habitaciones inteligentes controladas por voz o sistemas avanzados de ahorro de energía.

Ejemplo

Inbound Open Innovation

Este ejemplo demuestra claramente como la plataforma de innovación Plug and Play conecta estratégicamente startups tecnológicas innovadoras, hoteles establecidos y aerolíneas internacionales para explorar colaborativamente nuevas soluciones tecnológicas disruptivas. Es un claro ejemplo paradigmático de Inbound Open Innovation al integrar efectivamente ideas externas innovadoras en el sector de la hospitalidad tradicional.



https://youtu.be/dw2BEcb1i1s?si=o_cr5XZrV6NGD34QI

Ejemplo

Coupled Open Innovation

Este caso explora exhaustivamente como empresas tecnológicas emergentes como Mews, Lighthouse y Hostaway están impulsando activamente la innovación disruptiva en la tecnología hotelera contemporánea. Aunque abarca estratégicamente múltiples modelos complementarios de innovación, muestra claramente aplicaciones prácticas tanto de Inbound como de colaboración estratégica profunda característica del Coupled Open Innovation sectorial.



<https://youtu.be/dw2BEcb1i1s?si=ocr5XzrV6NGD34QI>

Proceso de co-creación

Fases

1

Exploración de necesidades y oportunidades

Implica identificar sistemáticamente lo que buscan prioritariamente los clientes y hacia donde se dirige estratégicamente el mercado en evolución. Esto implica necesariamente el uso combinado de encuestas estructuradas, entrevistas en profundidad, análisis rigurosas de tendencias emergentes y herramientas avanzadas de big data, incluida específicamente la monitorización continua de las redes sociales, que permite eficazmente la anticipación proactiva e identificación temprana de oportunidades prometedoras de innovación sectorial.

2

Generación de ideas colaborativas

Se trabaja estratégicamente en la creación de un ambiente participativo estimulante donde los empleados motivados, los clientes comprometidos y otras partes interesadas relevantes puedan aportar libremente propuestas creativas e innovadoras. A través de sesiones dinámicas de brainstorming estructurado, hackathons intensivos y concursos de innovación, se fomenta activamente la creatividad colectiva y surgen naturalmente soluciones innovadoras en cortos plazos operativos.

3

Desarrollo y prototipado de soluciones

Busca estratégicamente transformar ideas conceptuales en realidades tangibles y funcionales. Se desarrollan meticulosamente prototipos operativos o modelos funcionales avanzados para probar rigurosamente el concepto propuesto, complementados estratégicamente con pruebas piloto controladas a pequeña escala que ayudan efectivamente a evaluar objetivamente su viabilidad técnica y comercial y la recoger sistemáticamente comentarios iniciales valiosos de los usuarios.

4

Implementación y evaluación

Implica llevar estratégicamente la innovación validada al mercado objetivo de forma gradual y controlada, facilitando efectivamente la adaptación progresiva del usuario final. Durante esta etapa crítica, la retroalimentación continua se convierte en una aportación clave esencial para ajustar dinámicamente y perfeccionar continuamente la propuesta de valor, garantizando consistentemente su sostenibilidad económica y éxito comercial duradero.

Herramientas y técnicas

Co-creación



Los mapas de empatía

Son herramientas metodológicas poderosas que nos permiten comprender profunda y holísticamente a nuestros clientes diversos, explorando sistemáticamente lo que piensan internamente, sienten emocionalmente, dinámicamente y hacen prácticamente. Gracias a esta visión integral multidimensional, podemos identificar precisamente sus verdaderas necesidades latentes y diseñar estratégicamente soluciones innovadoras que generen valor real percibido y diferenciado.



Las técnicas de ideación

Incluyen métodos estructurados y probados como SCAMPER, que invitan sistemáticamente a sustituir elementos, combinar recursos, adaptar contextos, modificar características, poner en otro uso estratégico, eliminar redundancias o revertir procesos de un producto o servicio existente. Estas dinámicas creativas estimulan efectivamente la creatividad individual y colectiva y ayudan consistentemente a generar alternativas diversas e innovadoras.



Los workshops colaborativos

Son espacios estructurados de trabajo colaborativo donde diferentes participantes diversos, como empleados motivados, clientes comprometidos o aliados estratégicos, si reúnen físicamente para intercambiar activamente perspectivas complementarias y construir colectivamente ideas innovadoras juntos. Sus dinámicas participativas fomentan efectivamente la creatividad colectiva y la co-creación práctica de propuestas innovadoras viables.



El prototipado rápido

Consiste estratégicamente en transformar eficientemente ideas conceptuales en modelos tangibles operativos y funcionales en un corto período de tiempo optimizado, para comprobar rigurosamente su eficacia práctica antes de la implementación definitiva a gran escalafón. Esta técnica ágil permite identificar oportunamente los puntos fuertes diferenciadores y las áreas críticas de mejora mediante pruebas tempranas intensivas con usuarios reales representativos.

Ejemplo

Mapa de empatía



Integración de actores en la innovación turística

Clientes como co-creadores

- **Involucrar a los clientes:** Implementar estrategias efectivas para incluir activamente a los clientes en el proceso de desarrollo de productos, como a través de comunidades en línea participativas y plataformas tecnológicas de colaboración interactiva.
- **Plataformas de colaboración:** Uso estratégico de las redes sociales populares y de las aplicaciones móviles innovadoras para recopilar sistemáticamente y gestionar eficientemente las ideas creativas de los clientes de forma continua y estructurada.

Colaboración entre empresas turísticas

- **Creación de clústeres:** Formación estratégica de grupos organizados de empresas que colaboran sinéricamente para desarrollar conjuntamente soluciones innovadoras competitivas, como destinos turísticos integrados que unen fuerzas para crear ofertas diferenciadas y atractivas.
- **Asociaciones público-privadas:** Colaboración estructurada entre el sector público comprometido y el sector privado dinámico para fomentar activamente la innovación sectorial y el desarrollo sostenible en el turismo responsable.

Rol de las tecnologías en la innovación

Big Data y análisis de datos

El uso estratégico de big data y analítica avanzada permiten recopilar sistemáticamente y procesar eficientemente grandes volúmenes significativos de información estructurada y no estructurada de diferentes fuentes heterogéneas, como redes sociales dinámicas, plataformas de reservas en línea, transacciones comerciales y dispositivos móviles conectados, para comprender profunda y precisamente mejor las preferencias individuales y los comportamientos colectivos de los clientes diversos, permitiendo así la personalización efectiva de experiencias y la optimización de estrategias comerciales.

Plataformas digitales

Las plataformas digitales son entornos tecnológicos en línea sofisticadas que facilitan estratégicamente la interacción fluida, la colaboración productiva y el intercambio dinámico de ideas entre las diferentes partes interesadas del ecosistema turístico complejo, como empresas operadoras, instituciones reguladoras, comunidades locales participativas y turistas activos. Estas herramientas tecnológicas no sólo permiten efectivamente co-crear colaborativamente experiencias memorables y productos innovadores diferenciados, sino que también optimizan significativamente procesos críticos como la gestión eficiente de proyectos, la comercialización estratégica y la comunicación efectiva entre stakeholders.

Inteligencia artificial

La inteligencia artificial ofrece estratégicamente una gama amplia y diversa de aplicaciones disruptivas que transforman radicalmente la forma en que se diseñan creativamente y prestan eficientemente los servicios turísticos contemporáneos. Mediante algoritmos sofisticados de aprendizaje automático y análisis predictivo avanzado, la IA permite estratégicamente personalizar profundamente la experiencia única del cliente, desde recomendaciones personalizadas de viajes hasta asistentes virtuales inteligentes que optimizan continuamente la atención al cliente y anticipan proactivamente necesidades futuras.

Ejemplo

Inteligencia artificial & Personalización de la experiencia

La inteligencia artificial está revolucionar radicalmente la forma en que las empresas turísticas interactúan con sus clientes y personalizan las experiencias ofrecidas. Este ejemplo ilustra claramente como la IA puede analizar patrones de comportamiento, preferencias individuales y contexto en tiempo real para ofrecer recomendaciones altamente personalizadas, anticipar necesidades y crear experiencias memorables que superan las expectativas de los visitantes.



<https://youtu.be/JDO1E7XYvTM>

Implementación de estrategias de innovación abierta y co-creación

1 Diseño de un plan de innovación abierta

- **Identificación de objetivos e recursos:**
Establecimiento claro y preciso de objetivos estratégicos ambiciosos y asignación eficiente de los recursos humanos, tecnológicos y financieros necesarios para el proceso integral de innovación.
- **Selección de socios estratégicos:**
Identificación cuidadosa y evaluación rigurosa de potenciales colaboradores compatibles, tanto internos como externos a la organización.
- **Gestión del proceso de innovación:**
Planificación detallada y seguimiento continuo de las actividades de innovación para garantizar consistentemente que se cumplan efectivamente los objetivos establecidos.

2 Gestión del cambio y cultura organizacional

- **Fomento de una cultura de colaboración:**
Desarrollar estratégicamente una cultura interna sólida que valore genuinamente y promueva activamente la colaboración interdepartamental y la apertura organizacional a nuevas ideas innovadoras.
- **Formación e desenvolvimento de habilidades:** Proporcionar Formación Profesional continua y especializada de los empleados en habilidades críticas relacionadas directamente con la innovación práctica y la colaboración efectiva.

3 Medición y evaluación del impacto

- **Indicadores de rendimiento:** Definición precisa de Métricas Claras, cuantificables y relevantes para evaluar objetivamente el éxito real de las iniciativas de innovación implementadas.
- **Evaluación de resultados y aprendizaje:**
Análisis riguroso y sistemático de los resultados obtenidos e incorporación estratégica de las lecciones valiosas aprendidas en futuros proyectos de innovación sucesivos.

Metodología innovación abierta y co-creación

Sesiones teóricas

- **Estudios de Caso:** Análisis detallado y exhaustivo de ejemplos prácticos de la vida real de innovación abierta exitosa y co-creación efectiva en el sector turístico diverso para identificar claramente las mejores prácticas consolidadas y las lecciones valiosas aprendidas de experiencias previas.
- **Proyectos Colaborativos:** Desarrollo práctico de proyectos aplicados en grupos multidisciplinarios para fomentar activamente la práctica real de la co-creación colaborativa y la aplicación directa de los conceptos teóricos aprendidos en contextos simulados.

Herramientas digitales

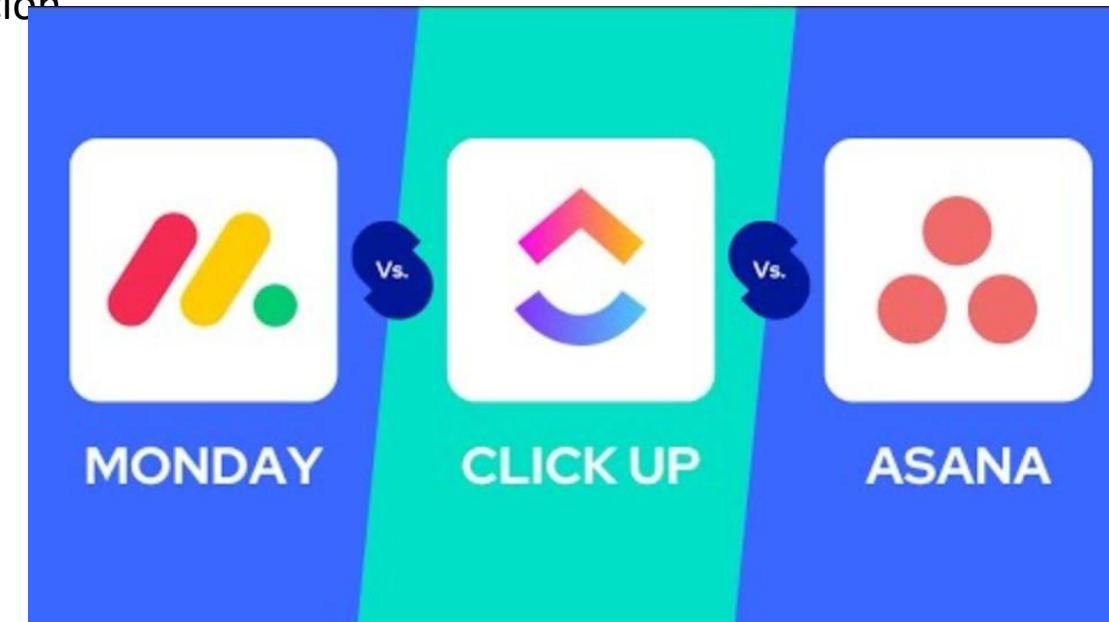
- **Plataformas de Colaboración Online:** Herramientas tecnológicas avanzadas como Slack, Trello o Asana para facilitar significativamente la comunicación fluida en tiempo real y la gestión eficiente de proyectos colaborativos complejos entre equipos distribuidos.
- **Software de Gestión de Proyectos y Prototipado:** Herramientas especializadas y profesionales como Miro, Figma o InVision para la planificación visual estratégica y el desarrollo colaborativo de prototipos interactivos y funcionales de alta fidelidad.

Ejemplo

Sistema de gestión de proxyectos

Monday - ClickUp - Asana

Los sistemas de gestión de proyectos como Monday, ClickUp y Asana son herramientas esenciales para coordinar eficientemente iniciativas de cooperación empresarial complejas. Estas plataformas permiten a las equipos colaborar en tiempo real, asignar tareas claramente, hacer seguimiento del progreso continuamente y garantizar que todos los miembros estén alineados estratégicamente con los objetivos comunes de la organización.



https://youtu.be/rVoHK7NA_Npc?si=Naz0HoSz_lLnfG52



Creación Experiencias



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