

COLABORACIÓN QUE SUMA: CREANDO EXPERIENCIAS CONJUNTAS

2026



FORMADOR



Paola Echeverria México

Consultora en turismo, Licenciada en Negocios Turísticos por la Universidad Autónoma de Querétaro y miembro asociado de la **Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT)**. Cuenta con formación especializada en **calidad, turismo rural, creación de productos turísticos experienciales, sostenibilidad y comercialización estratégica de destinos**, así como con **competencias destacadas en liderazgo, trabajo en equipo, adaptabilidad e iniciativa**.

Dispone de una sólida trayectoria en el diseño, ejecución y acompañamiento de proyectos de desarrollo turístico, orientados a la creación de productos y experiencias y a la planificación estratégica de destinos y empresas del sector.

Desde 2019 desarrolla su labor como consultora, participando en la elaboración de diagnósticos, planes estratégicos, planes de mejora y proyectos de creación de Clubes de Producto, además de la coordinación de equipos de trabajo y la preparación de materiales formativos para cursos y capacitaciones en **promoción, comercialización y gestión turística**. Su experiencia se complementa con trabajos de investigación, análisis de datos y evaluación de empresas y destinos turísticos.

Asimismo, es **docente** de nivel licenciatura en turismo en el Instituto de Estudios Superiores Grupo ISIMA (Querétaro, México), donde imparte clases, diseña planes de estudio y desarrolla metodologías y materiales didácticos orientados al **aprendizaje aplicado**.

[Conoce más](#)

REQUISITOS PARA LA SESIÓN



ÍNDICE

Módulo 01 - Introducción

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

Módulo 02 – Cooperación Empresarial

Características de la cooperación empresarial
Principios de la cooperación empresarial
Detonaciones & motivaciones de la cooperación empresarial
Implicaciones en el turismo de la cooperación empresarial

Módulo 03 – Beneficios De La Cooperación Empresarial

Beneficios generales
Beneficios para las empresas
Beneficios para el territorio
Beneficios para los turistas

ÍNDICE

Módulo 04 – Cómo Implementar Cooperación Empresarial

Cómo 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 de acuerdo
Implementación de la cooperación
Monitoreo y evaluación
Adaptación y mejora continua

Módulo 06 – Innovación Abierta & Cocreación

Comparación entre innovación abierta & Cocreación
Modelos y enfoques de innovación abierta
Proceso de Cocreación
Herramientas y técnicas de Cocreación
Integración de actores en la innovación
Rol de las tecnologías en la innovación abierta y Cocreación
Implementación de estrategias de innovación abierta y Cocreación
Metodología

OBJETIVOS GENERALES DE LA FORMACIÓN

1. Fomentar la Colaboración

Promover la cooperación entre los diferentes actores del ecosistema turístico, creando redes sólidas de contacto que impulsen la articulación público-privada y la colaboración interempresarial.

2. Mejorar la Competitividad

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

3. Impulsar la Innovación

Incorporar tecnologías, metodologías y modelos creativos para diversificar la oferta turística, desarrollar experiencias diferenciales y responder a las nuevas tendencias de los viajeros.

4. Reforzar 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 inicial sobre la cooperación empresarial, abordando sus conceptos fundamentales y diferenciándola de otras figuras como las alianzas estratégicas o las fusiones. A través de este bloque, se destacan los beneficios de la cooperación como herramienta clave para fortalecer a las empresas y generar sinergias positivas. Asimismo, se presentan los principales modelos de cooperación empresarial, que servirán como base para comprender cómo estas dinámicas contribuyen al crecimiento, la innovación y la competitividad en el sector turístico y más allá.

Ejemplo

VIDEO COOPERACIÓN EMPRESARIAL



TRABAJO COOPERATIVO

El video nos recuerda que la cooperación permite alcanzar metas que serían imposibles de manera individual: cuando las empresas unen esfuerzos, suman fortalezas, optimizan recursos y generan un impacto mayor. En turismo, colaborar significa crear experiencias más atractivas, ganar visibilidad y crecer juntos de forma sostenible.

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO

https://youtu.be/CgBAo_JnUkk

¿QUÉ ES COOPERACIÓN EMPRESARIAL?

1. **Estrategia en la que dos o más empresas trabajan juntas de manera formal o informal para alcanzar objetivos comunes que no podrían lograr de manera individual.**
2. **La cooperación comprende compartir recursos, conocimiento, tecnologías, y mercados.**
3. **Alianza entre dos o más empresas cuya finalidad es la generación de sinergias. Por tanto, las empresas cooperantes colaboran entre ellas para maximizar su competitividad y fomentar la innovación.**

TIPOS DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Tipo de cooperación	Definición	Ejemplos turísticos
Horizontal	Entre empresas del mismo sector o nivel de la cadena de valor. Buscan fortalecer su posición o reducir costos.	<ul style="list-style-type: none"> • Varias agencias de viajes que se asocian para promocionar un destino. • Red de hoteles boutique que comparte campañas y reservas. • Bodegas que organizan juntas un festival del vino.
Vertical	Entre empresas de diferentes niveles de la misma cadena de valor. Integran servicios complementarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel + agencia de viajes + aerolínea para un paquete turístico. • Bodega + restaurante local para experiencias de maridaje. • Plataforma de reservas online + hoteles + transporte.
Transversal	Entre empresas de sectores distintos, que innovan para atraer nuevos públicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Museo de arte + cervecería artesanal para rutas culturales. • Empresa tecnológica + destino turístico con apps de realidad aumentada. • Festival de música + operadores turísticos para vender paquetes.

DIFERENCIAS ENTRE COOPERACIÓN, ALIANZA Y FUSIÓN

Tipo	Características	Ejemplos turísticos
Cooperación	<ul style="list-style-type: none"> • Relación flexible y puntual • Generalmente corto o mediano plazo • No requiere nueva entidad legal • Menor compromiso financiero • Basada en confianza y objetivos comunes 	<ul style="list-style-type: none"> • Festival del vino organizado por varias bodegas • Hoteles que lanzan campaña conjunta en temporada baja • Guías turísticos que crean un tour combinado • Municipios que impulsan un circuito cultural temporal • Restaurantes y productores en una feria gastronómica
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> • Relación más formal y de largo plazo • Implica acuerdos contractuales • Mayor compromiso de recursos • Compartición de riesgos y beneficios • Enfoque en proyectos estratégicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Aerolínea + cadena hotelera para paquetes conjuntos • Ente de turismo + universidad para formación en turismo sostenible • Crucero + destino turístico con operaciones regulares • Club de bodegas con estándares comunes de calidad • Plataforma de reservas + red de hoteles boutique
Fusión	<ul style="list-style-type: none"> • Integración total de dos o más empresas • Creación de nueva entidad legal • Procesos de negociación y aprobación legal • Desaparición de una o más empresas • Reestructuración interna profunda 	<ul style="list-style-type: none"> • Dos agencias de viajes que se unen en una sola • Cooperativas turísticas rurales que forman una sola entidad • Empresas de transporte turístico que se integran en una sola compañía • Una cadena hotelera que absorbe otra bajo una marca única • Bodegas pequeñas que se fusionan en una cooperativa vitivinícola

Ejemplo

COOPERACIÓN



Red Europea de Ciudades del Vino (RECEVIN)
→ Cooperación entre ciudades vitivinícolas de 11 países europeos para promoción conjunta de rutas del vino y eventos (ej. Día Europeo del Enoturismo).



UNESCO – Rutas Culturales Internacionales
→ Ejemplo: “Camino de Santiago” (España-Francia-Portugal) y la “Ruta de la Seda” (Asia Central – Europa).
Cooperación para protección, promoción y desarrollo turístico sostenible.



Programa UNWTO (OMT) – Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible (INSTO)
→ Iniciativa de cooperación para que distintos países y destinos (España, México, China, Grecia, etc.) compartan indicadores, buenas prácticas y metodologías en turismo sostenible.

Ejemplo

ALIANZA



**MSC Cruceros +
Cirque du Soleil
(2017)**
→ Alianza para
ofrecer espectáculos
exclusivos a bordo de
la flota de MSC.



**Basque Culinary Center +
World Tourism Organization
(OMT) (2018)**
→ Acuerdo para fortalecer el
turismo gastronómico a nivel
internacional mediante
innovación y formación.



**Nueva Zelanda Tourism Board
+ Airbnb (2019) → Campaña
conjunta para promover
experiencias turísticas
auténticas con anfitriones
locales.**

Ejemplo

FUSIÓN



U·S AIRWAYS

American Airlines + US Airways (2013)
→ Nació la mayor aerolínea del mundo en su momento, operando bajo la marca **American Airlines**.



TripAdvisor + Viator (2014)
→ TripAdvisor compró Viator, plataforma especializada en **tours y experiencias**, ampliando su portafolio.



Marriott International + Starwood Hotels & Resorts (2016)
→ Creó la cadena hotelera más grande del mundo, sumando marcas como **Sheraton, Westin, W Hotels, Ritz-Carlton** y más bajo el paraguas de **Marriott**.

Actividad

COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Duración total: 10 minutos

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

Instrucciones:

- Formación de grupos y asignación de roles (2 minutos)
- Cada participante elige una tarjeta con el rol de un actor turístico (sig. diapositiva)
- Se forman pequeños grupos de 3 a 4 personas al azar.
- Cada grupo comparte su ejemplo.

1. Reto de Cooperación

Instrucción: “Diseñen una acción conjunta rápida que puedan hacer sin necesidad de crear una empresa ni firmar contratos”.

2. Reto de Alianza

Instrucción: “Ahora, piensen en un proyecto formal y a largo plazo que involucre acuerdos y compromisos más fuertes”.

3. Reto de Fusión

Instrucción: “Finalmente, imaginen que sus empresas se integran en una sola. ¿Cómo sería la nueva organización?”.

Actividad

COOPERACIÓN EMPRESARIAL



✈️ Aerolínea

“Ofreces vuelos regulares y charter. Buscas alianzas para atraer más pasajeros a tu destino.”



🏨 Hotel

“Ofreces hospedaje de distintas categorías. Quieres incrementar tu ocupación y diferenciarte con experiencias.”



🍷 Bodega / Viñedo

“Produces vino y realizas visitas guiadas. Buscas ampliar tu llegada al mercado turístico.”



🍴 Restaurante / Gastronomía

“Ofreces cocina local y experiencias culinarias. Te interesa vincularte con productores y operadores turísticos.”



🗺️ Agencia de Viajes / Tour Operador

“Organizas circuitos turísticos y vendes paquetes. Necesitas diversificar tu oferta con productos innovadores.”



🏛️ Oficina de Turismo

“Promueves tu destino turístico. Buscas mejorar la cooperación entre empresas locales y captar visitantes.”



🌿 Operador de Turismo Rural / Naturaleza

“Ofreces experiencias de ecoturismo y actividades al aire libre. Te interesa integrarte en redes sostenibles.”



🎨 Centro Cultural / Museo

“Gestionas espacios culturales y artísticos. Quieres aumentar el flujo de visitantes a través de experiencias conjuntas.”



🚌 Empresa de Transporte Turístico

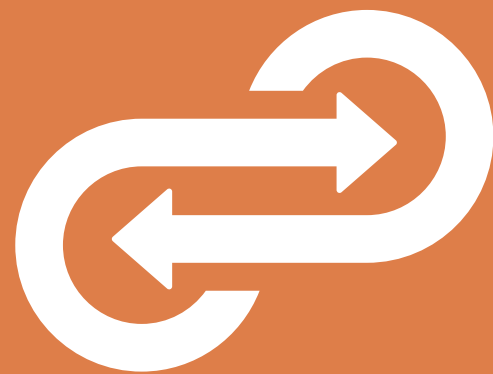
“Conectas destinos a través de experiencias de viaje. Buscas convenios para ampliar excursiones.”



🎨 Artesanía

“Ofreces productos auténticos del destino. Quieres integrarte en circuitos turísticos para aumentar tus ventas.”

BENEFICIOS DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL



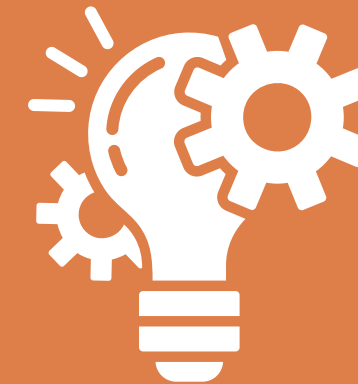
SINERGIA Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

La cooperación permite que varias empresas unan sus capacidades, reduciendo costos y mejorando la eficiencia. Compartir infraestructura, personal, canales de venta o campañas de promoción genera un mayor impacto con menos inversión individual. En 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

Al trabajar en conjunto, las empresas pueden ampliar su alcance y llegar a públicos que de forma individual les sería más difícil alcanzar. La cooperación abre puertas a mercados internacionales, a segmentos especializados (como turismo enológico, gastronómico o de bienestar) y a clientes de mayor valor. Esto se traduce en mayor visibilidad y en oportunidades de crecimiento sostenido.



INNOVACIÓN Y MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD

Cooperar fomenta la creatividad, ya que cada socio aporta experiencias, conocimientos y recursos distintos. La suma de estas perspectivas facilita el diseño de productos turísticos más innovadores y atractivos. Además, permite a las empresas diferenciarse frente a la competencia, mejorar la calidad del servicio y posicionarse como referentes en el mercado.

MODELOS TRADICIONALES DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Modelo	Definición	Ejemplo turístico
Joint Venture	Creación de una nueva entidad conjunta por dos o más empresas para un proyecto específico, compartiendo riesgos y beneficios.	TUI China (TUI Group + CTS) El gigante alemán TUI se asoció con China Travel Service para crear una empresa conjunta que desarrollara paquetes turísticos para el mercado chino.
Consortio	Agrupación temporal de empresas para ejecutar un proyecto concreto, sin crear nueva entidad legal.	Consortio camino de Santiago: Agrupación temporal de municipios, empresas y entidades culturales para gestionar la promoción y mantenimiento de la ruta jacobea.
Red Empresarial	Colaboración amplia y continua entre empresas que mantienen su independencia, con acuerdos flexibles.	Red de Pueblos Mágicos (México) Municipios con declaratoria de Pueblo Mágico que cooperan para impulsar conjuntamente promoción turística, aunque cada uno mantiene autonomía.
Cooperativa	Empresa de propiedad conjunta y gestión democrática, creada para satisfacer necesidades comunes.	Cooperativa Mondragón (País Vasco) aplicada al turismo: Aunque nacida en la industria, ha creado divisiones para servicios turísticos y de hospedaje con gestión compartida entre socios.

MODELOS ADICIONALES DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Modelo	Definición	Ejemplo turístico
Clúster Empresarial	Concentración geográfica de empresas e instituciones del mismo sector que cooperan para ser más competitivos.	Clúster Turismo Cataluña: Agrupa empresas de transporte, alojamiento, gastronomía y tecnología para impulsar innovación y competitividad turística en la región.
Franquicia Asociativa	Empresas independientes operan bajo una misma marca y estándares comunes, compartiendo marketing y know-how.	Best Western Hoteles: Hoteles independientes operan bajo una misma marca global, compartiendo estándares, marketing y reservas, pero manteniendo su propiedad.
Alianza Estratégica	Acuerdo formal de colaboración para compartir recursos o mercados sin crear una nueva entidad.	Star Alliance: Agrupación de aerolíneas como Lufthansa, United o Avianca que ofrecen beneficios compartidos en vuelos y millas. Impacta directamente en turismo internacional.
Asociación Público-Privada (APP/PPP)	Colaboración entre sector público y privado para proyectos de infraestructura o promoción.	Gestión del Aeropuerto de Cancún (ASUR) Infraestructura turística gestionada por un operador privado bajo concesión del gobierno mexicano.
Plataforma Colaborativa / Clúster Digital	Cooperación mediante plataformas digitales que integran oferta de múltiples empresas.	GetYourGuide o Civitatis: Plataformas digitales que integran operadores turísticos independientes en un solo marketplace global de experiencias.

Ejemplo

MODELO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL WAYMO'S ¿Qué tipo de cooperación es?



- Joint Venture
- Alianza Estratégica
- Redes empresariales
- Cooperativa
- Plataforma Colaborativa

WAYMO'S

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
<https://youtu.be/aaOB-ErYq6Y>

Ejemplo

MODELO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL WAYMO'S ¿Qué tipo de cooperación es?

Tipo: Alianza Estratégica

Waymo, subsidiaria de Alphabet (Google), colabora con distintas marcas automotrices (como Jaguar o Chrysler) y tecnológicas para integrar sus sistemas de conducción autónoma.

No es una fusión ni un consorcio, sino una alianza estratégica donde cada empresa conserva su independencia, pero coopera para avanzar en un proyecto innovador de alto riesgo y alto impacto tecnológico.

Ejemplo

MODELO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL BUS VITIVINÍCOLA ¿Qué tipo de cooperación es?



- Joint Venture
- Franquicia Asociativa
- Redes empresariales
- Cooperativa
- Asociación Público - Privada

**BUS VITIVINICOLA, MENDOZA,
ARGENTINA**

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
https://youtu.be/fUQZ_9L7iGA

Ejemplo

MODELO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL BUS VITIVINÍCOLA ¿Qué tipo de cooperación es?

Tipo: Asociación Público-Privada (APP)

El Bus Vitivinícola es un servicio turístico que conecta bodegas y destinos en Mendoza y otras regiones, diseñado para facilitar el enoturismo.

Generalmente, está impulsado por organismos públicos de turismo (provincias o municipios) en colaboración con empresas privadas (operadores de transporte, bodegas, agencias).

Se ajusta al modelo de APP porque une inversión pública (infraestructura, promoción) con gestión privada (operación, comercialización).

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. Se explorarán las motivaciones y detonantes que llevan a las empresas a unirse, 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 que la cooperación tiene en el turismo, un sector donde la colaboración entre actores públicos, privados y comunitarios resulta clave para generar experiencias integrales, sostenibles e innovadoras. A través de este recorrido, los participantes podrán identificar oportunidades de cooperación aplicables a sus propios proyectos y territorios.

CARACTERÍSTICAS DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL



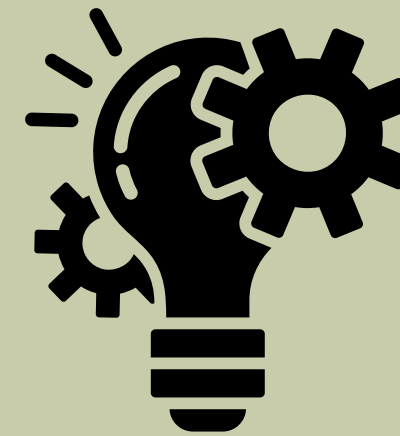
MULTILATERALIDAD

Involucra múltiples actores de diferentes sectores, todos trabajando hacia un objetivo común.



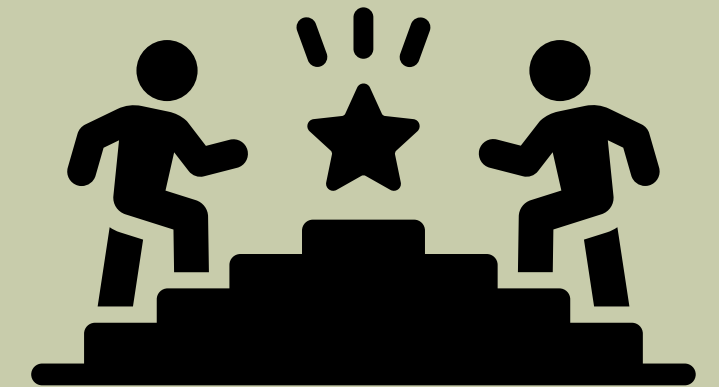
FLEXIBILIDAD

Las formas de cooperación pueden variar desde acuerdos informales hasta alianzas estratégicas y Joint Ventures.



INNOVACIÓN

Facilita la creación de productos turísticos innovadores mediante la combinación de recursos y conocimientos.



COMPETITIVIDAD

Aumenta la competitividad de las empresas participantes al mejorar su oferta y ampliar su alcance de mercado.

PRINCIPIOS PARA COOPERACIÓN EMPRESARIAL

CONFIANZA

Las empresas deben **construir y mantener** un alto nivel de confianza mutua.

BENEFICIO MUTUO

Las alianzas deben ser beneficiosas para **todas las partes involucradas**, asegurando que todos los participantes obtengan algún tipo de ventaja.

COMUNICACIÓN ABIERTA

Es crucial tener canales de comunicación claros y abiertos para **coordinar acciones y compartir información**.

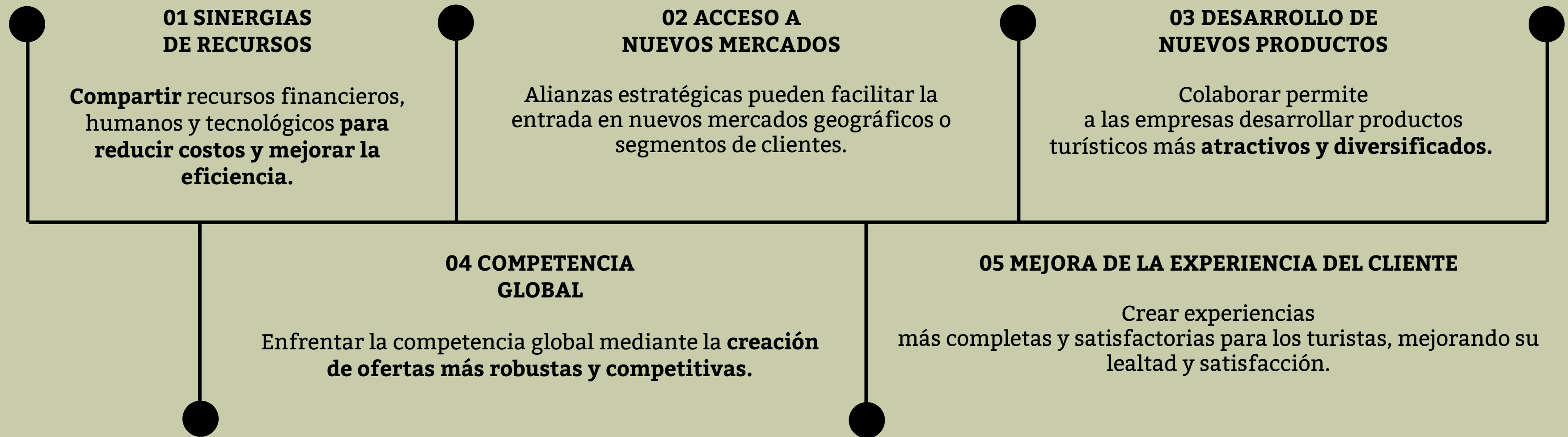
TRANSPARIENCIA

La transparencia en las operaciones y la gestión **ayuda a prevenir conflictos y malentendidos**.

FLEXIBILIDAD Y ADAPTABILIDAD

Las empresas deben estar dispuestas a adaptarse a las **necesidades cambiantes del mercado y a los desafíos que surgen**.

DETONACIONES & MOTIVACIONES



Ejemplo

NAPPA VALLEY WINE TRAIN ¿QUÉ TIPO DE MOTIVACIÓN SE IDENTIFICA EN ESTE VIDEO?



- Sinergia de recursos
- Acceso a nuevos mercados
- Desarrollo de nuevos productos
- Competencia global
- Mejora de la experiencia del cliente

WINE TRAIN, NAPA VALLEY

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
<https://youtu.be/lyOSptHlpg>

Ejemplo

NAPPA VALLEY WINE TRAIN ¿QUÉ TIPO DE MOTIVACIÓN SE IDENTIFICA EN ESTE VIDEO?

03. Desarrollo de nuevos productos

El Wine Train no es solo un medio de transporte, sino un producto turístico innovador que mezcla restauración de lujo, paisaje, patrimonio ferroviario y visitas a viñedos.

Representa claramente cómo colaborar entre sectores (bodegas, restauración, transporte y destinos) permite crear un producto turístico atractivo y diferenciado.

05. Mejora de la experiencia del cliente

La experiencia no es únicamente “viajar en tren”, sino vivir una experiencia integral: degustación, enogastronomía y paisaje.

El tren agrega valor experiencial, reforzando la lealtad y satisfacción de los visitantes.

IMPLICACIONES EN EL TURISMO

01 CALIDAD DEL SERVICIO

La colaboración puede mejorar la calidad del servicio al turista, proporcionando una **experiencia más fluida y bien organizada.**

02 DESARROLLO REGIONAL

Fomenta el desarrollo turístico regional mediante la **promoción conjunta** y el **fortalecimiento de las infraestructuras locales.**

03 SOSTENIBILIDAD

Promueve prácticas turísticas sostenibles al compartir y aplicar conocimientos sobre **gestión ambiental y responsabilidad social.**

04 INNOVACIÓN

La cooperación facilita la innovación en productos y servicios turísticos, **mejorando la competitividad del destino.**

05 GESTIÓN DE CRISIS

Ayuda a las empresas a gestionar mejor las crisis al **compartir riesgos y recursos**, como se vio durante la pandemia de COVID-19.

Ejemplo

BVLGARI + MARRIOTT INTERNATIONAL



CALIDAD EN EL SERVICIO

BVLGARI + MARRIOTT INTERNATIONAL

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO:
<https://youtu.be/wIV4Vaf0QPU>

Ejemplo

ACEVIN - RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA



DESARROLLO REGIONAL

ACEVIN - Rutas del Vino España

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
<https://youtu.be/PFyxK9GbS-c?si=dIGN3IA7HAq2rc7h>

Ejemplo

TURISMO COSTARICA + PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS



SOSTENIBILIDAD

TURISMO COSTARICA

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO

[https://youtu.be/ISTsX-YuYq8?
si=iDBeMAIbS_ECaBPJ](https://youtu.be/ISTsX-YuYq8?si=iDBeMAIbS_ECaBPJ)

03

BENEFICIOS DE LA 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. Se explorarán las motivaciones y detonantes que llevan a las empresas a unirse, 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 que la cooperación tiene en el turismo, un sector donde la colaboración entre actores públicos, privados y comunitarios resulta clave para generar experiencias integrales, sostenibles e innovadoras. A través de este recorrido, los participantes podrán identificar oportunidades de cooperación aplicables a sus propios proyectos y territorios.

BENEFICIOS 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
- Infraestructura y servicios públicos



Para los turistas

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

BENEFICIOS DE LA COOPERACIÓN PARA LAS EMPRESAS EN EL DESTINO



COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA & SERVICIOS

Las empresas pueden compartir recursos como instalaciones, equipos y personal especializado, lo que reduce costos operativos y mejora la eficiencia.



COMPLEMENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA

Al colaborar, las empresas pueden complementar sus ofertas y crear paquetes enoturísticos más atractivos, lo que puede aumentar la satisfacción del cliente y las ventas.



DIVERSIFICACIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES

La colaboración puede facilitar la entrada a nuevos segmentos de mercado, como turistas internacionales o nichos específicos interesados en experiencias únicas.



PROMOCIÓN CONJUNTA

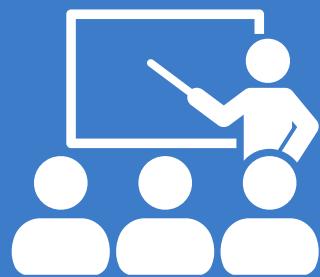
Mediante campañas de marketing conjunto, las empresas pueden acceder a una mayor audiencia y atraer a un número mayor de turistas.

BENEFICIOS DE LA COOPERACIÓN PARA LAS EMPRESAS EN EL DESTINO



DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

La cooperación fomenta la innovación y el desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos que pueden diferenciar la oferta de otros destinos.



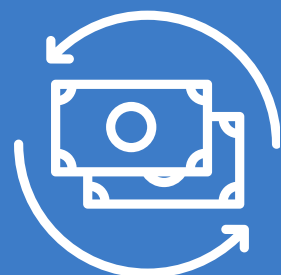
FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Compartir conocimientos y mejores prácticas entre empresas mejora la capacitación del personal y la calidad del servicio ofrecido.



INCREMENTO DE LA CONFIANZA Y REPUTACIÓN

Las alianzas transmiten solidez y credibilidad al cliente, reforzando la imagen del destino como confiable y profesional.



ACCESO A FINANCIAMIENTO Y PROYECTOS CONJUNTOS

Las empresas asociadas tienen más facilidades para participar en convocatorias, fondos públicos o programas internacionales de apoyo al turismo.

Ejemplo

OLETURISMO ESPAÑA



PROMOCIÓN EN CONJUNTO

OLETURISMO ESPAÑA

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO

[https://youtu.be/dZ9ILYsW4Ls?
si=WjuuPH5ei6vI7Jmt](https://youtu.be/dZ9ILYsW4Ls?si=WjuuPH5ei6vI7Jmt)

BENEFICIOS PARA EL TERRITORIO

DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD



GENERACIÓN DE EMPLEO

La cooperación empresarial puede impulsar la creación de empleo local al aumentar la demanda de servicios relacionados con el turismo.



FORMENTO A LA SOSTENIBILIDAD

Las empresas pueden implementar prácticas sostenibles conjuntamente, promoviendo un turismo responsable y respetuoso con el medio ambiente.



MEJORA LA IMAGEN DE MARCA

Una oferta enoturística consolidada y colaborativa mejora la imagen del territorio y lo posiciona como un destino turístico de calidad.



INCREMENTO DE VISIBILIDAD

Las actividades de marketing y promoción conjunta elevan la visibilidad del territorio en mercados nacionales e internacionales.

BENEFICIOS PARA EL TERRITORIO

DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD



MEJORA DE LA CONECTIVIDAD

El aumento del turismo puede justificar mejoras en la conectividad y el transporte, beneficiando tanto a turistas como a la comunidad local.



ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTERNA

La cooperación entre empresas genera confianza y abre la puerta a nuevas inversiones en infraestructura turística, hotelera y de servicios.



DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL

El gasto turístico se distribuye entre múltiples sectores (restauración, comercio, artesanía, cultura), multiplicando el impacto económico en la comunidad.



FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO SOCIAL Y CULTURAL

La colaboración empresarial impulsa el rescate de tradiciones, eventos y expresiones culturales, reforzando el orgullo local y el sentido de pertenencia.

Ejemplo

BENEFICIOS EN EL TERRITORIO



**GENERACION
DE EMPLEO**

**¡CELEBRACIÓN DÍA
PRIMERO DE MAYO!**

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
[https://youtube.com/shorts/NIHnpCpD-wM?
si=puvX48l23y6W-cBB](https://youtube.com/shorts/NIHnpCpD-wM?si=puvX48l23y6W-cBB)

Ejemplo

BENEFICIOS EN EL TERRITORIO



**INCREMENTO
DE VISIBILIDAD**

FITUR ECUADOR 2024

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
<https://youtu.be/0J565D8sfRc?si=Q-W4-5cjp6BVZtxy>

BENEFICIOS PARA LOS TURISTAS

PROMOCIÓN Y RECONOCIMIENTO DEL TERRITORIO



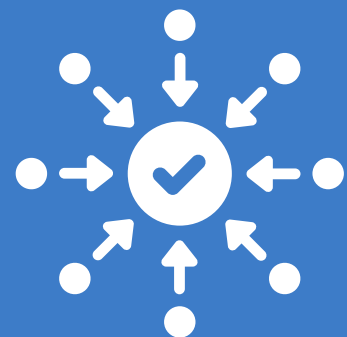
PAQUETES COMPLETOS

Los visitantes pueden acceder a paquetes integrados que combinan actividades, alojamiento, gastronomía y experiencias culturales en un solo producto.



CALIDAD Y VARIEDAD

La cooperación empresarial asegura una oferta más diversa y de alta calidad, elevando la satisfacción general del turista.



INFORMACIÓN CENTRALIZADA

El destino organizado brinda información clara y accesible sobre todas las opciones y servicios, facilitando la planificación del viaje.



COMODIDAD Y LOGÍSTICA

La coordinación entre empresas simplifica la experiencia de viaje, optimizando transporte, reservas y actividades en un solo circuito.

BENEFICIOS PARA LOS TURISTAS

PROMOCIÓN Y RECONOCIMIENTO DEL TERRITORIO



MEJORES PRECIOS Y PROMOCIONES

La cooperación permite ofrecer descuentos y tarifas preferenciales en paquetes combinados, aumentando la accesibilidad.



SEGURIDAD Y CONFIANZA

Un destino que trabaja de forma organizada transmite mayor seguridad, credibilidad y respaldo al turista.



INNOVACIÓN EN EXPERIENCIAS

La colaboración fomenta la creación de nuevas actividades y propuestas originales que enriquecen la visita.



ATENCIÓN PERSONALIZADA

La integración entre empresas facilita un servicio más coordinado, con atención adaptada a los intereses y necesidades de cada perfil de viajero.



Coffee break

Las mejores alianzas también se construyen en la pausa del café...

04 IMPLEMENTACIÓN DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL

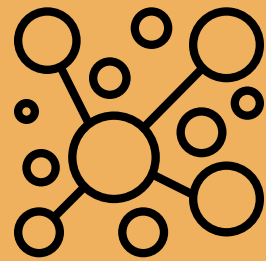
La cooperación empresarial es una herramienta estratégica que permite a los destinos turísticos fortalecer su competitividad mediante el trabajo conjunto de sus actores. Implementarla de manera efectiva implica identificar las formas más adecuadas de colaboración, ya sea entre empresas de la misma tipología, a lo largo de la cadena de valor, en campos de aplicación específicos o a través de redes organizadas. Este módulo ofrece una guía práctica para comprender y aplicar estos modelos, mostrando cómo cada nivel de cooperación contribuye a mejorar la eficiencia, la innovación y la experiencia global del visitante.

¿CÓMO IMPLEMENTAR LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL



Dentro un destino

- Creación de una Asociación o Consorcio
- Marketing y promoción conjunta



Dentro de una Tipología de Empresas

- Clúster
- Plataformas digitales



Por relación en la Cadena de Valor

- Integración vertical
- Desarrollo de nuevos productos



Por campo de Aplicación

- Turismo y ocio
- Educación y cultura
-



Redes de Cooperación Empresarial

- Redes locales e internacionales
- Intercambio de conocimientos

¿CÓMO IMPLEMENTAR? DENTRO DE UN DESTINO TURÍSTICO

ASOCIACIÓN O CONSORCIO

Formalización: Establecer una asociación formal donde todas las bodegas y empresas relacionadas participen.

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

MARKETING Y PROMOCIÓN

Campañas integradas: Desarrollar campañas de marketing que promocionen la ruta del vino como un destino integral, utilizando medios digitales y tradicionales.

Eventos y ferias: Organizar y participar en ferias de turismo y eventos enoturísticos que promuevan la ruta del vino.

COMPARTICIÓN DE RECURSOS

Recursos compartidos: Compartir recursos como instalaciones de cata, guías turísticos y servicios de transporte.

Capacitación conjunta: Organizar programas de capacitación y talleres para mejorar la calidad del servicio y el conocimiento del personal.

¿CÓMO IMPLEMENTAR? DENTRO DE UNA TIPOLOGÍA DE EMPRESAS

CLÚSTER

Clústeres sectoriales: Agrupar empresas del mismo sector (por ejemplo, todas las bodegas de una región) para crear sinergias y optimizar recursos.

Redes de innovación: Fomentar la colaboración en investigación y desarrollo para innovar en productos y servicios

PLATAFORMAS DIGITALES

Marketplaces especializados: Crear plataformas digitales donde las empresas puedan ofrecer sus productos y servicios de manera conjunta, facilitando el acceso a los clientes.

Intercambio de datos: Utilizar sistemas de gestión de datos para compartir información relevante sobre el mercado y las tendencias de consumo.

Ejemplo

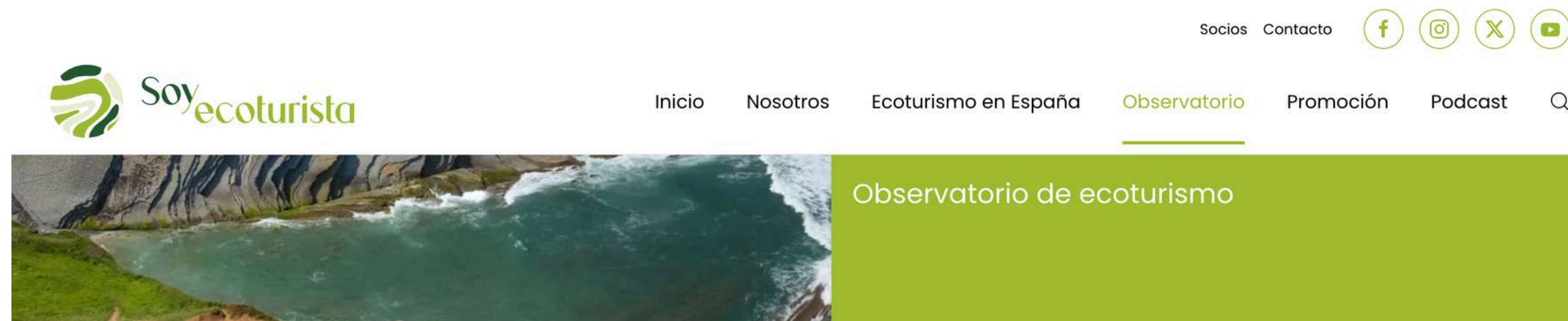
IMPLEMENTACIÓN DE COOPERACIÓN TIPOLOGÍA DE EMPRESAS



WINEOBS – MARKETPLACES
ESPECIALIZADOS

Ejemplo

IMPLEMENTACIÓN DE COOPERACIÓN TIPOLOGÍA 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:

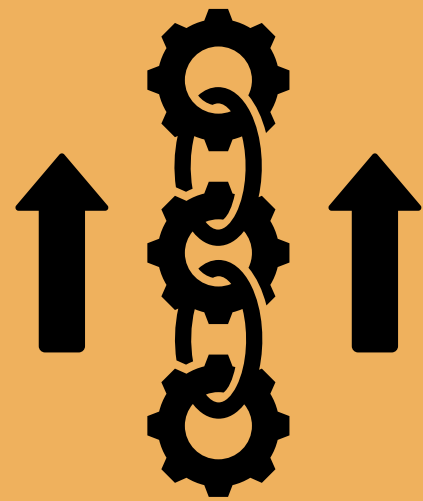
- Una encuesta para la demanda, dirigida a viajeros que se han alojado o han contratado una actividad guiada con alguna de las empresas adheridas al club de producto Ecoturismo en España y colaboradoras del Observatorio.
- Una encuesta para empresarios, dirigida específicamente a empresas adheridas al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

**OBSERVATORIO
ECOTURISMO ESPAÑA –
INTERCAMBIO DE DATOS**

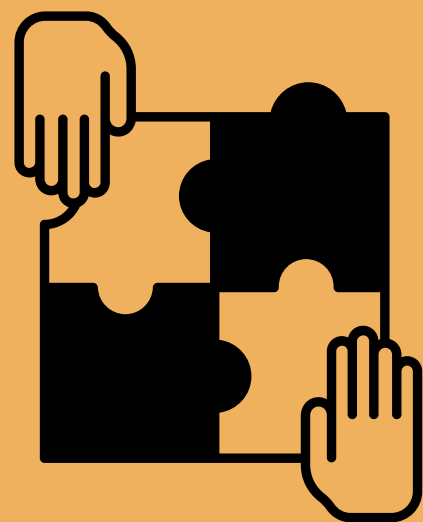
¿CÓMO IMPLEMENTAR? POR RELACIÓN EN LA CADENA DE VALOR

INTEGRACIÓN VERTICAL



- **Colaboración entre proveedores y distribuidores:** Fomentar la cooperación entre productores de vino, proveedores de insumos, y distribuidores para optimizar la cadena de suministro.
-
- **Logística conjunta:** Implementar soluciones logísticas compartidas para reducir costos y mejorar la eficiencia.

DESARROLLO NUEVOS PRODUCTOS



- **Co-creación:** Trabajar conjuntamente en la creación de nuevos productos enoturísticos que combinen servicios y experiencias de diferentes actores de la cadena de valor.
-
- **Estandarización:** Desarrollar estándares de calidad comunes que garanticen una experiencia consistente para los turistas.

¿CÓMO IMPLEMENTAR? POR CAMPO DE APLICACIÓN

TURISMO Y OCIO



- **Paquetes turísticos:** Diseñar paquetes turísticos que incluyan visitas a bodegas, actividades de ocio, y alojamiento, promoviendo una experiencia integral.
- **Eventos temáticos:** Organizar eventos temáticos que destaquen aspectos culturales y gastronómicos de la región.

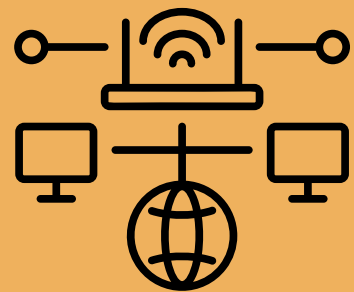


EDUCACIÓN Y CULTURA

- **Programas educativos:** Desarrollar programas educativos y culturales en colaboración con instituciones académicas y culturales.
- **Talleres y seminarios:** Ofrecer talleres y seminarios especializados.

¿CÓMO IMPLEMENTAR? REDES DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

REDES LOCALES E INTERNACIONALES



- **Participación en redes:** Involucrarse en redes de cooperación tanto locales como internacionales para compartir experiencias y mejores prácticas.
- **Proyectos conjuntos:** Desarrollar proyectos conjuntos que puedan beneficiarse de la financiación y el apoyo de estas redes.

INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS



- **Plataformas de conocimiento:** Crear plataformas donde las empresas puedan intercambiar conocimientos y experiencias, facilitando la innovación y la mejora continua.
- **Mentoría y asesoría:** Establecer programas de mentoría y asesoría entre empresas para fomentar el desarrollo empresarial y la cooperación.

05

PROCESO DE INTEGRACIÓN COOPERACIÓN EMPRESARIAL

El proceso de cooperación empresarial constituye una ruta estratégica que permite a las empresas pasar de la identificación de oportunidades conjuntas a la consolidación de alianzas sostenibles y exitosas. Este módulo guía paso a paso desde la identificación de socios potenciales, pasando por el establecimiento de contacto y negociación, hasta la formalización de acuerdos claros que generen confianza mutua. Posteriormente, se aborda la implementación práctica de la cooperación, acompañada de un monitoreo y evaluación constantes que permitan verificar los resultados y detectar áreas de ajuste. Finalmente, se incorpora la fase de adaptación y mejora continua, asegurando que las alianzas evolucionen en función de los cambios del mercado y las necesidades de los actores involucrados. Se trata, en esencia, de un proceso dinámico que transforma la colaboración en un motor de innovación, competitividad y crecimiento compartido.

PROCESO DE INTEGRACIÓN COOPERACIÓN EMPRESARIAL

IDENTIFICACIÓN DE SOCIOS

IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES: Definir claramente necesidades y objetivos de la cooperación.

CRITERIOS DE SELECCIÓN: compatibilidad de objetivos, valores, reputación, solidez financiera, experiencias y capacidades.

BÚSQUEDA Y EVALUACIÓN: utilizar diferentes fuentes para identificar socios.

ESTABLECIMIENTO DE CONTACTO Y NEGOCIACIÓN

PRIMER CONTACTO: El primer contacto debe ser profesional y claro, presentando la propuesta de colaboración y sus posibles beneficios. Puede hacerse a través de correos electrónicos, reuniones virtuales o en persona.

NEGOCIACIÓN DE LOS TÉRMINOS: En esta etapa se definen los objetivos comunes, los roles y responsabilidades de cada parte, la estructura de colaboración más adecuada y las condiciones financieras, incluyendo el reparto de beneficios.

FORMALIZACIÓN DEL ACUERDO

REDACCIÓN DE LOS CONTRATOS: La colaboración se formaliza mediante contratos que incluyan la duración y renovación, propiedad intelectual, confidencialidad y mecanismos de resolución de disputas.

REVISIÓN LEGAL: Es aconsejable que ambas partes revisen el contrato con sus asesores legales para asegurar que todos los aspectos estén cubiertos y protegidos.

PROCESO DE INTEGRACIÓN COOPERACIÓN EMPRESARIAL

IMPLEMENTACIÓN DE LA COOPERACIÓN

PLANIFICACIÓN Y COORDINACIÓN: La implementación de la cooperación requiere elaborar un plan detallado que contemple un cronograma de actividades, la asignación eficiente de recursos y el establecimiento de equipos de trabajo bien definidos, de manera que se asegure una ejecución organizada, coherente y orientada al cumplimiento de los objetivos comunes.

COMUNICACIÓN Y GESTIÓN: Mantener una comunicación abierta y regular entre las partes es esencial para el éxito de la cooperación. Utilizar herramientas de gestión de proyectos y plataformas de comunicación colaborativa.

MONITOREO Y EVALUACIÓN

INDICADORES DE RENDIMIENTO: Para medir el éxito de la cooperación es necesario definir indicadores clave de rendimiento (KPIs) que permitan evaluar de forma clara y objetiva los avances.

REVISIÓN PERIÓDICA: Realizar revisiones periódicas para evaluar el progreso y resolver posibles problemas. Estas revisiones deben ser documentadas y discutidas en reuniones regulares.

ADAPTACIÓN Y MEJORA CONTINUA

FEEDBACK Y AJUSTES
Recolectar feedback de todas las partes involucradas y realizar ajustes necesarios en la colaboración. Esto puede incluir cambios en la estrategia, redistribución de roles o ajuste de objetivos.

INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO
Buscar oportunidades para innovar y expandir la cooperación. Esto puede incluir la incorporación de nuevas tecnologías, la entrada en nuevos mercados o la ampliación de la colaboración a otras áreas.

06

INNOVACIÓN ABIERTA Y CO-CREACIÓN

La innovación abierta y la co-creación representan enfoques esenciales para impulsar la competitividad, la diferenciación y la sostenibilidad en el sector turístico. Estas estrategias se basan en la apertura de las organizaciones hacia la colaboración con actores externos clientes, proveedores, instituciones académicas, administraciones públicas y comunidades locales con el fin de generar soluciones más creativas, eficientes y adaptadas a las necesidades reales del mercado. Al integrar diversas perspectivas y conocimientos, las empresas turísticas pueden no solo enriquecer sus productos y servicios, sino también fortalecer su capacidad de adaptación frente a los cambios del entorno. El objetivo de este módulo es dotar a los participantes de las herramientas y metodologías necesarias para implementar prácticas de innovación abierta y procesos de co-creación, fomentando la participación activa de todos los agentes del ecosistema turístico y promoviendo una cultura colaborativa que dé lugar a experiencias únicas y de alto valor para los visitantes.

DIFERENCIAS FUNDAMENTALES INNOVACIÓN ABIERTA & CO-CREACIÓN

Aspecto	Innovación Abierta	Co-creación
Definición	Paradigma que propone usar ideas internas y externas, así como canales diversos para avanzar en la innovación.	Enfoque que involucra activamente a consumidores y stakeholders en la creación de valor.
Características	Colaboración con entidades externas (empresas, universidades, clientes). Enfoque flexible y abierto a distintas fuentes de innovación.	Participación directa de los usuarios en diseño y desarrollo. Enfoque centrado en la experiencia del cliente.
Beneficios	Acceso a diversidad de ideas. Reducción de costos y tiempos de desarrollo. Mayor competitividad.	Mayor satisfacción y lealtad del cliente. Productos y servicios más alineados al mercado. Incremento de innovación.
Desafíos	Gestión de propiedad intelectual. Integración de distintas culturas organizacionales. Manejo de colaboración a distancia.	Coordinación y gestión de aportaciones. Mantener coherencia en el producto final. Protección de la propiedad intelectual.

MODELOS Y ENFOQUES DE INNOVACIÓN ABIERTA

INBOUND OPEN INNOVATION

Este modelo se centra en incorporar ideas, conocimientos y tecnologías externas dentro del proceso interno de innovación de la empresa. En el sector turístico, esto significa aprovechar soluciones creadas por terceros para enriquecer la propia oferta.

Ejemplo: una cadena hotelera que integra en su sistema de reservas una tecnología de inteligencia artificial desarrollada por una startup, con el fin de personalizar la experiencia del cliente o mejorar la eficiencia operativa. Este enfoque permite reducir tiempos de desarrollo, disminuir costos y acceder a innovaciones de vanguardia sin necesidad de crearlas desde cero.

OUTBOUND OPEN INNOVATION

En este modelo, la organización aprovecha sus recursos y conocimientos internos para generar valor fuera de sus límites, comercializándolos mediante licencias, franquicias o la creación de spin-offs.

Ejemplo: una empresa turística que ha desarrollado un software propio de gestión de reservas decide licenciarlo a agencias de viajes o a pequeñas cadenas hoteleras que no cuentan con sistemas avanzados. De esta forma, la empresa monetiza su conocimiento y se posiciona como referente tecnológico en el sector, a la vez que impulsa la profesionalización de otros actores.

COUPLED OPEN INNOVATION

Este modelo combina elementos de inbound y outbound, fomentando la colaboración activa entre empresas, instituciones y otros socios estratégicos para co-crear innovaciones. Aquí el valor se genera de manera compartida, aprovechando tanto los recursos internos como las capacidades externas.

Ejemplo: una alianza entre un grupo hotelero y una empresa tecnológica para diseñar soluciones de smart hospitality (como habitaciones inteligentes con control de voz, check-in automático o sistemas de ahorro energético). Ambas partes contribuyen con su conocimiento y comparten riesgos, beneficios y aprendizajes.

Ejemplo

INBOUND OPEN INNOVATION



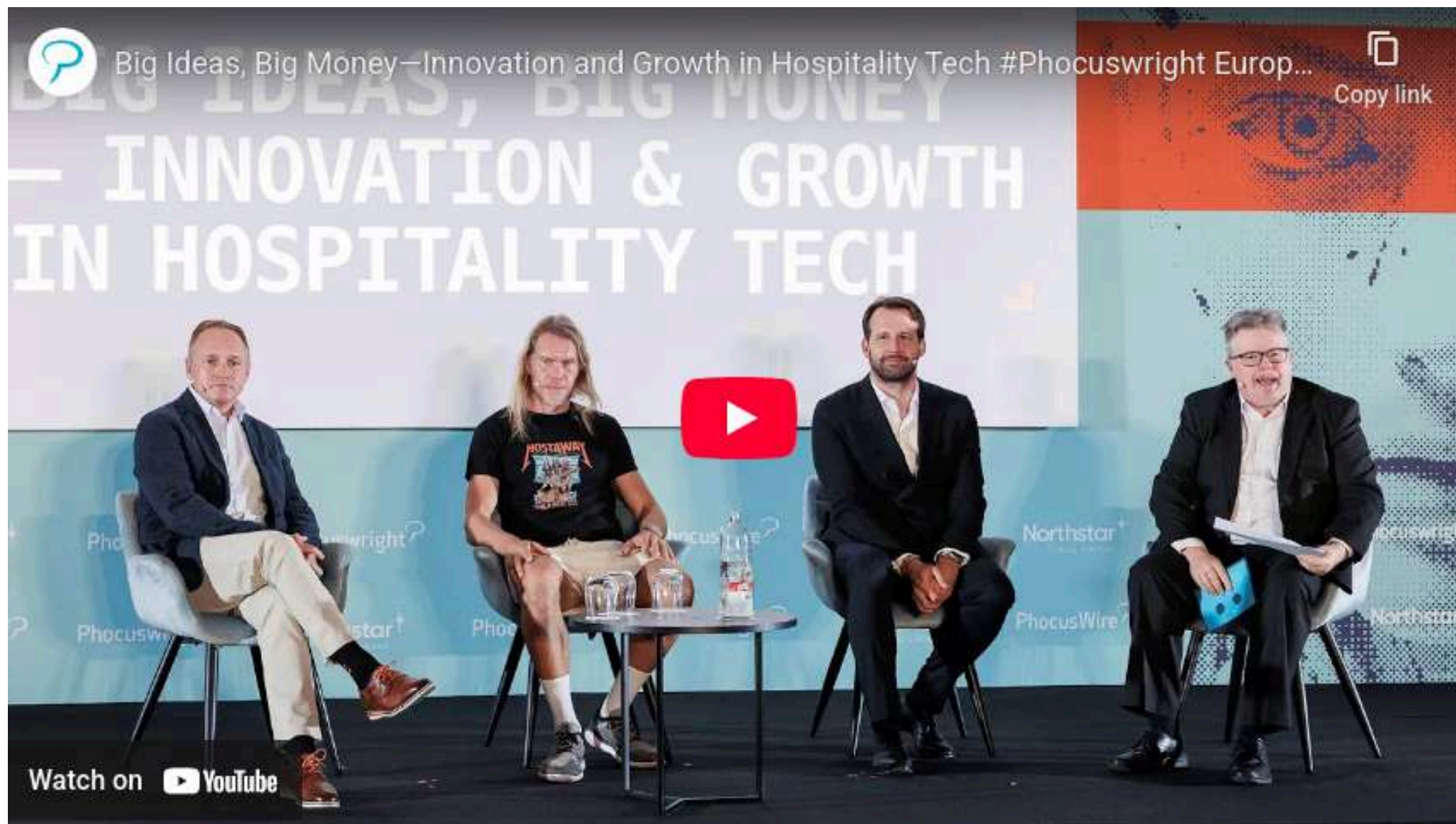
Demuestra cómo la plataforma de innovación Plug and Play conecta startups, hoteles y aerolíneas para explorar nuevas soluciones tecnológicas. Es un claro ejemplo de Inbound Open Innovation al integrar ideas externas en el sector de la hospitalidad.

PLUG & PLAY

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
<https://youtu.be/0J565D8sfRc?si=Q-W4-5cjp6BVZtxy>

Ejemplo

COUPLED OPEN INNOVATION



Explora cómo empresas como Mews, Lighthouse y Hostaway están impulsando la innovación en tecnología hotelera. Aunque engloba múltiples modelos, presenta aplicaciones tanto de Inbound como de colaboración estratégica (Coupled Open Innovation).

PLUG & PLAY

ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
<https://youtu.be/0J565D8sfRc?si=Q-W4-5cjp6BVZtxy>

PROCESO DE CO-CREACIÓN

Fases



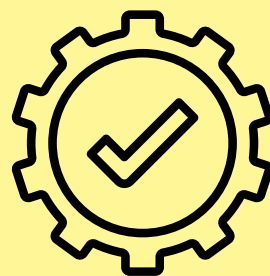
LA EXPLORACIÓN DE NECESIDADES Y OPORTUNIDADES

consiste en identificar qué buscan los clientes y hacia dónde se dirige el mercado. Para ello se emplean encuestas, entrevistas, análisis de tendencias y herramientas de big data, incluyendo el seguimiento de redes sociales, lo que permite anticiparse y detectar espacios de innovación.



LA GENERACIÓN DE IDEAS COLABORATIVAS

Se centra en crear un entorno participativo donde empleados, clientes y otros actores puedan aportar propuestas. A través de sesiones de brainstorming, hackathons y concursos, se fomenta la creatividad colectiva y surgen soluciones innovadoras en plazos cortos.



EL DESARROLLO Y PROTOTIPADO DE SOLUCIONES

busca transformar las ideas en realidades tangibles. Se elaboran prototipos o modelos funcionales que permiten probar el concepto, complementados con pruebas piloto a pequeña escala que ayudan a evaluar su viabilidad y recoger retroalimentación temprana.



LA IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN

implica llevar la innovación al mercado de manera gradual, facilitando la adaptación de los usuarios. Durante esta etapa, la retroalimentación se convierte en un insumo clave para ajustar y perfeccionar continuamente la propuesta, asegurando su sostenibilidad y éxito.

HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS

Co-creación



LOS MAPAS DE EMPATÍA

son herramientas que permiten comprender con mayor profundidad a los clientes, explorando lo que piensan, sienten, dicen y hacen. Gracias a esta visión integral, se pueden identificar sus verdaderas necesidades y diseñar soluciones que generen valor real.



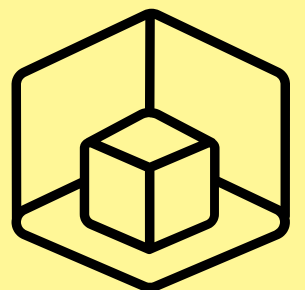
LOS WORKSHOPS COLABORATIVOS

son espacios de trabajo donde distintos participantes, como empleados, clientes o aliados estratégicos, se reúnen para intercambiar perspectivas y construir ideas en conjunto. Su dinámica favorece la creatividad colectiva y la co-creación de propuestas innovadoras.



LAS TÉCNICAS DE IDEACIÓN

incluyen métodos estructurados como SCAMPER, que invitan a sustituir, combinar, adaptar, modificar, poner en otro uso, eliminar o revertir elementos de un producto o servicio. Estas dinámicas estimulan la creatividad y ayudan a generar alternativas diversas.



EL PROTOTIPADO RÁPIDO

consiste en transformar ideas en modelos tangibles y funcionales en poco tiempo, con el fin de probar su efectividad antes de una implementación a gran escala. Esta técnica permite identificar fortalezas y áreas de mejora a partir de pruebas tempranas con los usuarios.

Ejemplo

MAPA DE EMPATÍA

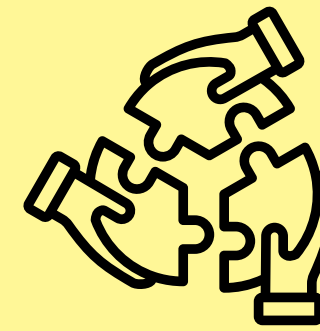


INTEGRACIÓN DE ACTORES EN LA INNOVACIÓN TURÍSTICA



CLIENTES COMO CO-CREADORES

- Involucrar a los Clientes: Estrategias para incluir a los clientes en el proceso de desarrollo de productos, como a través de comunidades en línea y plataformas de colaboración.
- Plataformas de Colaboración: Uso de redes sociales y aplicaciones móviles para recoger y gestionar las ideas de los clientes de manera continua.



COLABORACIÓN ENTRE EMPRESAS TURÍSTICAS

- Creación de Clústeres: Formación de grupos de empresas que colaboran para desarrollar soluciones innovadoras, como destinos turísticos que se unen para crear ofertas integradas.
- Alianzas Público-Privadas: Colaboración entre el sector público y privado para fomentar la innovación y el desarrollo sostenible en el turismo.

ROL DE LAS TECNOLOGÍAS EN LA INNOVACIÓN

BIG DATA Y ANALÍTICA DE DATOS

El uso de big data y analítica avanzada permite recopilar y procesar grandes volúmenes de información provenientes de diferentes fuentes como redes sociales, plataformas de reservas, transacciones y dispositivos móviles para comprender mejor las preferencias y comportamientos de los clientes.

PLATAFORMAS DIGITALES

Las plataformas digitales son entornos en línea que facilitan la interacción, la colaboración y el intercambio de ideas entre diferentes actores del ecosistema turístico, como empresas, instituciones, comunidades locales y turistas. Estas herramientas no solo permiten co-crear experiencias y productos innovadores, sino que también agilizan procesos como la gestión de proyectos, la comercialización y la comunicación.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La inteligencia artificial ofrece un abanico de aplicaciones que transforman la forma en que se diseñan y entregan los servicios turísticos. Gracias a algoritmos de aprendizaje automático y análisis predictivo, la IA permite personalizar la experiencia del cliente, desde recomendaciones de viaje hasta asistentes virtuales que optimizan la atención.

Ejemplo

INTELIGENCIA ARTIFICIAL & PERSONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA



ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
<https://youtu.be/JDO1E7XYvTM>

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN ABIERTA Y CO-CREACIÓN

DISEÑO DE UN PLAN DE INNOVACIÓN ABIERTA

- **Identificación de Objetivos y Recursos:** Establecimiento de metas claras y asignación de los recursos necesarios para el proceso de innovación.
- **Selección de Socios Estratégicos:** Identificación y evaluación de posibles colaboradores, tanto internos como externos.
- **Gestión del Proceso de Innovación:** Planificación y seguimiento de las actividades de innovación para asegurar el cumplimiento de los objetivos.

GESTIÓN DEL CAMBIO Y CULTURA ORGANIZACIONAL

- **Fomento de una Cultura de Colaboración:** Desarrollo de una cultura interna que valore y promueva la colaboración y la apertura a nuevas ideas.
- **Capacitación y Desarrollo de Competencias:** Formación continua de los empleados en habilidades relacionadas con la innovación y la colaboración.

MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO

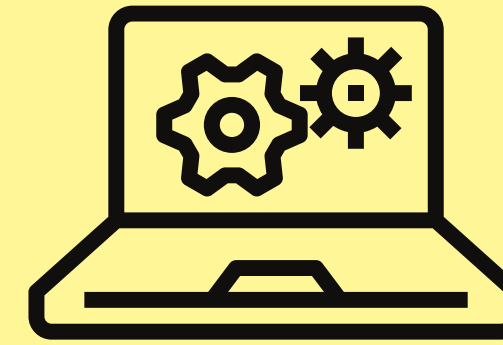
- **Indicadores de Desempeño:** Definición de métricas claras para evaluar el éxito de las iniciativas de innovación.
- **Evaluación de Resultados y Aprendizajes:** Análisis de los resultados obtenidos y la incorporación de los aprendizajes en futuros proyectos de innovación.

METODOLOGÍA INNOVACIÓN ABIERTA Y CO-CREACIÓN



SESIONES TEÓRICAS

- Estudios de Caso: Análisis detallado de ejemplos reales de innovación abierta y co-creación en el sector turístico para identificar buenas prácticas y lecciones aprendidas.
- Proyectos Colaborativos: Desarrollo de proyectos en grupos para fomentar la práctica de la co-creación y la aplicación de los conceptos aprendidos.

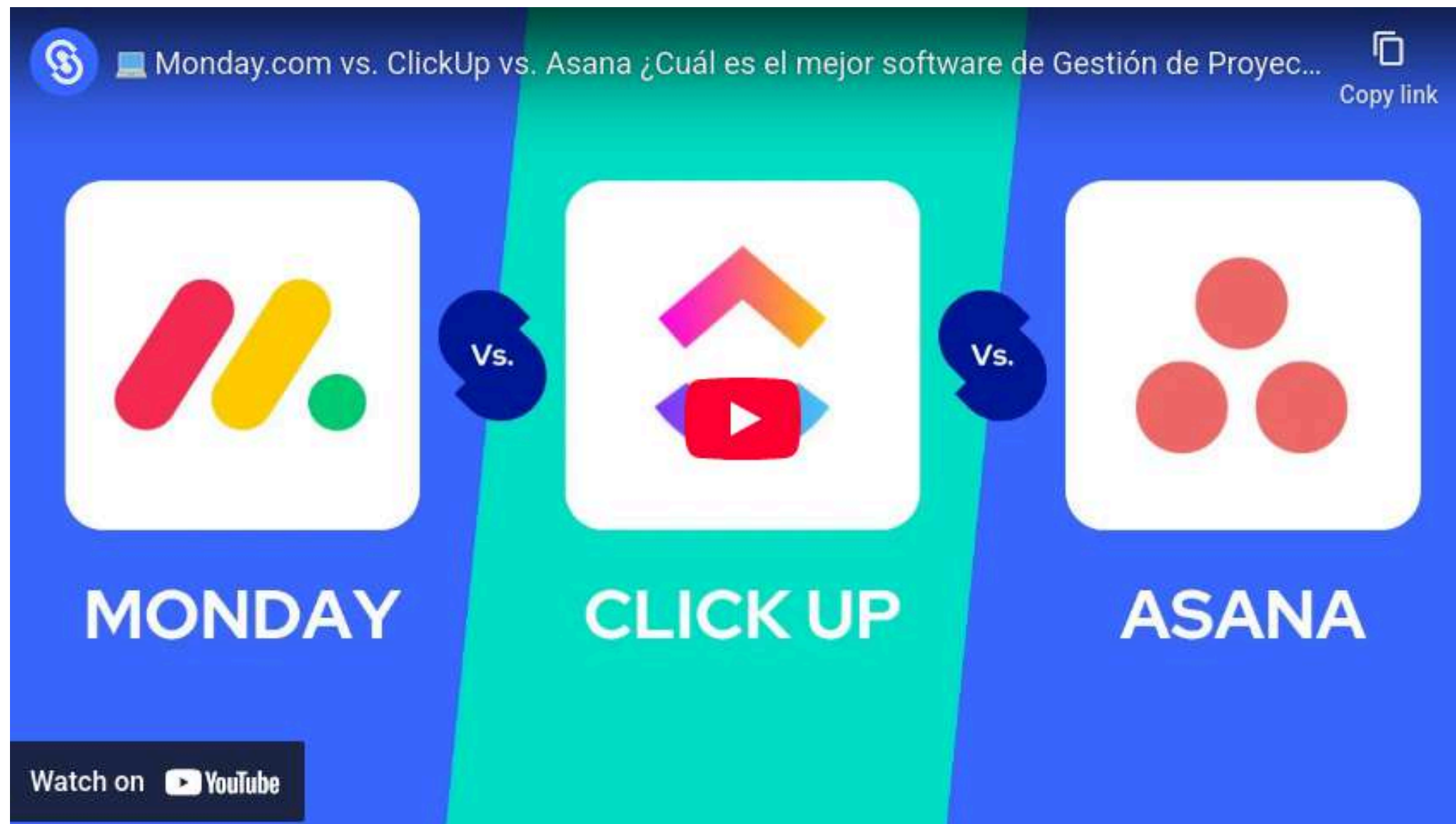


HERRAMIENTAS DIGITALES

- Plataformas de Colaboración en Línea: Herramientas como Slack, Trello o Asana para facilitar la comunicación y la gestión de proyectos colaborativos.
- Software de Gestión de Proyectos y Prototipado: Herramientas como Miro, Figma o InVision para la planificación y el desarrollo de prototipos.

Ejemplo

SISTEMA DE GESTIÓN DE PROYECTOS MONDAY - CLICK UP - ASANA



ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO
<https://youtu.be/JDO1E7XYvTM>

FIN DE LA SESIÓN





Creación Experiencias

Evaluación Curso y Profesor



www.teverga.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@teverga.creacionexperiencias.com



Tel: +34 692 43 95 19