

DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA EN TURISMO: ESTRATEGIAS PARA DESTACAR Y CRECER

2025



FORMADOR



Javier Espina Argentina

Con más de **25 años de experiencia en turismo, negocios internacionales y formación empresarial**, con una trayectoria que combina gestión pública, dirección privada y labor académica. Ha liderado proyectos de desarrollo turístico y reposicionamiento de destinos, siempre con una visión estratégica e innovadora.

Fue **Ministro de Turismo de Mendoza y Director del Consejo Federal de Turismo de Argentina**, impulsando programas como las Rutas del Vino y las Rutas Gastronómicas. En el ámbito privado, ocupó cargos ejecutivos en bodegas y fundaciones vitivinícolas, destacándose en la apertura de mercados internacionales para vinos y alimentos argentinos.

Como consultor y emprendedor, es cofundador de OCICO y actualmente se desempeña como **Gerente de Turismo en Grupo Mirgor**, además de asesorar a Finca San Gerardo y representar a Aurapack – Condor Supermercados en Argentina. **Su experiencia combina la gestión integral de proyectos con la generación de negocios en turismo y agroindustria.**

En el ámbito académico, **es profesor en programas de alta dirección y de posgrado en la Universidad Nacional de Cuyo**, y coautor del libro “**Gestión de los Negocios Internacionales y Dirección Estratégica de Venta Profesional**” (Pearson Prentice Hall). Apasionado por el turismo, las exportaciones y la capacitación, mantiene una visión abierta y colaborativa, siempre dispuesto a asumir nuevos desafíos que generen valor y crecimiento.

[Conoce más](#)

FORMADOR



Romanella Paggi Argentina

Profesional del turismo **con más de 20 años de experiencia en la creación, gestión y comercialización de productos y servicios turísticos**, desarrollando su carrera en empresas, instituciones académicas y proyectos propios. Su trayectoria combina la visión estratégica con la operación práctica en sectores clave como el enoturismo, los viajes internacionales y la formación de profesionales.

Fue Socia Gerente en Ketek Eventos & Turismo **durante 16 años, liderando un tour operador especializado en las rutas del vino de Sudamérica y organizador de eventos internacionales**, además de representar a Argentina en la red Great Wine Capitals. Se desempeñó también como Gerente de Sucursal en Fuga Empresa de Viajes y Turismo y como Especialista en Ventas en Biblos Travel, acumulando experiencia en gestión operativa, desarrollo de productos y atención al cliente.

En el ámbito académico, ejerció como Profesora en la **Universidad Tecnológica Nacional (UTN) durante una década y como Docente en la Universidad del Aconcagua, donde dictó módulos de Comercialización y Creación de Experiencias en la Diplomatura en Enoturismo**. Su labor docente ha estado orientada a la formación de nuevas generaciones de profesionales del turismo con un enfoque práctico y de innovación.

Actualmente es **Socia Fundadora de OCICO, empresa dedicada a la creación de experiencias y destinos turísticos desde una mirada estratégica e integral, donde aporta su conocimiento en marketing, desarrollo de proyectos y dirección de equipos**.

[Conoce más](#)

FORMADOR



Rodrigo Lemos Argentina

Licenciado en Turismo **con más de 20 años de trayectoria, especializado en la gestión de proyectos turísticos públicos y privados.** Su experiencia combina la coordinación institucional, la gestión de destinos y el desarrollo de productos turísticos innovadores, con énfasis en la articulación entre actores y la sostenibilidad.

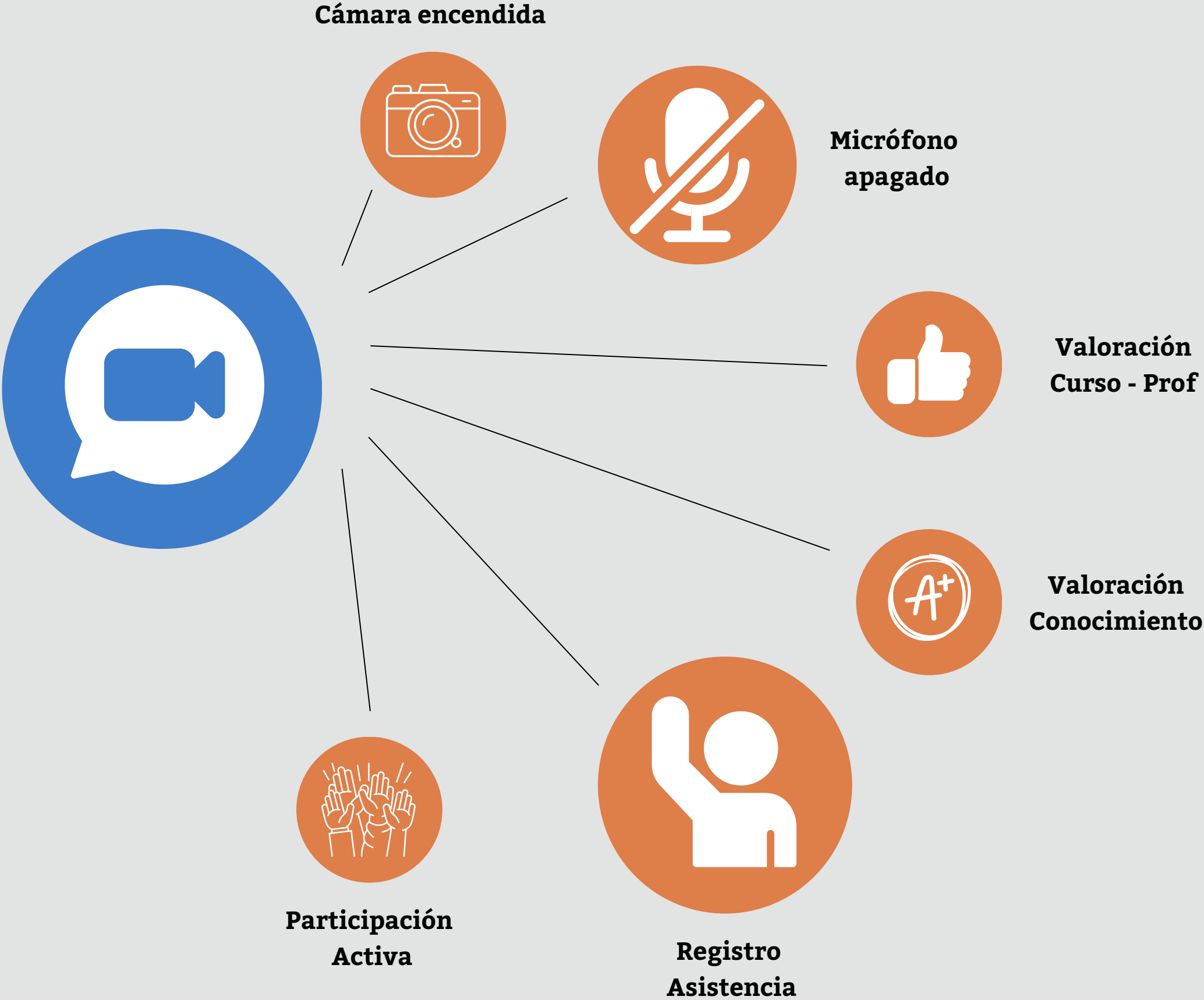
Ha ocupado roles clave como **Coordinador de Turismo del Vino en COVIAR y en el Ente de Turismo de Mendoza, impulsando programas estratégicos para el posicionamiento del enoturismo argentino a nivel nacional e internacional.** Asimismo, se desempeñó como Director Residente en Academic Program International, liderando programas académicos y de intercambio cultural con alcance internacional.

Actualmente es socio fundador de **OCICO, consultora dedicada a la creación de experiencias y destinos turísticos desde una mirada estratégica e integral, donde aporta su conocimiento en diseño de productos, coordinación de proyectos y gestión interinstitucional.** Paralelamente, ejerce como consultor especializado en turismo del vino en COVIAR, articulando iniciativas de innovación y sostenibilidad para fortalecer la competitividad del sector.

Como Miembro Colaborador de la **Cátedra Unesco de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible, contribuye al diseño de proyectos que integran turismo, cultura y medio ambiente,** siempre con la visión de generar valor económico y social en las comunidades locales sin comprometer los recursos de las futuras generaciones.

[Conoce más](#)

REQUISITOS PARA LA SESIÓN



ÍNDICE

Módulo 01 - Introducción y Fundamentos

Concepto de diferenciación competitiva y ventajas sostenibles.

Ejemplos de diferenciación en el turismo (hoteles boutique, rutas enoturísticas, turismo regenerativo).

Taller práctico: identificar la propuesta de valor diferencial de la empresa participante.

Módulo 02 – Conocer la empresa y su entorno

Análisis interno y externo:

- Microentorno y macroentorno (PESTEL).
- DAFO aplicado a empresas turísticas.
- Factores clave de éxito en turismo.

Matrices estratégicas aplicadas al turismo:

- Ansoff (expansión de mercados/experiencias).
- Posicionamiento competitivo.
- Porter y la dinámica de la competencia.

Pirámide de Maslow aplicada al turismo experiencial.

Dinámica práctica: diagnóstico rápido de entorno con ejemplos del sector.

Módulo 03 – Conocer el mercado

Identificación de competidores directos e indirectos.

Demanda y segmentación de clientes.

El “customer journey” en turismo.

Diseño y evaluación de la experiencia del cliente.

Caso aplicado: mapear el viaje del cliente en una bodega, hotel o destino.

ÍNDICE

Módulo 04 – Excediendo expectativas

Principios de diseño de experiencias memorables.

Fases para diseñar una experiencia diferencial (inspiración – interacción – recuerdo).

Herramientas para medir satisfacción y valor percibido.

Workshop: co-creación de una experiencia innovadora con clientes.

Módulo 05 – Competencias y Recursos

Recursos humanos:

- La felicidad laboral como motor de innovación y diferenciación.
- Liderazgo y motivación en equipos turísticos.

Recursos materiales:

- Infraestructura, tecnología y digitalización como diferenciadores.
 - Sostenibilidad como recurso estratégico.
 - Ejercicio práctico: plan de acción de recursos clave para diferenciarse.
-

Módulo 06 - Sostenibilidad y responsabilidad como diferenciadores

La sostenibilidad como ventaja competitiva.

Certificaciones y sellos turísticos.

Economía circular aplicada a experiencias turísticas.

Inclusión y accesibilidad como factores diferenciales.

Ejercicio aplicado: checklist de sostenibilidad y accesibilidad para la empresa/destino.

OBJETIVOS GENERALES DE LA FORMACIÓN

1. **Comprender los fundamentos de la diferenciación competitiva** y su importancia en el sector turístico.
2. **Analizar la empresa y su entorno** con herramientas estratégicas (PESTEL, DAFO, Porter, Ansoff, Maslow).
3. **Identificar y segmentar a los clientes**, diseñando experiencias que respondan a sus necesidades a lo largo del “customer journey”.
4. **Aplicar técnicas de diseño de experiencias memorables** que superen las expectativas y fomenten la fidelización.
5. **Integrar sostenibilidad, inclusión y responsabilidad social** como ejes diferenciales en la propuesta de valor.

01

INTRODUCCIÓN

En un mercado turístico cada vez más competitivo y globalizado, diferenciarse ya no es una opción, sino una necesidad. Los viajeros actuales buscan experiencias que vayan más allá del producto básico: quieren propuestas auténticas, memorables y alineadas con sus valores. En este contexto, la diferenciación competitiva se convierte en la clave para que una empresa turística destaque, fidelice clientes y logre una ventaja sostenible frente a sus competidores. Este curso ofrece las herramientas y técnicas necesarias para que cada organización identifique su propuesta única de valor y la convierta en motor de crecimiento y posicionamiento.

CONCEPTO DE DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA

La diferenciación competitiva es la capacidad de una empresa para ofrecer algo único, relevante y valioso que la distingue de su competencia.

En turismo, no basta con tener “un hotel”, “una agencia” o “una actividad de aventura”: los viajeros buscan experiencias auténticas, memorables y alineadas a sus intereses (ej. naturaleza, cultura, gastronomía, sostenibilidad).

Diferenciarse permite:

- Evitar competir solo por precio.
- Generar confianza y lealtad del cliente.
- Posicionarse en un segmento atractivo del mercado.
- Incrementar la rentabilidad.

TIPOS DE DIFERENCIACIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS DEL MISMO SEGMENTO



VENTAJAS SOSTENIBLES DE LA DIFERENCIACIÓN



Una ventaja sostenible es aquella difícil de copiar por otros competidores.

En turismo, puede basarse en:

- Recursos únicos: ubicación privilegiada, patrimonio histórico, paisajes naturales.
- Hospitalidad y cultura de servicio: trato cálido, experiencias personalizadas.
- Innovación continua: diseño de rutas temáticas, digitalización, gamificación.
- Reputación y confianza: reconocimientos, certificaciones, reseñas positivas.

Ejemplo

EJEMPLOS DE DIFERENCIACIÓN EN TURISMO

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



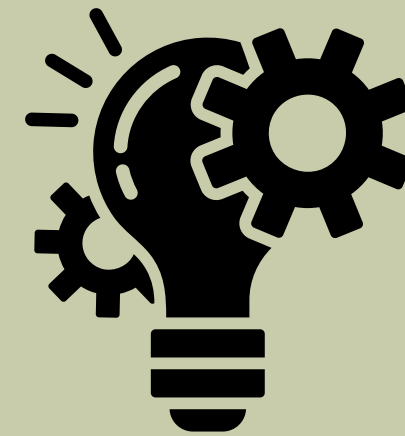
MULTILATERALIDAD

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

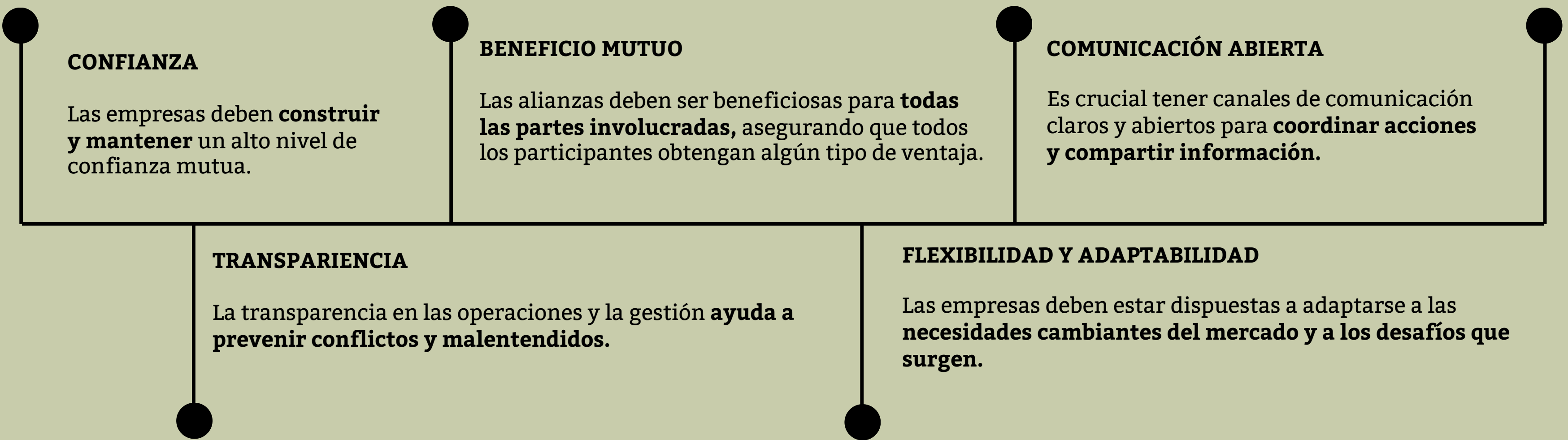
Facilita la creación de productos turísticos innovadores mediante la combinación de recursos y conocimientos.



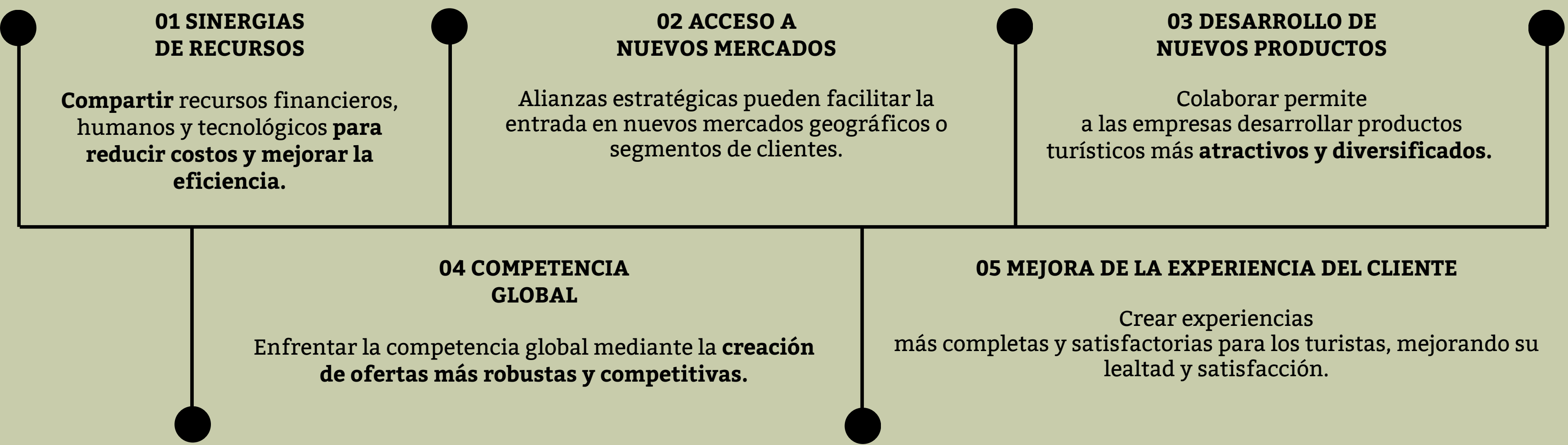
COMPETITIVIDAD

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

PRINCIPIOS PARA COOPERACIÓN EMPRESARIAL



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/lyOSptHlpfg>

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



Ejemplo

BVLGARI + MARRIOT INTERNATIONAL



CALIDAD EN EL SERVICIO

BVLGARI + MARRIOT 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

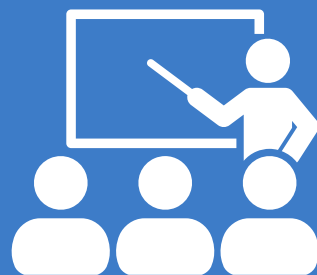
Mediante campañas de marketing conjunto, las empresas pueden acceder a una mayor audiencia y atraer a un número mayor de turistas.

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.



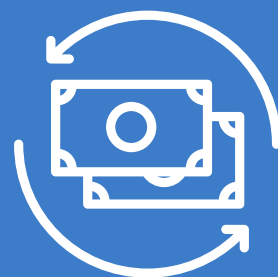
FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

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.



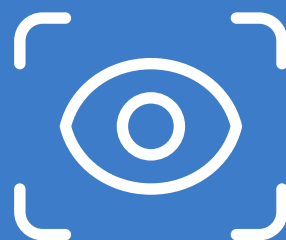
FORMENTO A LA SOSTENIBILIDAD

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



**GENERACIÓN
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



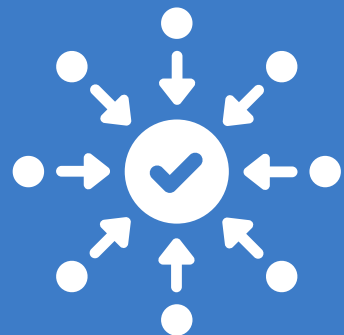
PAQUETES COMPLETOS

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

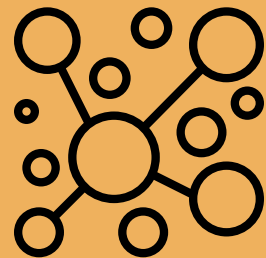
La cooperación empresarial es una herramienta estratégica que permite a los destinos turísticos fortalecer su competitividad mediante el trabajo conjunto de sus actores. Implementarla de manera efectiva implica identificar las formas más adecuadas de colaboración, ya sea entre empresas de la misma tipología, 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

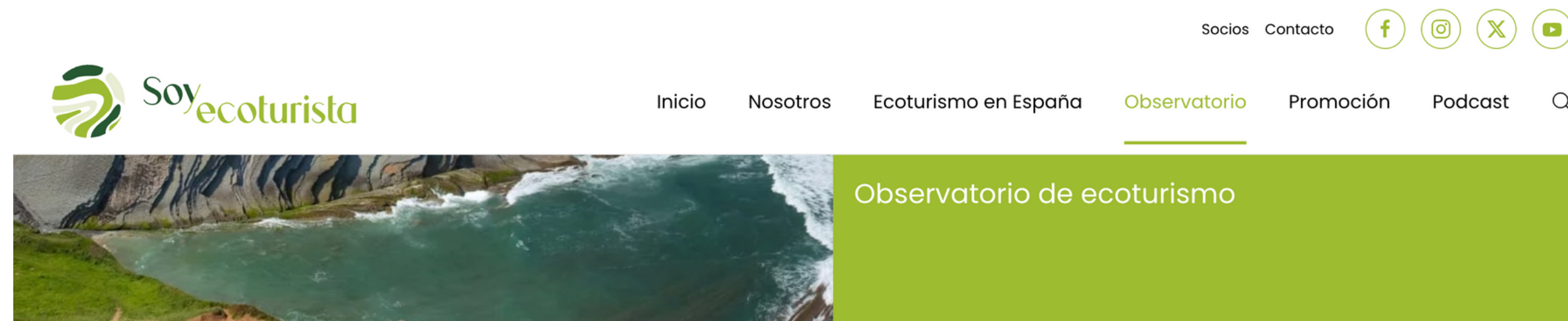
IMPLEMENTACIÓN DE COOPERACIÓN TIPOLOGÍA DE EMPRESAS



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.

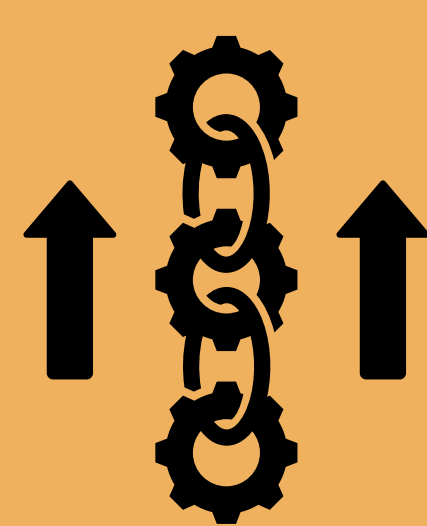
El Observatorio de Ecoturismo, que recopila datos desde 2018, se basa en **3 modelos de encuestas**:

- 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

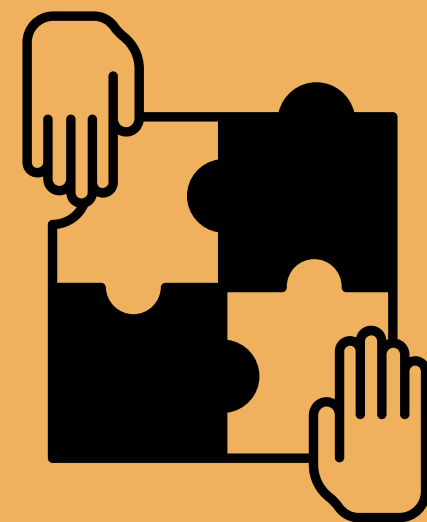
**OBSERVATORIO
ECOTURISMO ESPAÑA –
INTERCAMBIO DE DATOS**

¿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.

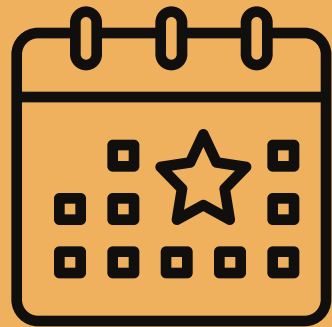


DESARROLLO NUEVOS PRODUCTOS

- **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.

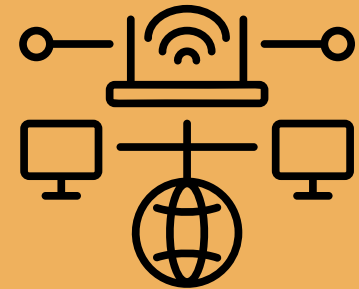


EDUCACIÓN Y CULTURA

- **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



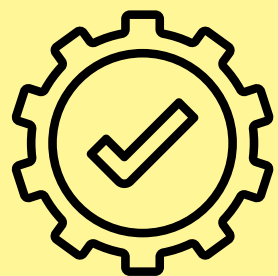
LA EXPLORACIÓN DE NECESIDADES Y OPORTUNIDADES

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.



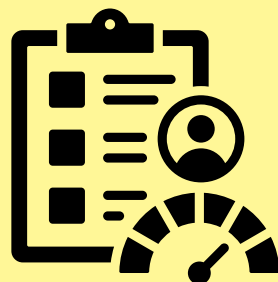
LA GENERACIÓN DE IDEAS COLABORATIVAS

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.



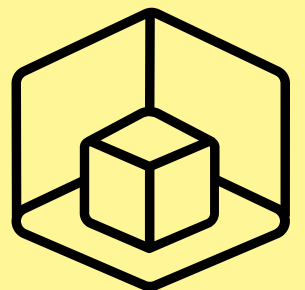
LOS WORKSHOPS COLABORATIVOS

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

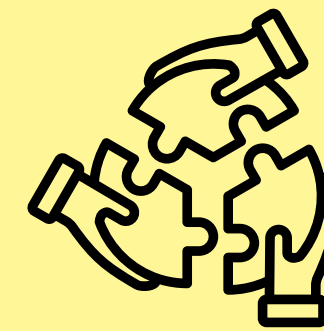


INTEGRACIÓN DE ACTORES EN LA INNOVACIÓN TURÍSTICA



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

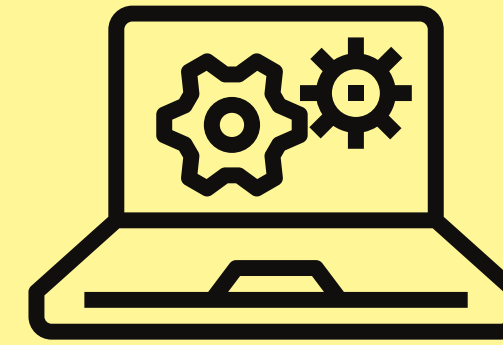
DISEÑO DE UN PLAN DE INNOVACIÓN ABIERTA	GESTIÓN DEL CAMBIO Y CULTURA ORGANIZACIONAL	MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO
- Identificación de Objetivos y Recursos: Establecimiento de metas claras y asignación de los recursos necesarios para el proceso de innovación. - Selección de Socios Estratégicos: Identificación 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.	- 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.	- 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.

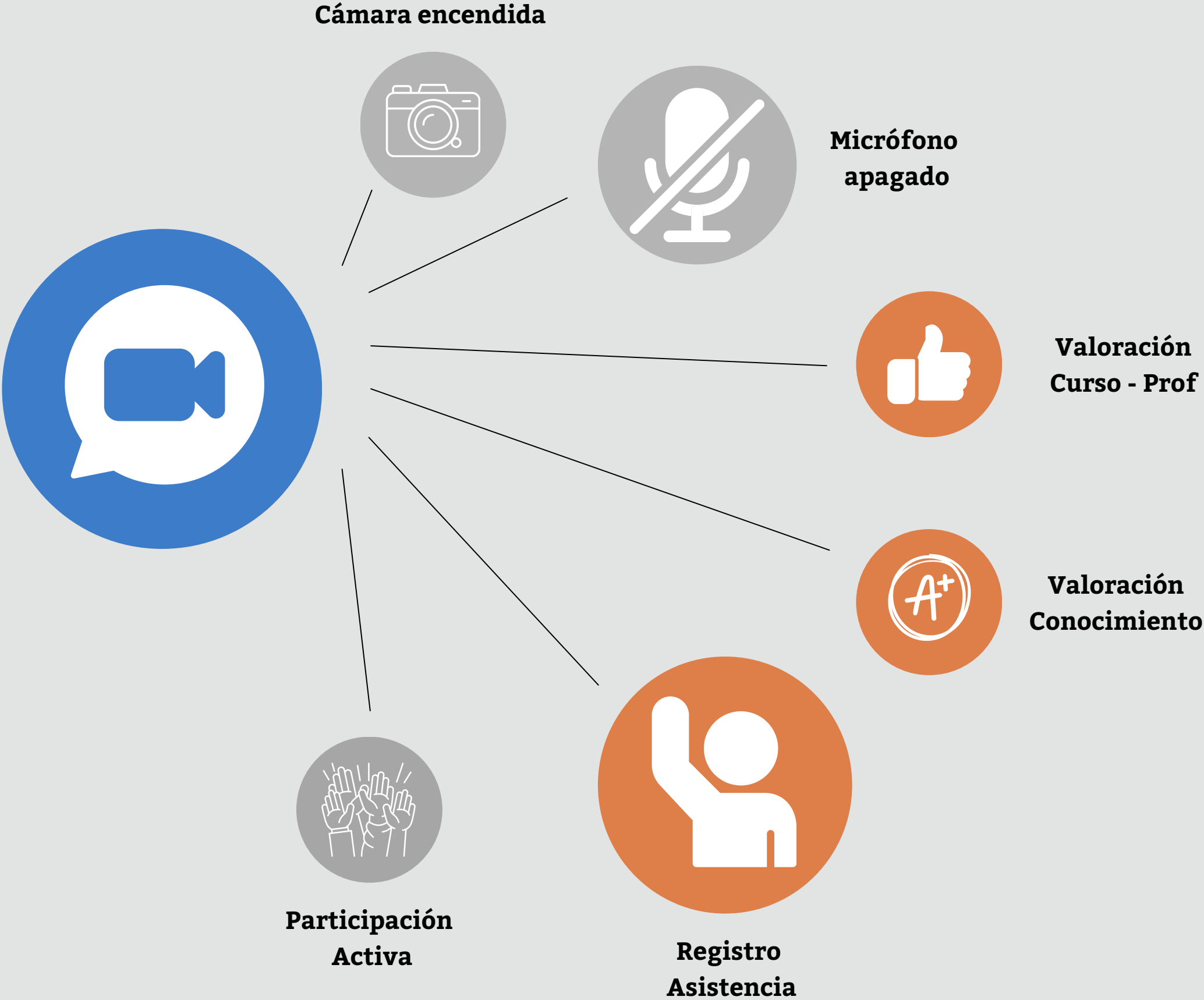
Ejemplo

SISTEMA DE GESTIÓN DE PROYECTOS MONDAY - CLICK UP - ASANA



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

FIN DE LA SESIÓN





CreaciónExperiencias



www._____.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@_____.creacionexperiencias.com



Tel: _____