

COOPERACIÓN EMPRESARIAL COMO BASE PARA A CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

2025

FORMADOR



PABLO LÓPEZ PÉREZ

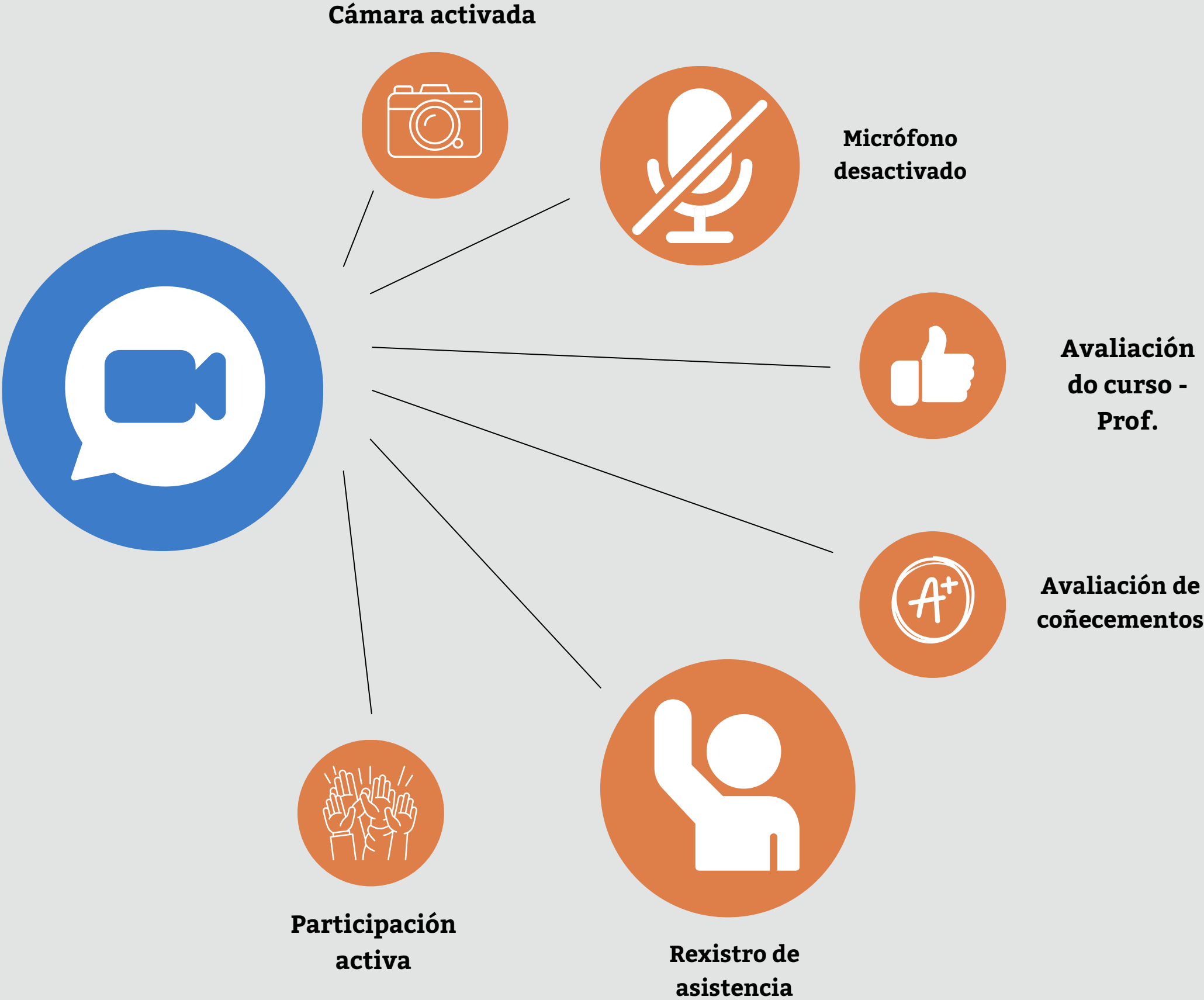
Responsable de Persoas en Implicatum

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

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

[Coñece máis](#)

REQUISITOS PARA A SESIÓN



ÍNDICE

Módulo 01 - Introducción

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

Módulo 02 – Cooperación empresarial

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

Módulo 03: Vantaxes da cooperación empresarial

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

ÍNDICE

Módulo 04: Como implementar a cooperación empresarial

Como implementar a cooperación empresarial no destino

Dentro dunha tipoloxía de empresas

Por relación na cadea de valor

Por campo de aplicación

Redes de cooperación empresarial

Módulo 05: Proceso de cooperación empresarial

Identificación de socios potenciais

Establecemento de contacto e negociación

Formalización do acordo

Implementación da cooperación

Seguimento e avaliación

Adaptación e mellora continua

Módulo 06 – Innovación aberta e cocreación

Comparación entre innovación aberta e cocreación.

Modelos e enfoques de innovación aberta.

Proceso de cocreación.

Ferramentas e técnicas de cocreación.

Integración de actores na innovación.

O papel das tecnoloxías na innovación aberta e a cocreación.

Implementación de estratexias de innovación aberta e cocreación.

Metodoloxía.

OBXECTIVOS XERAIS DA FORMACIÓN

1. Fomentar a colaboración

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

2. Mellorar a competitividade

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

3. Promover a innovación

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

4. Fortalecer a sustentabilidade

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

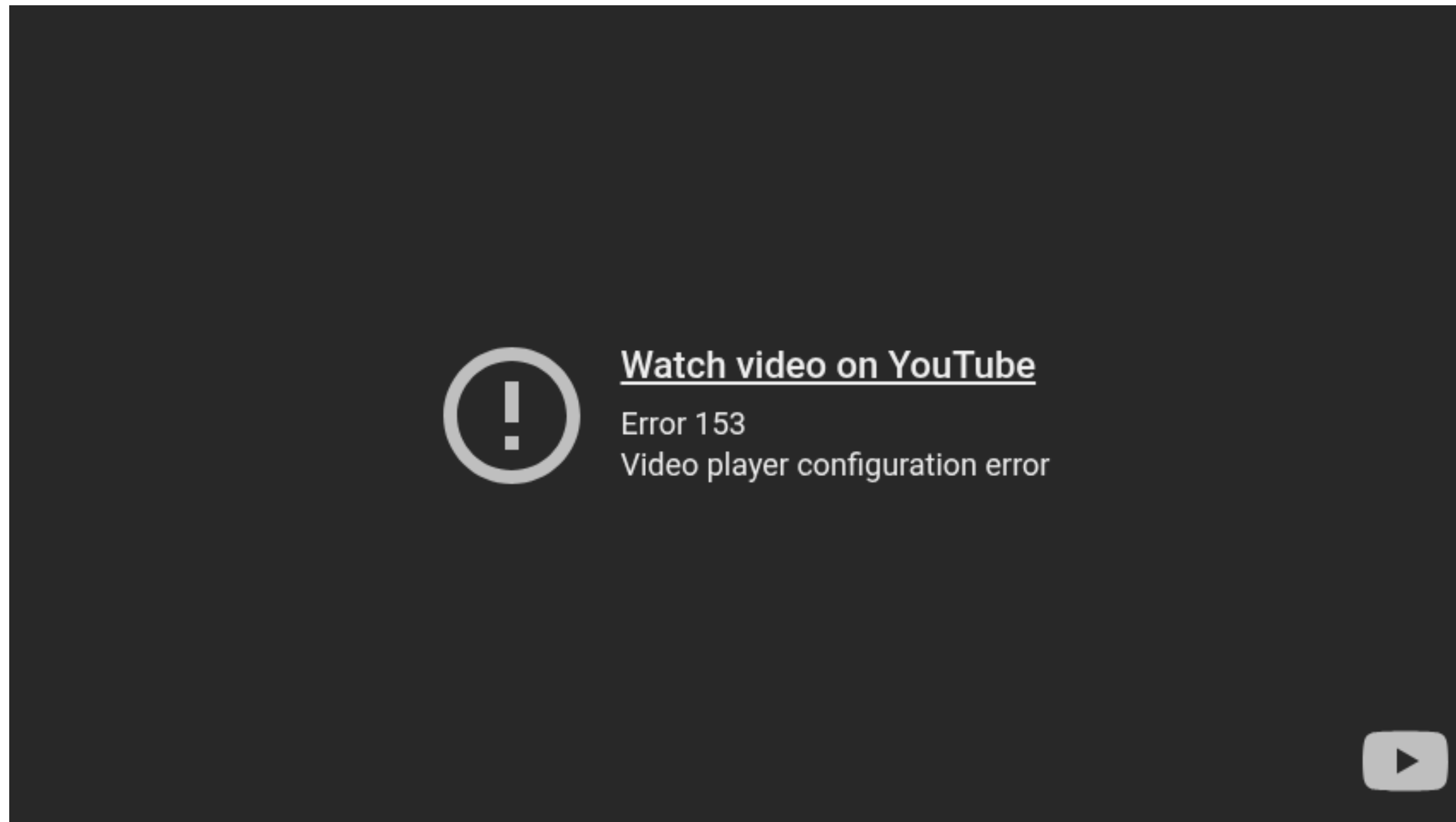
01

INTRODUCCIÓN Á COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Este módulo ofrece unha visión xeral inicial da cooperación empresarial, abordando os seus conceptos fundamentais e diferenciándoa doutras formas de cooperación como as alianzas estratéxicas ou as fusiones. Esta sección destaca os beneficios da cooperación como ferramenta clave para fortalecer as empresas e xerar sinerxías positivas. Tamén presenta os principais modelos de cooperación empresarial, que servirán de base para comprender como estas dinámicas contribúen ao crecemento, a innovación e a competitividade no sector turístico e máis aló.

Exemplo

VÍDEO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL



TRABALLO COOPERATIVO

O vídeo lémbra-nos que a cooperación permítenos acadar obxectivos que serían imposibles por nós mesmos: cando as empresas unen forzas, combinan forzas, optimizan recursos e xeran un maior impacto. No turismo, a colaboración significa crear experiencias máis atractivas, gañar visibilidade e crecer xuntos de forma sostible.

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO

https://youtu.be/CgBAo_JnUkk

QUE É A COOPERACIÓN EMPRESARIAL?

1. **Unha estratexia na que dúas ou máis empresas traballan xuntas, formal ou informalmente, para acadar obxectivos comúns que non poderían acadar individualmente.**
2. **A cooperación implica compartir recursos, coñecementos, tecnoloxías e mercados.**
3. **Alianza entre dúas ou máis empresas cuxo propósito é xerar sinerxías. Polo tanto, as empresas cooperantes colaboran entre si para maximizar a súa competitividade e promover a innovación.**

TIPOS DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Tipo de cooperación	Definición	Exemplos turísticos
Horizontal	Entre empresas do mesmo sector e nivel da cadea de valor. Buscan fortalecer a súa posición ao reducir custos.	• Varias axencias de viaxes que unen forzas para promocionar un destino. • Rede de hoteis boutique que comparte campañas e reservas. • Adegas que organizan xuntas unha festa do viño.
Vertical	Entre empresas de diferentes niveis da mesma cadea de valor. Integran servizos complementarios.	• Hotel + axencia de viaxes + compañía aérea para un paquete turístico. • Adega + restaurante local para experiencias de maridaxe. • Plataforma de reservas en liña + hoteis + transporte.
Transversal	Entre empresas de sectores distintos, que innovan para atraer novos públicos.	• Museo de arte + cervexería artesanal para rutas culturais. • Empresa tecnolóxica + destino turístico con aplicacións de realidade aumentada. • Festival de música + operadores turísticos que venden paquetes.

DIFERENZAS ENTRE COOPERACIÓN, ALIANZA E FUSIÓN

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

Exemplo

COOPERACIÓN



**Rede Europea de Cidades do Viño (RECEVIN) →
Cooperación entre cidades produtoras de viño de 11 países europeos para promover conxuntamente rutas e eventos do viño (por exemplo, o Día Europeo do Enoturismo).**



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



**Programa da OMT (OMT) – Rede Internacional de Observatorios de Turismo Sostible (INSTO)
→ Iniciativa de cooperación para diferentes países e destinos (España, México, China, Grecia, etc.) para compartir indicadores, boas prácticas e metodoloxías en turismo sostible.**

Exemplo

ALIANZA



**MSC Cruceiros +
Cirque du Soleil
(2017) →
Colaboración para
ofrecer espectáculos
exclusivos a bordo da
frota MSC.**



**Basque Culinary Center +
Organización Mundial do
Turismo (OMT) (2018) →
Acordo para fortalecer o
turismo gastronómico a nivel
internacional a través da
innovación e a formación.**



**Consello de Turismo de Nova
Zelandia + Airbnb (2019) →
Campaña conxunta para
promover experiencias
turísticas auténticas con
anfitrións locais.**

Exemplo

FUSIÓN

American Airlines 



U·S AIRWAYS

American Airlines + US Airways (2013) → Naceu a aeroliña máis grande do mundo naquel momento, que operaba baixo a marca American Airlines.

 tripadvisor®



TripAdvisor + Viator (2014) → TripAdvisor adquiriu Viator, unha plataforma especializada en viaxes e experiencias, ampliando así a súa carteira.


Marriott®
HOTELS · RESORTS · SUITES
starwood
*
Hotels and
Resorts

Marriott International + Starwood Hotels & Resorts (2016) → Creou a cadea hoteleira máis grande do mundo, reunindo marcas como Sheraton, Westin, W Hotels, Ritz-Carlton e moitas máis baixo o paraugas de Marriott.

Actividade

COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Duración total: 10 minutos

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

Instrucións:

- Formación de grupos e asignación de roles (2 minutos)
- Cada participante escolle unha tarxeta co papel dun actor turístico (seguinte diapositiva)
- Fórmanse grupos pequenos de 3 ou 4 persoas ao chou.
- Cada grupo comparte o seu exemplo.

1. Desafío de cooperación

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

2. Desafío de Alianza

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

3. Desafío de fusión

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

Actividade

COOPERACIÓN EMPRESARIAL

 **Aeroliña**

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

 **Hotel**

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

 **Adegas / Viñedo**

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

 **Restaurante / Gastronomía**

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

 **Axencia de viaxes / Operador turístico**

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

 **Oficina de Turismo**

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

 **Operador de turismo rural/de natureza**

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

 **Centro Cultural / Museo**

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

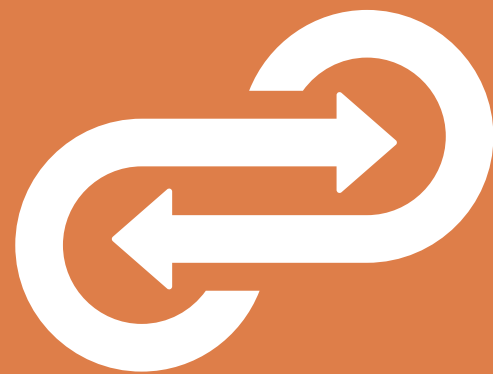
 **Empresa de transporte turístico**

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

 **Artesanía**

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

BENEFICIOS DA COOPERACIÓN EMPRESARIAL



SINERXÍA E OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

A cooperación permite que varias empresas compartan as súas capacidades, reducindo custos e mellorando a eficiencia. Compartir infraestruturas, persoal, canles de venda ou campañas promocionais xera un maior impacto con menos investimento individual. No turismo, por exemplo, un hotel e un restaurante que cooperan nunha oferta conxunta poden atraer máis visitantes sen duplicar gastos.



ACCESO A NOVOS MERCADOS E SEGMENTOS DE CLIENTES

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



INNOVACIÓN E MELLORA DA COMPETITIVIDADE

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

MODELOS TRADICIONAIS DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

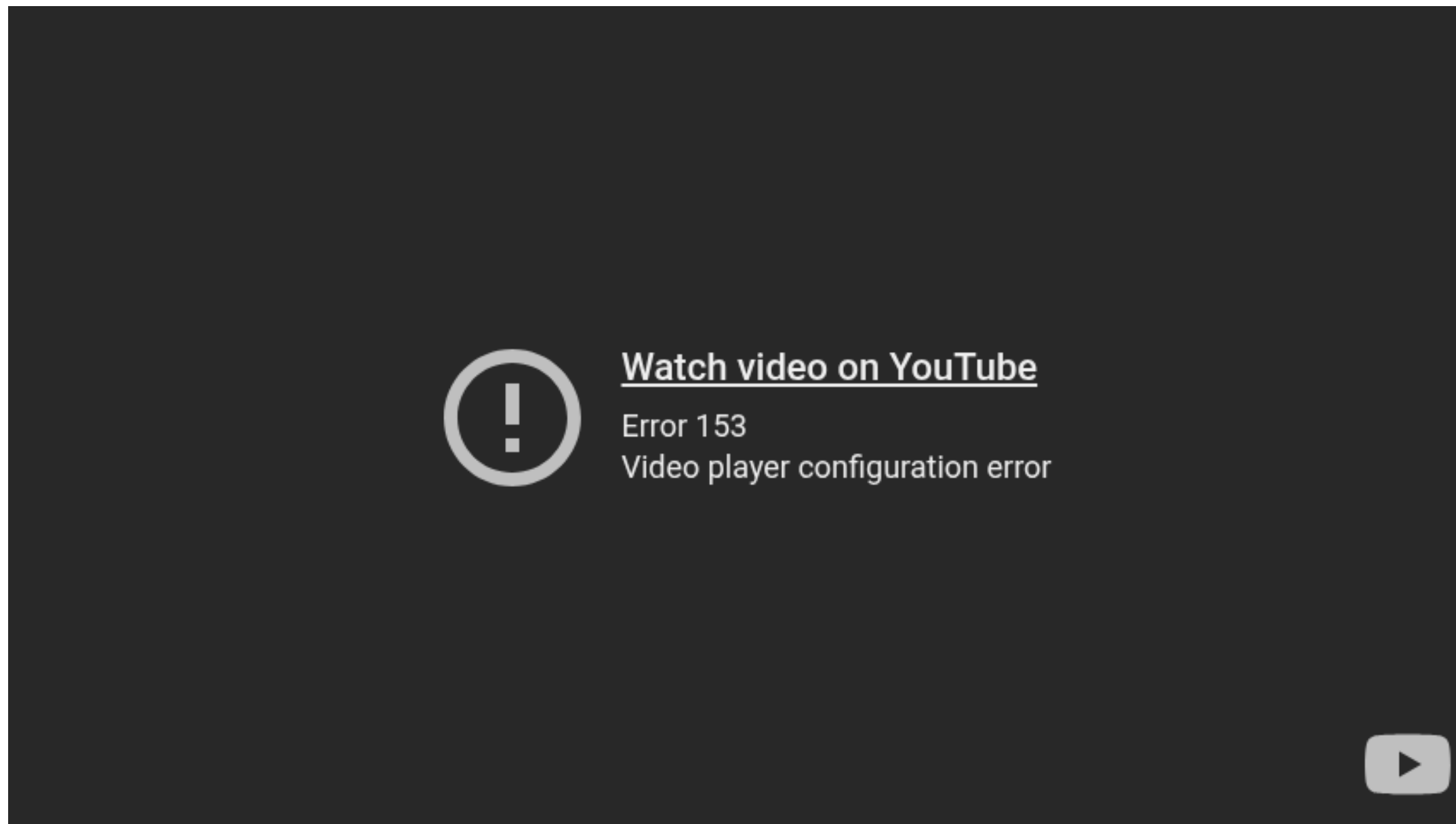
Modelo	Definición	Ejemplo turístico
Joint Venture	Creación dunha nova entidade conxunta por dúas ou máis empresas para un proxecto específico, compartindo riscos e beneficios.	TUI China (TUI Group + CTS) O xigante alemán TUI asociouse con China Travel Service para crear unha empresa conxunta para desenvolver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

MODELOS ADICIONAIS DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

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

Exemplo

MODELO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL WAYMO'S Que tipo de cooperación é?



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

WAYMO'S

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
<https://youtu.be/aaOB-ErYq6Y>

Exemplo

MODELO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL WAYMO'S Que tipo de cooperación é?

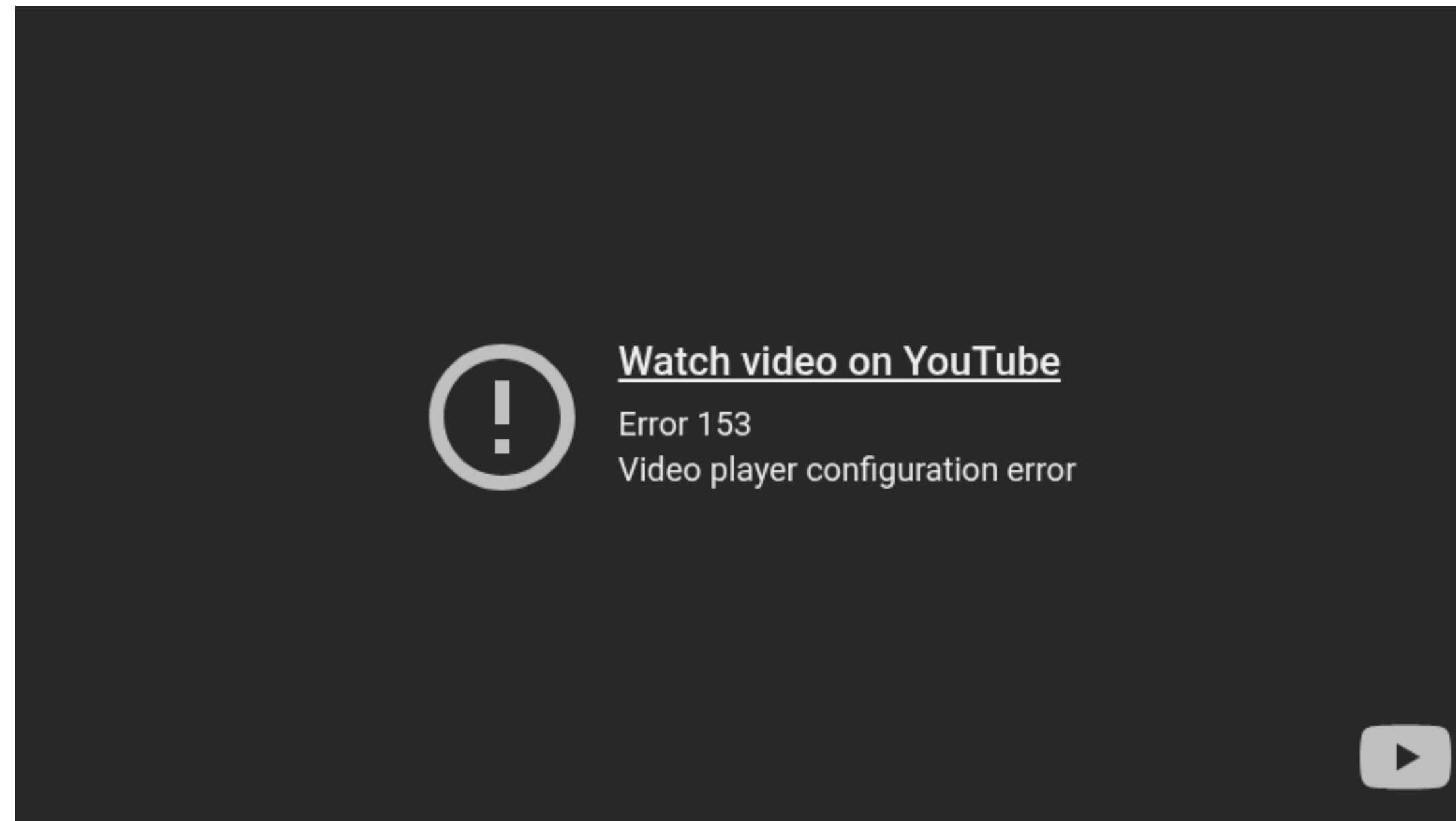
Tipo: Alianza estratéxica

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

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

Exemplo

MODELO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL AUTOBÚS DO VIÑO Que tipo de cooperación é?



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

**AUTOBUS DO VINO, MENDOZA,
ARXENTINA**

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
https://youtu.be/fUQZ_9L7iGA

Exemplo

MODELO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL AUTOBÚS DO VIÑO Que tipo de cooperación é?

Tipo: Asociación Público-Privada (APP)

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

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

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

02

COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Este módulo afonda na esencia da cooperación empresarial, analizando as súas características e principios fundamentais como base para comprender o seu impacto no entorno competitivo actual. Explorará as motivacións e os impulsores que levan ás empresas a unir forzas, desde a procura de novos mercados ata a optimización de recursos, así como os beneficios que xorden destas sinerxías.

Este módulo tamén reflexiona sobre as implicacións específicas da cooperación no turismo, un sector onde a colaboración entre actores públicos, privados e comunitarios é clave para xerar experiencias integrais, sostibles e innovadoras. A través desta viaxe, os participantes poderán identificar oportunidades de cooperación aplicables aos seus propios proxectos e territorios.

CARACTERÍSTICAS DA COOPERACIÓN EMPRESARIAL



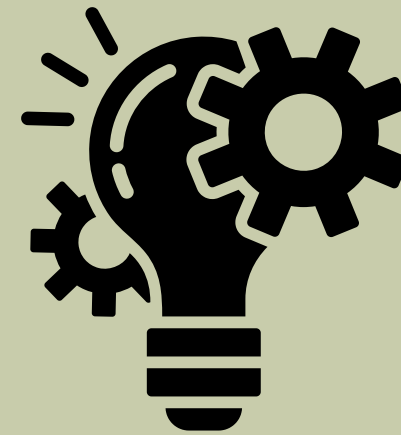
MULTILATERALIDADE

Implica a múltiples actores de diferentes sectores, todos traballando para conseguir un obxectivo común.



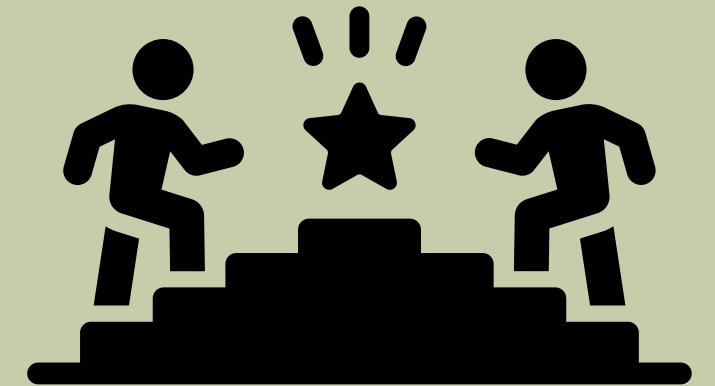
FLEXIBILIDADE

As formas de cooperación poden abarcar desde acordos informais ata alianzas estratéxicas e empresas conxuntas.



INNOVACIÓN

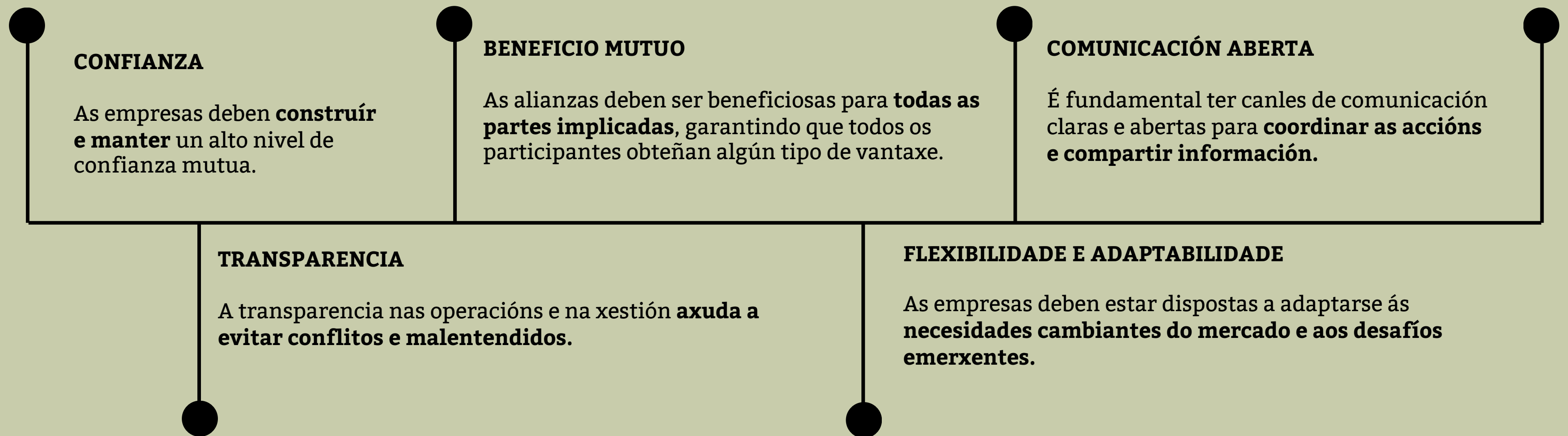
Facilita a creación de produtos turísticos innovadores combinando recursos e coñecementos.



COMPETITIVIDADE

Aumenta a competitividade das empresas participantes mellorando as súas ofertas e ampliando o seu alcance no mercado.

PRINCIPIOS PARA A COOPERACIÓN EMPRESARIAL

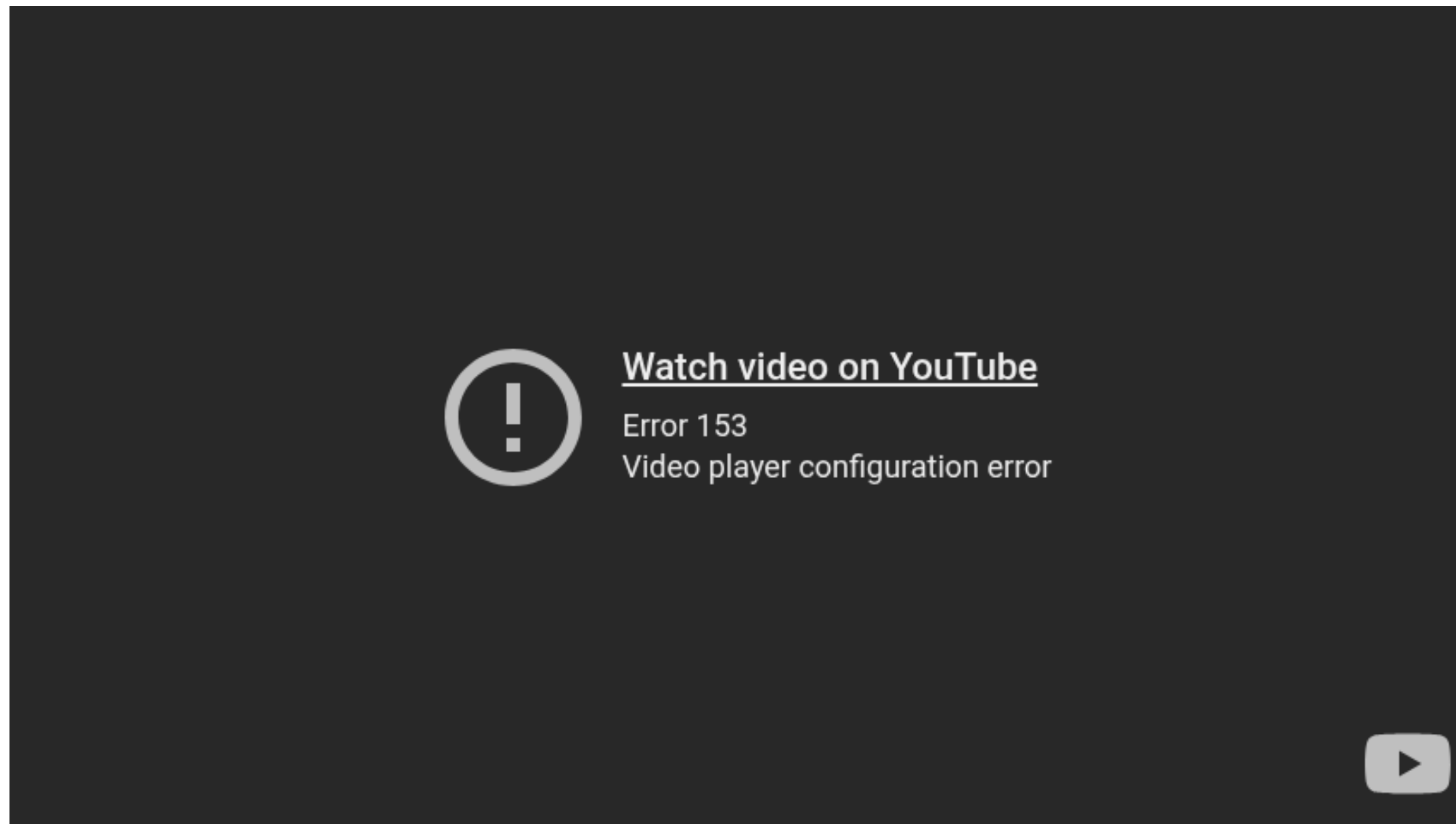


DETONACIÓNS E MOTIVACIÓNS



Exemplo

TREN DO VIÑO DO VAL DE NAPPA QUE TIPO DE MOTIVACIÓN SE IDENTIFICA NESTE VÍDEO?



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

TREN DO VINO, VAL DE NAPA

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
https://youtu.be/lyOSptHlpfg_

Exemplo

TREN DO VIÑO DO VAL DE NAPPA QUE TIPO DE MOTIVACIÓN SE IDENTIFICA NESTE VÍDEO?

03. Desenvolvemento de novos produtos

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

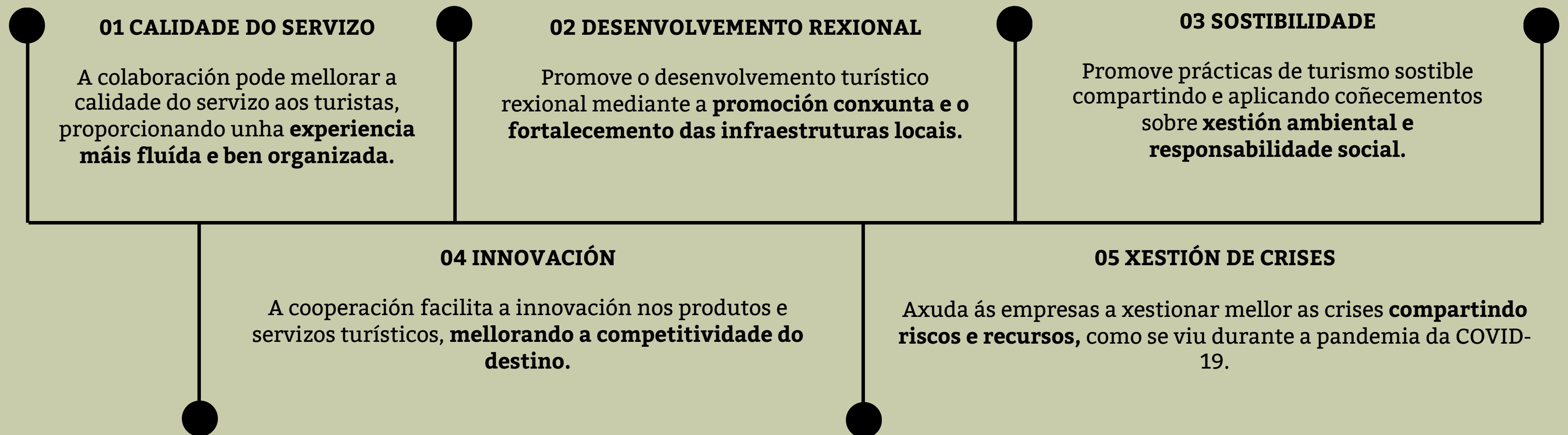
Representa claramente como a colaboración entre sectores (adegas, restaurantes, transporte e destinos) permite a creación dun produto turístico atractivo e diferenciado.

05. Mellorar a experiencia do cliente

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

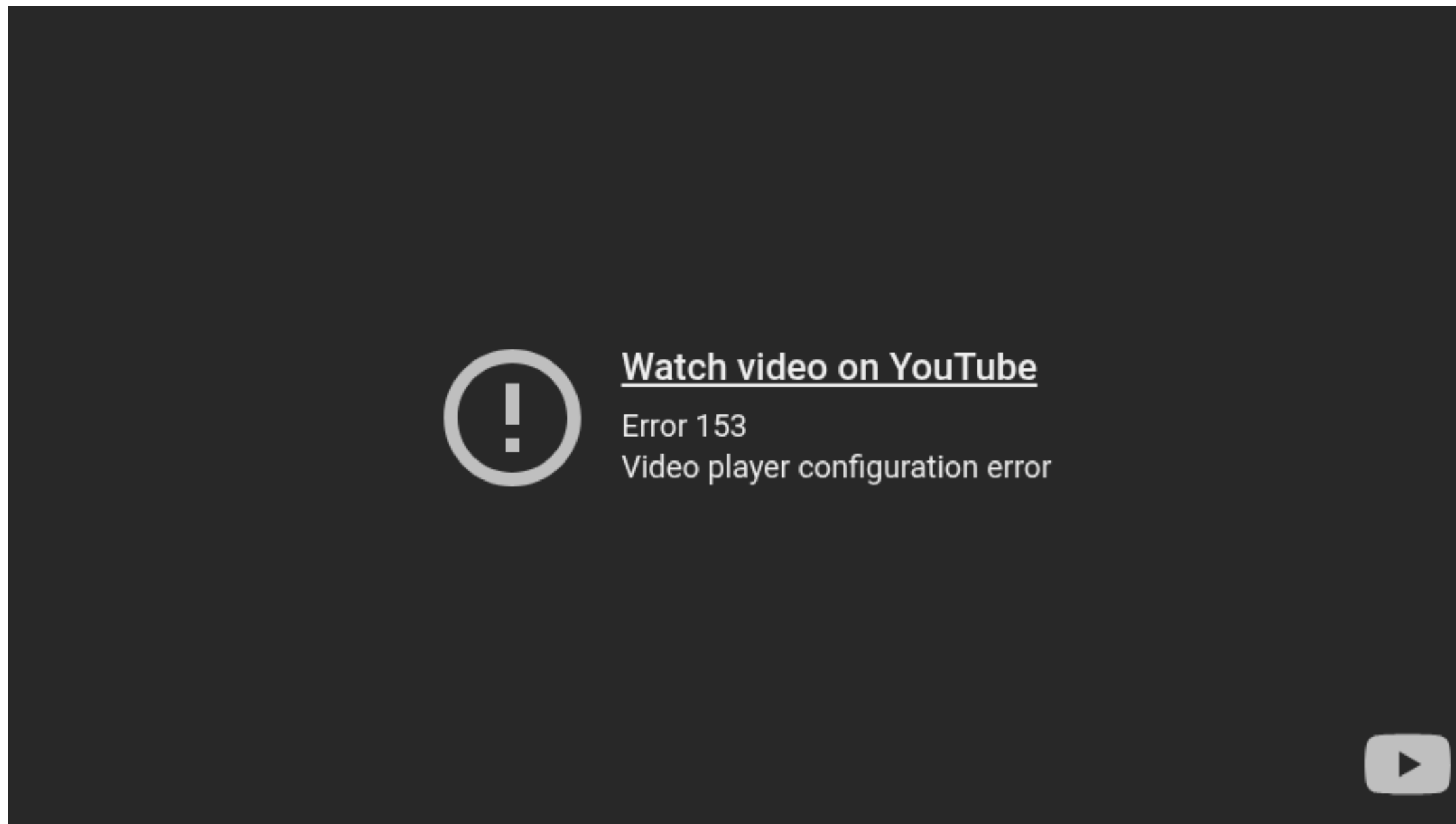
O tren engade valor experiencial, reforzando a fidelización e a satisfacción dos visitantes.

IMPLICACIÓNS PARA O TURISMO



Exemplo

BVLGARI + MARRIOT INTERNATIONAL



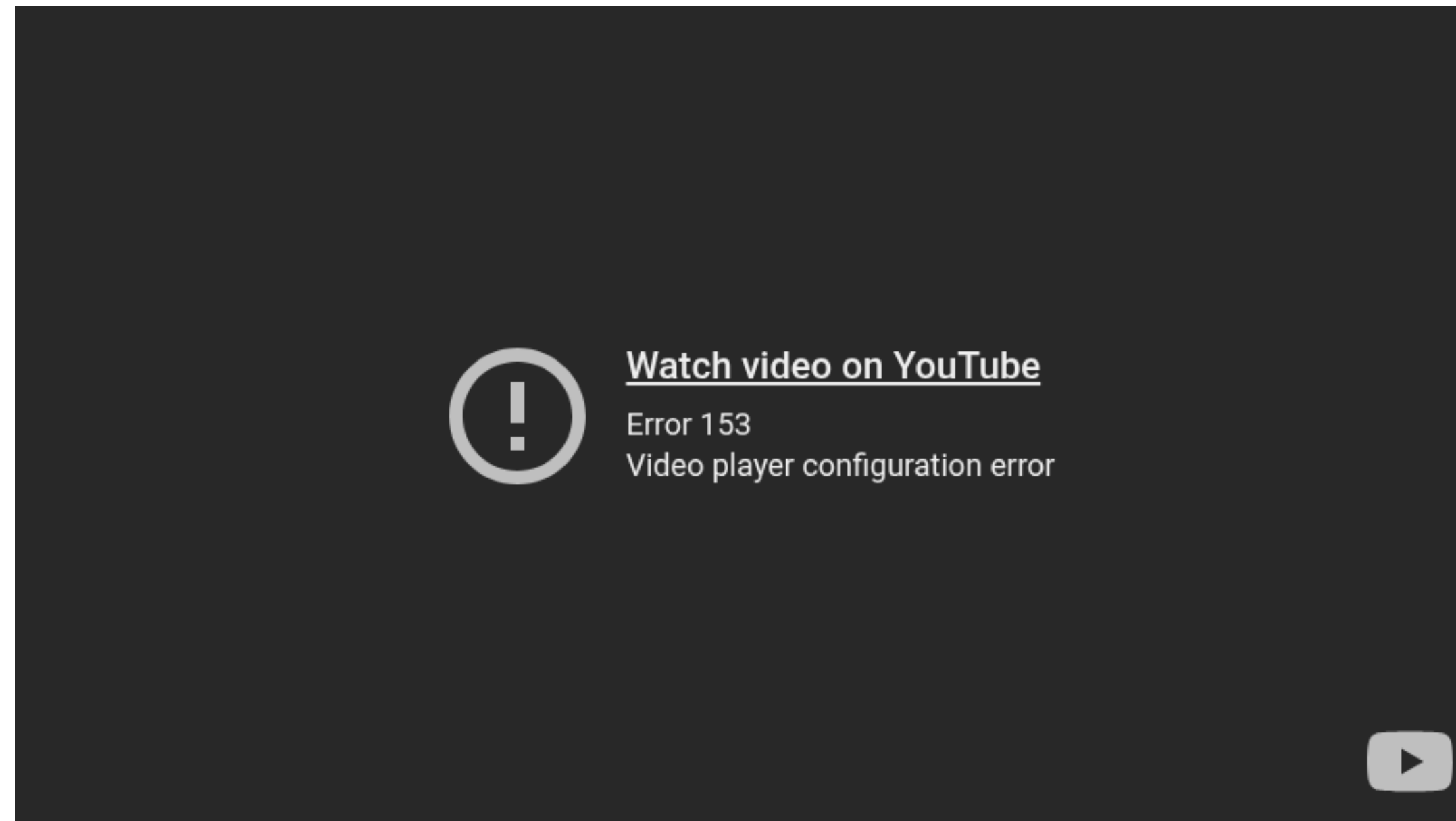
CALIDADE NO SERVIZO

BVLGARI + MARRIOT INTERNATIONAL

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO:
<https://youtu.be/wlV4Vaf0QPU>

Exemplo

ACEVIN - RUTAS DO VIÑO DE ESPAÑA



DESENVOLVIMENTO REXIONAL

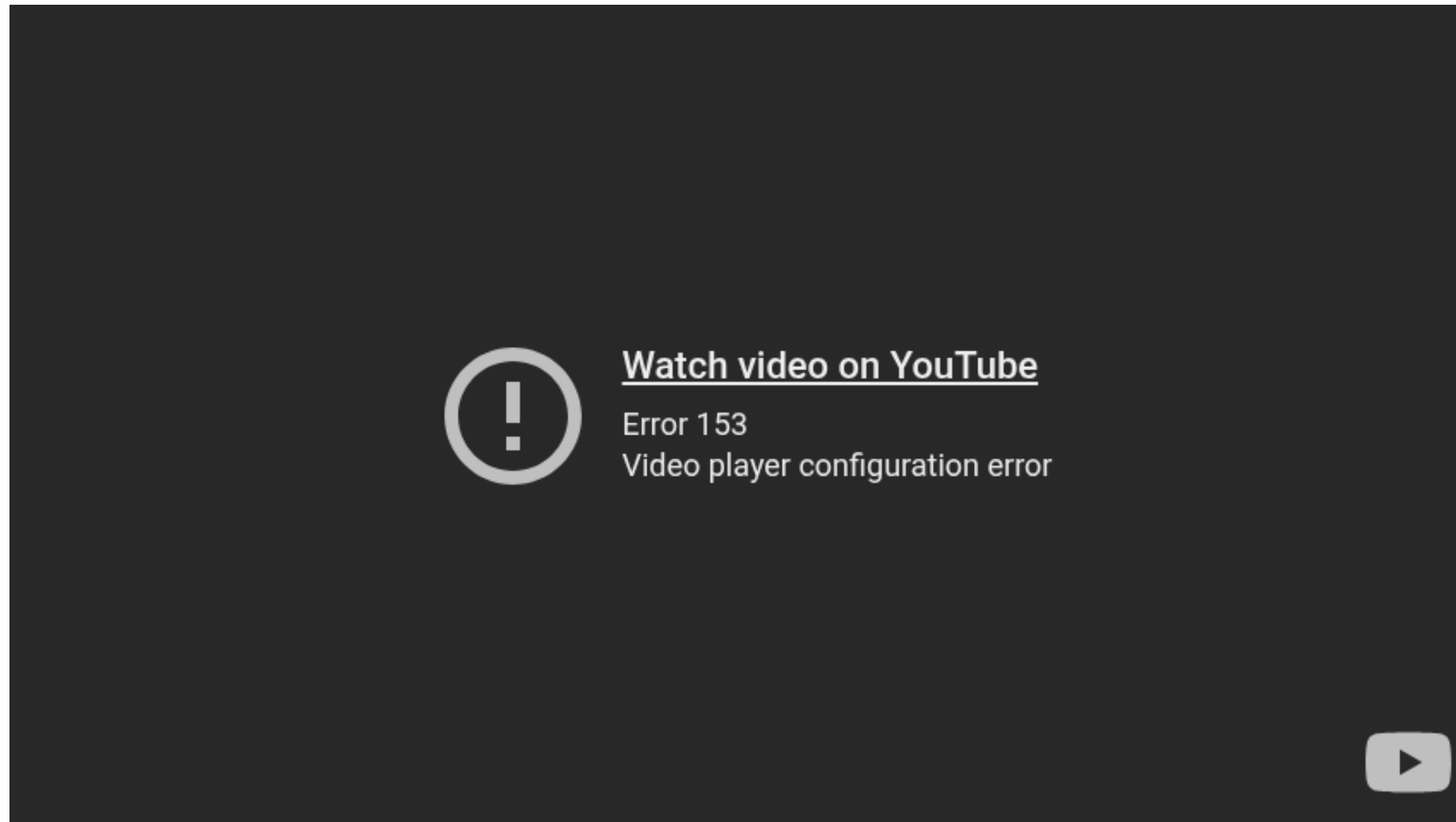
ACEVIN - Rutas do Viño de España

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO

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

Exemplo

Turismo de Costa Rica + Proveedores de servicios turísticos



SOSTIBILIDADE

TURISMO DE COSTA RICARDO

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
https://youtu.be/IStsX-YuYq8?si=iDBeMAIbS_ECaBPJ

03

BENEFICIOS DA COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Este módulo afonda na esencia da cooperación empresarial, analizando as súas características e principios fundamentais como base para comprender o seu impacto no entorno competitivo actual. Explorará as motivacións e os impulsores que levan ás empresas a unir forzas, desde a procura de novos mercados ata a optimización de recursos, así como os beneficios que xorden destas sinerxías.

Este módulo tamén reflexiona sobre as implicacións específicas da cooperación no turismo, un sector onde a colaboración entre actores públicos, privados e comunitarios é clave para xerar experiencias integrais, sostibles e innovadoras. A través desta viaxe, os participantes poderán identificar oportunidades de cooperación aplicables aos seus propios proxectos e territorios.

VANTAXES DA COOPERACIÓN EMPRESARIAL NO TURISMO



Para empresas no destino

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



Para o territorio

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



Para turistas

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

BENEFICIOS DA COOPERACIÓN PARA AS EMPRESAS NO DESTINO



COMPARTIR INFRAESTRUTURAS E SERVIZOS

As empresas poden compartir recursos como instalacións, equipamentos e persoal especializado, o que reduce os custos operativos e mellora a eficiencia.



COMPLEMENTO Á OFERTA TURÍSTICA

Ao colaborar, as empresas poden complementar as súas ofertas e crear paquetes de enoturismo máis atractivos, o que pode aumentar a satisfacción do cliente e as vendas.



DIVERSIFICACIÓN DA CARTEIRA DE CLIENTES

A colaboración pode facilitar a entrada en novos segmentos de mercado, como turistas internacionais ou nichos específicos interesados en experiencias únicas.



PROMOCIÓN CONXUNTA

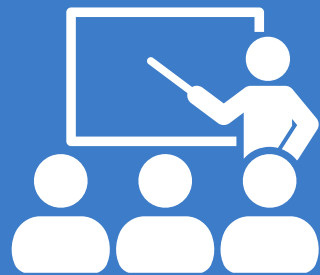
Mediante campañas de mercadotecnia conxuntas, as empresas poden chegar a un público máis amplo e atraer a un maior número de turistas.

BENEFICIOS DA COOPERACIÓN PARA AS EMPRESAS NO DESTINO



DESENVOLVEMENTO DE NOVOS PRODUTOS E SERVIZOS

A cooperación fomenta a innovación e o desenvolvemento de novos produtos e servizos turísticos que poidan diferenciar a oferta doutros destinos.



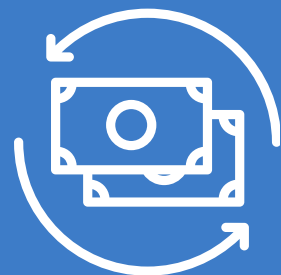
FORMACIÓN E FORZA DE CAPACIDADES

Compartir coñecementos e boas prácticas entre empresas mellora a formación do persoal e a calidade do servizo ofrecido.



MAIOR CONFIANZA E REPUTACIÓN

As colaboracións transfírenlle forza e credibilidade ao cliente, reforzando a imaxe do destino como fiable e profesional.

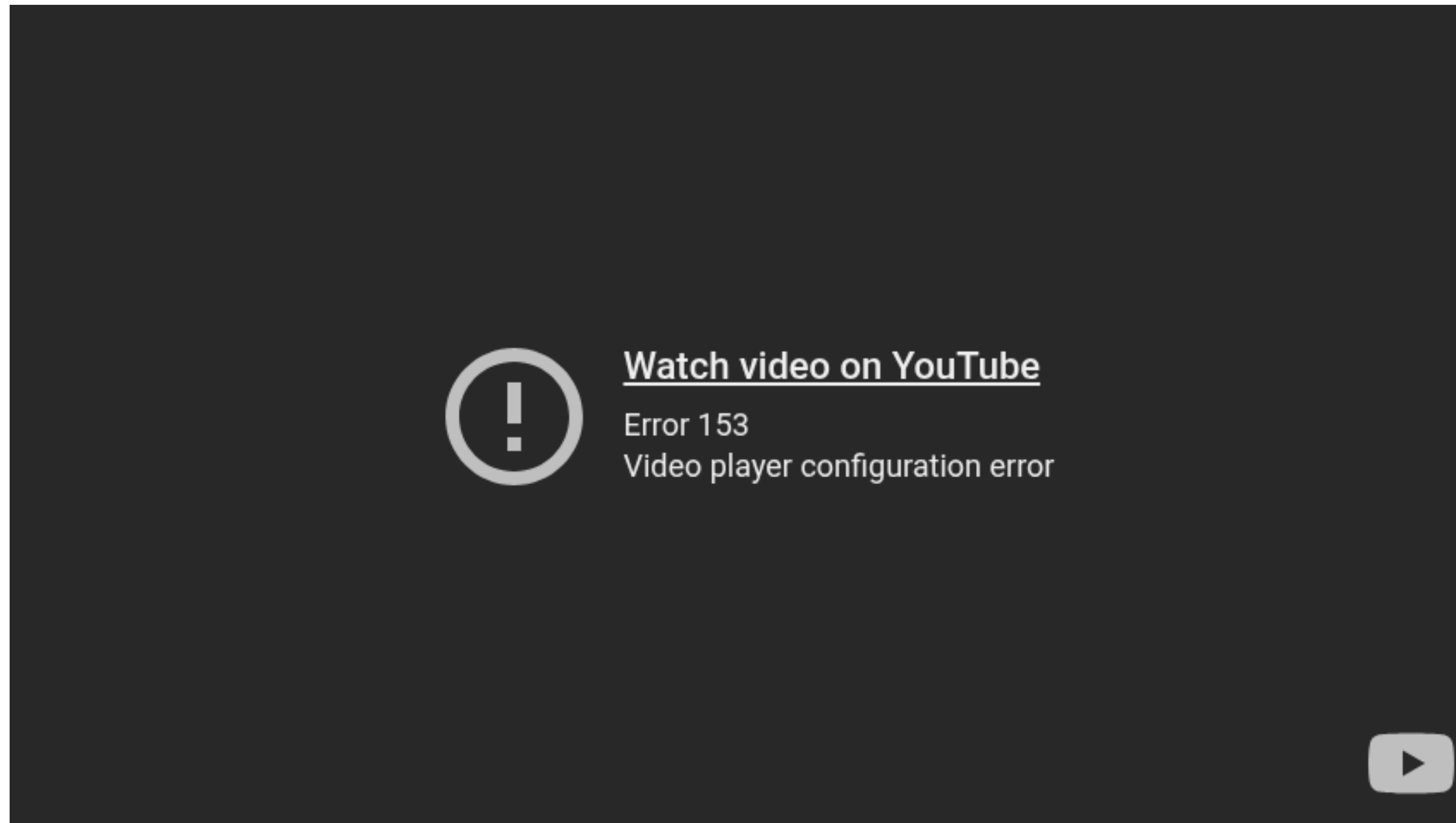


ACCESO A FINANCIAMENTO E PROXECTOS CONXUNTOS

As empresas membro teñen maiores oportunidades de participar en licitacións públicas, fondos públicos ou programas de apoio ao turismo internacional.

Exemplo

OLETURISMO ESPAÑA



PROMOCION CONXUNTA

OLETURISMO ESPAÑA

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO

<https://youtu.be/dZ9ILYsW4Ls?si=WjuuPH5ei6vI7Jmt>

BENEFICIOS PARA O TERRITORIO

DESENVOLVEMENTO ECONÓMICO E SOSTIBILIDADE



CREACIÓN DE EMPREGO

A cooperación empresarial pode impulsar a creación de emprego local ao incrementar a demanda de servizos relacionados co turismo.



FORMACIÓN PARA A SOSTIBILIDADE

As empresas poden implementar prácticas sostibles conxuntamente, promovendo un turismo responsable e respectuoso co medio ambiente.



MELLORA A IMAXE DE MARCA

Unha oferta enoturística consolidada e colaborativa mellora a imaxe da rexión e a posiciona como un destino turístico de calidade.



MAIOR VISIBILIDADE

As actividades conxuntas de mercadotecnia e promoción aumentan a visibilidade do territorio nos mercados nacionais e internacionais.

BENEFICIOS PARA O TERRITORIO

DESENVOLVEMENTO ECONÓMICO E SOSTIBILIDADE



CONECTIVIDADE MELLORADA

O aumento do turismo pode xustificar melloras na conectividade e no transporte, beneficiando tanto aos turistas como á comunidade local.



ATRACCIÓN DE INVESTIMENTO ESTRANXEIRO

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



IMPULSO Á ECONOMÍA LOCAL

O gasto turístico distribúese en múltiples sectores (restauración, comercio, artesanía, cultura), o que multiplica o impacto económico na comunidade.

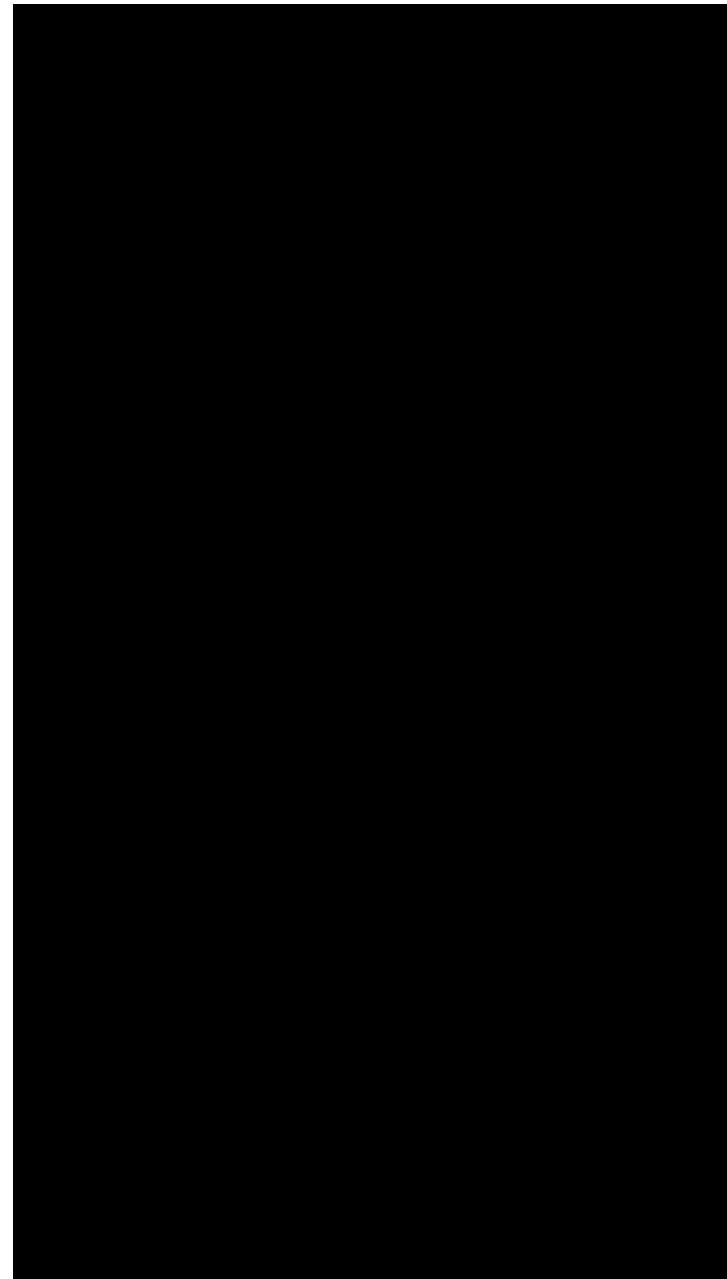


FORTALECEMENTO DO TECIDO SOCIAL E CULTURAL

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

Exemplo

BENEFICIOS NO TERRITORIO



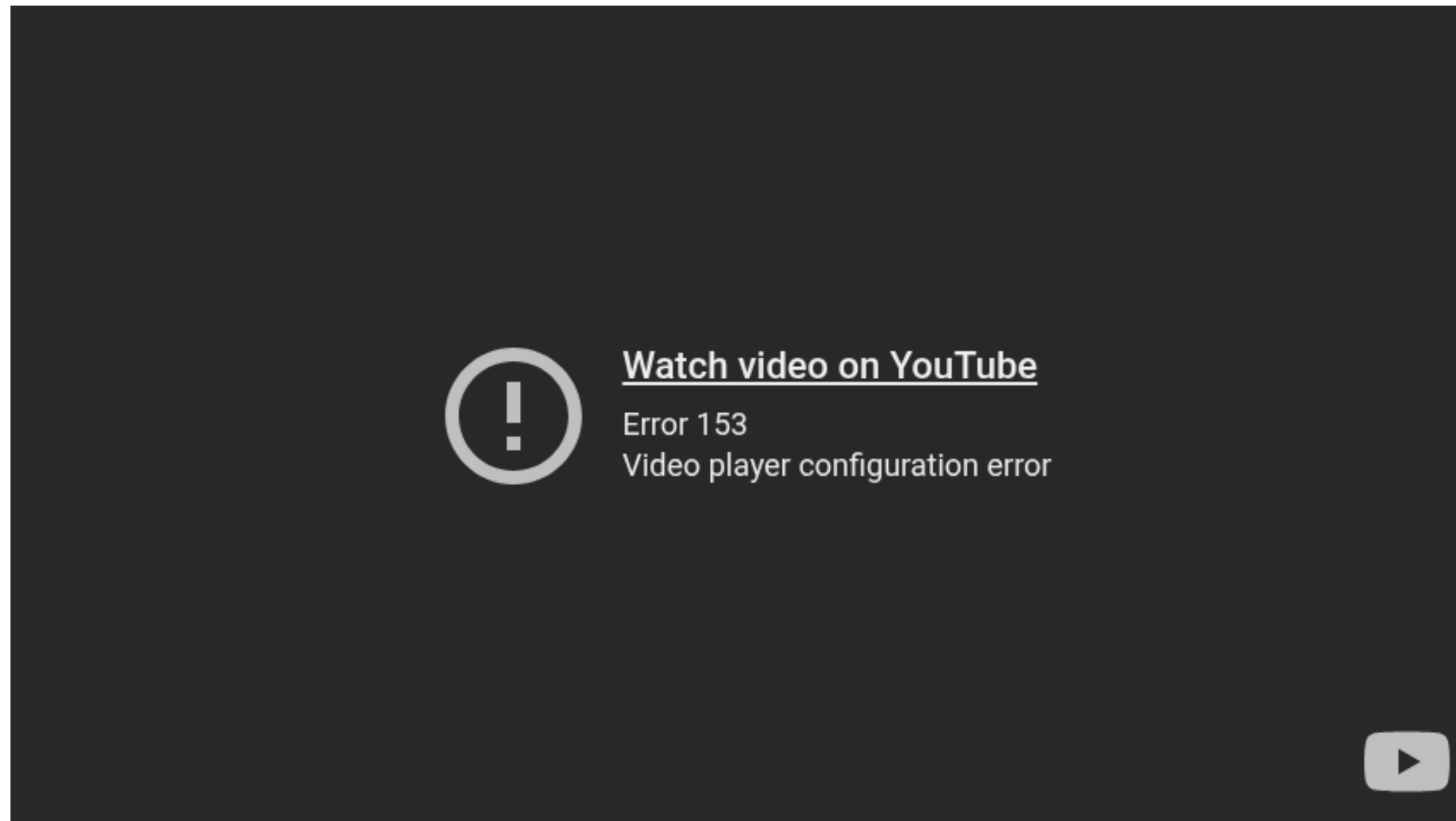
CREACIÓN DE EMPREGO

CELEBRACIÓN DO 1 DE MAIO!

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
<https://youtube.com/shorts/NIHnpCpD-wM?si=puvX48l23y6W-cBB>

Exemplo

BENEFICIOS NO TERRITORIO



MAIOR VISIBILIDADE

ECUADOR 2024

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
<https://youtu.be/0J565D8sfRc?si=Q-W4-5cjp6BVZtxy>

BENEFICIOS PARA OS TURISTAS

PROMOCIÓN E RECOÑECIMIENTO DO TERRITORIO



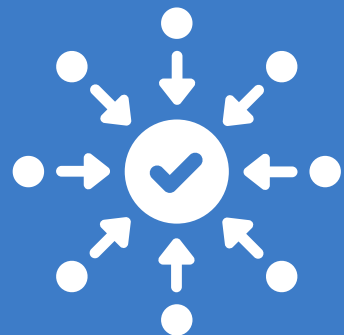
PAQUETES COMPLETOS

Os visitantes poden acceder a paquetes integrados que combinan actividades, aloxamento, gastronomía e experiencias culturais nun único paquete.



CALIDADE E VARIEDADE

A cooperación empresarial garante unha oferta máis diversa e de maior calidade, o que aumenta a satisfacción xeral dos turistas.



INFORMACIÓN CENTRALIZADA

O destino organizado ofrece información clara e accesible sobre todas as opcións e servizos, o que facilita a planificación da viaxe.



CONFORTO E LOXÍSTICA

A coordinación entre empresas simplifica a experiencia de viaxe, optimizando o transporte, as reservas e as actividades nun único paquete.

BENEFICIOS PARA OS TURISTAS

PROMOCIÓN E RECOÑECIMIENTO DO TERRITORIO



MELLORES PREZOS E PROMOCIÓN

Esta cooperación permite descuentos e tarifas preferenciales en ofertas de paquetes, o que aumenta a accesibilidade.



SEGURIDADE E CONFIANZA

Un destino que funciona de xeito organizado transmite maior seguridade, credibilidade e apoio aos turistas.



INNOVACIÓN EN EXPERIENCIAS

A colaboración fomenta a creación de novas actividades e propostas orixinais que enriquecen a visita.



ATENCIÓN PERSONALIZADA

A integración entre empresas facilita un servizo máis coordinado, con atención adaptada aos intereses e necesidades de cada perfil de viaxeiro.



Coffee break

As mellores alianzas tamén se constrúen durante o descanso para o café...

04

IMPLEMENTACIÓN DA COOPERACIÓN EMPRESARIAL

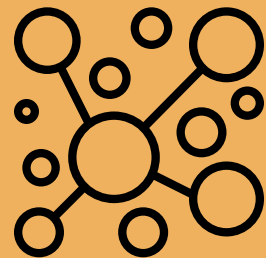
A cooperación empresarial é unha ferramenta estratéxica que permite aos destinos turísticos fortalecer a súa competitividade a través de esforzos de colaboración. A súa implementación eficaz implica identificar as formas máis axeitadas de colaboración, xa sexa entre empresas similares, ao longo da cadea de valor, en campos de aplicación específicos ou a través de redes organizadas. Este módulo ofrece unha guía práctica para comprender e aplicar estes modelos, mostrando como cada nivel de cooperación contribúe a mellorar a eficiencia, a innovación e a experiencia xeral do visitante.

COMO IMPLEMENTAR A COOPERACIÓN EMPRESARIAL



Dentro dun destino

- Creación dunha asociación ou consorcio
- Comercialización e promoción conxuntas



Dentro dunha tipoloxía de empresas

- Clúster
- Plataformas dixitais



Por relación na Cadea de Valor

- Integración vertical
- Desenvolvemento de novos produtos



Por campo de aplicación

- Turismo e lecer
- Educación e cultura



Redes de Cooperación Empresarial

- Redes locais e internacionais
- Intercambio de coñecementos

COMO IMPLEMENTAR? DENTRO DUN DESTINO TURÍSTICO

ASOCIACIÓN OU CONSORCIO

Formalización: Establecer unha asociación formal onde participen todas as adegas e empresas relacionadas.

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

MÁRKETING E PROMOCIÓN

Campañas integradas: Desenvolver campañas de mercadotecnia que promovan a ruta do viño como un destino integral, utilizando medios dixitais e tradicionais.

Eventos e feiras: Organizar e participar en feiras de turismo e eventos enoturísticos que promovan a ruta do viño.

COMPARTIR RECURSOS

Recursos compartidos: Compartir recursos como instalacións para degustacións, guías turísticos e servizos de transporte.

Formación conxunta: Organizar programas de formación e obradoiros para mellorar a calidade do servizo e os coñecementos do persoal.

COMO IMPLEMENTAR? DENTRO DUNHA TIPOLOXÍA DE EMPRESAS

CLUSTER

Clústeres sectoriais: Agrupación de empresas dun mesmo sector (por exemplo, todas as adegas dunha rexión) para crear sinerxías e optimizar recursos.

Redes de innovación: Promover a colaboración en investigación e desenvolvemento para innovar produtos e servizos

PLATAFORMAS DIXITAIS

Mercados especializados: crear plataformas dixitais onde as empresas poidan ofrecer os seus produtos e servizos conxuntamente, facilitando o acceso aos clientes.

Compartición de datos: Empregar sistemas de xestión de datos para compartir información relevante sobre o mercado e as tendencias de consumo.

Exemplo

IMPLEMENTACIÓN DE COOPERACIÓN: TIPOLOXÍA DE EMPRESAS



WINEOBS – MERCADOS
ESPECIALIZADOS

Exemplo

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.

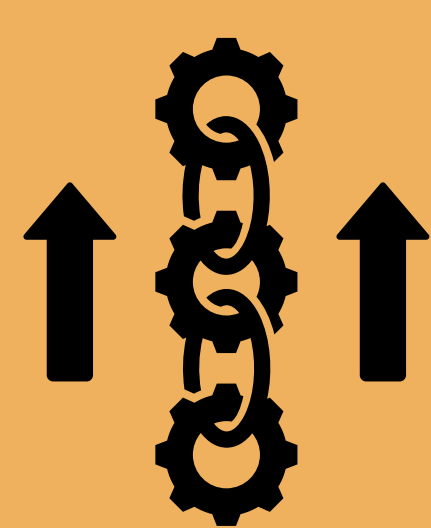
El Observatorio de Ecoturismo, que recopila datos desde 2018, se basa en 3 modelos de encuestas:

- 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

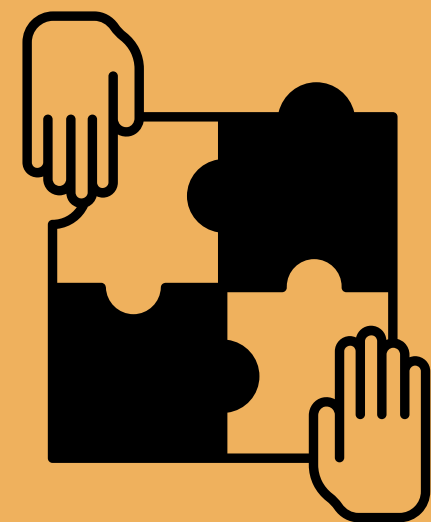
Observatorio Español de
Ecoturismo – Intercambio de
Datos

COMO IMPLEMENTAR? POR RELACIÓN NA CADEA DE VALOR



INTEGRACIÓN VERTICAL

- **Colaboración entre proveedores e distribuidores:** Promover a cooperación entre produtores de viño, provedores de insumos e distribuidores para optimizar a cadea de subministración.
- **Loxística conxunta:** Implementar solucións loxísticas compartidas para reducir custos e mellorar a eficiencia.



DESENVOLVEMENTO DE NOVOS PRODUTOS

- **Cocreación:** Traballar conxuntamente para crear novos produtos enoturísticos que combinen servizos e experiencias de diferentes actores da cadea de valor.
- **Normalización:** Desenvolver estándares de calidade comúns que garantan unha experiencia consistente para os turistas.

COMO IMPLEMENTAR? POR CAMPO DE APLICACIÓN

TURISMO E OCIO



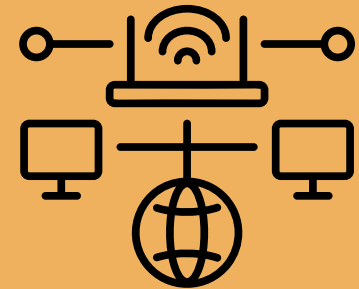
- **Paquetes turísticos:** Diseñar paquetes turísticos que inclúan visitas a adegas, actividades de lecer e aloxamento, promovendo unha experiencia integral.
- **Eventos temáticos:** Organizar eventos temáticos que destaquen os aspectos culturais e gastronómicos da rexión.



- **EDUCACIÓN E CULTURA**
- **Programas educativos:** Desenvolver programas educativos e culturais en colaboración con institucións académicas e culturais.
- **Obradoiros e seminarios:** Ofrecemos obradoiros e seminarios especializados.

COMO IMPLEMENTAR?

REDES DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL



REDES LOCAIS E INTERNACIONAIS

- **Participación en redes:** Implicarse en redes de cooperación locais e internacionais para compartir experiencias e boas prácticas.
- **Proxectos conxuntos:** Desenvolver proxectos conxuntos que poidan beneficiarse do financiamento e o apoio destas redes.



INTERCAMBIO DE COÑECEMENTOS

- **Plataformas de coñecemento:** Crear plataformas onde as empresas poidan intercambiar coñecementos e experiencias, facilitando a innovación e a mellora continua.
- **Asesoramento e asesoramento:** Establecer programas de asesoramento e asesoramento entre empresas para promover o desenvolvemento empresarial e a cooperación.

05

PROCESO DE INTEGRACIÓN COOPERACIÓN EMPRESARIAL

O proceso de cooperación empresarial constitúe unha vía estratéxica que permite ás empresas pasar da identificación de oportunidades conxuntas á consolidación de alianzas sostíbles e exitosas. Este módulo guía ás empresas paso a paso desde a identificación de socios potenciais, o establecemento de contacto e negociación, ata a formalización de acordos claros que xeren confianza mutua. A isto séguelle a posta en práctica da cooperación, acompañada dun seguimento e avaliación continuos para verificar os resultados e identificar áreas de axuste. Finalmente, incorpórase a fase de adaptación e mellora continua, garantindo que as alianzas evolucionen en función dos cambios do mercado e das necesidades das partes interesadas implicadas. É, en esencia, un proceso dinámico que transforma a colaboración nun motor de innovación, competitividade e crecemento compartido.

PROCESO DE INTEGRACIÓN COOPERACIÓN EMPRESARIAL

IDENTIFICACIÓN DE SOCIOS

IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES: Definir claramente as necesidades e os obxectivos de cooperación.

CRITERIOS DE SELECCIÓN: compatibilidade de obxectivos, valores, reputación, solidez financeira, experiencia e capacidades.

BUSCA E AVALIACIÓN: uso diferentes fontes para identificar socios.

ESTABLECEMENTO DE CONTACTO E NEGOCIACIÓN

PRIMEIRO CONTACTO: O primeiro contacto debe ser profesional e claro, presentando a proposta de colaboración e os seus posibles beneficios. Pode facerse por correo electrónico, reunións virtuais ou en persoa.

NEGOCIACIÓN DAS CONDICIÓNS: Nesta fase, defínense os obxectivos, funcións e responsabilidades comúns de cada parte, a estrutura de colaboración máis axeitada e as condicións financeiras, incluíndo o reparto dos beneficios.

FORMALIZACIÓN DO ACORDO

REDACCIÓN DE CONTRATOS: A colaboración formalízase mediante contratos que inclúen duración e renovación, propiedade intelectual, confidencialidade e mecanismos de resolución de conflitos.

REVISIÓN LEGAL: É aconsellable que ambas as partes revisen o contrato cos seus asesores legais para garantir que todos os aspectos estean cubertos e protexidos.

PROCESO DE INTEGRACIÓN COOPERACIÓN EMPRESARIAL

IMPLEMENTACIÓN DA COOPERACIÓN

PLANIFICACIÓN E COORDINACIÓN: A posta en marcha da cooperación require o desenvolvemento dun plan detallado que inclúa un cronograma de actividades, unha asignación eficiente de recursos e o establecemento de equipos de traballo ben definidos, garantindo unha execución organizada e coherente orientada á consecución de obxectivos comúns.

COMUNICACIÓN E XESTIÓN: Manter unha comunicación aberta e regular entre as partes é esencial para o éxito da cooperación. Empregar ferramentas de xestión de proxectos e plataformas de comunicación colaborativa.

MONITOREO E AVALIACIÓN

INDICADORES DE RENDEMENTO: Para medir o éxito da cooperación, é necesario definir indicadores clave de rendemento (KPI) que permitan unha avaliación clara e obxectiva do progreso.

REVISIÓN PERIÓDICA: Realizar revisións periódicas para avaliar o progreso e resolver posibles problemas. Estas revisións deben documentarse e debatirse en reunións regulares.

ADAPTACIÓN E MELLORA CONTINUA

COMENTARIOS E AXUSTES
Recoller feedback de todas as partes interesadas e realiza os axustes necesarios na colaboración. Isto pode incluír cambios na estratexia, redistribución de funcións ou axuste de obxectivos.

INNOVACIÓN E CRECEMENTO
Buscar oportunidades para innovar e ampliar a cooperación. Isto pode incluír a incorporación de novas tecnoloxías, a entrada en novos mercados ou a ampliación da colaboración a outras áreas.

06

INNOVACIÓN ABERTA E CO-CREACIÓN

A innovación aberta e a co-creación representan enfoques esenciais para impulsar a competitividade, a diferenciación e a sustentabilidade no sector turístico. Estas estratexias baséanse na apertura das organizacións á colaboración con partes interesadas externas (clientes, provedores, institucións académicas, administracións públicas e comunidades locais) para xerar solucións máis creativas e eficientes adaptadas ás necesidades reais do mercado. Ao integrar diversas perspectivas e coñecementos, as empresas turísticas non só poden enriquecer os seus produtos e servizos, senón tamén fortalecer a súa adaptabilidade a entornos cambiantes. O obxectivo deste módulo é proporcionar aos participantes as ferramentas e metodoloxías necesarias para implementar prácticas de innovación aberta e procesos de co-creación, fomentando a participación activa de todas as partes interesadas no ecosistema turístico e fomentando unha cultura colaborativa que dea lugar a experiencias únicas e de alto valor para os visitantes.

DIFERENZAS FUNDAMENTAIS INNOVACIÓN ABERTA & CO-CREACIÓN

Aspecto	Innovación Aberta	Co-creación
Definición	Paradigma que propón usar ideas internas e externas, así como canles diversas para avanzar na innovación.	Enfoque que involucra activamente a consumidores e stakeholders na creación de valor.
Características	Colaboración con entidades externas (empresas, universidades, clientes). Enfoque flexible e aberto a distintas fontes de innovación.	Participación directa dos usuarios en diseño e desenvolvemento. Enfoque centrado na experiencia do cliente.
Beneficios	Acceso a diversidade de ideas. Reducción de custos e tempos de desenvolvemento. Maior competitividade.	Maior satisfacción e lealtade do cliente. Produtos e servizos máis aliñados ao mercado. Incremento de innovación.
Desafíos	Xestión de propiedade intelectual. Integración de distintas culturas organizacionais. Manexo de colaboración a distancia.	Coordinación e xestión de aportacións. Manter coherencia no produto final. Protección da propiedade intelectual.

MODELOS E ENFOQUES DE INNOVACIÓN ABERTA

INBOUND OPEN INNOVATION

Este modelo céntrase na incorporación de ideas, coñecementos e tecnoloxías externas no proceso de innovación interno da empresa. No sector turístico, isto significa aproveitar as solucións de terceiros para mellorar a súa propia oferta.

Exemplo: Unha cadea hoteleira integra tecnoloxía de intelixencia artificial desenvolvida por unha empresa emerxente no seu sistema de reservas para personalizar a experiencia do cliente ou mellorar a eficiencia operativa. Esta estratexia permite reducir os tempos de desenvolvemento, reducir os custos e acceder a innovacións de vangarda sen ter que crealas desde cero.

OUTBOUND OPEN INNOVATION

Neste modelo, a organización aproveita os seus recursos e coñecementos internos para xerar valor fóra dos seus límites, comercializándoos mediante licenzas, franquías ou a creación de spin-offs.

Exemplo: Unha empresa turística que desenvolveu o seu propio software de xestión de reservas decide licencialo a axencias de viaxes ou pequenas cadeas hoteleiras que carecen de sistemas avanzados. Deste xeito, a empresa monetiza o seu coñecemento e posicionase como líder tecnolóxico no sector, ao tempo que promove a profesionalización doutros actores.

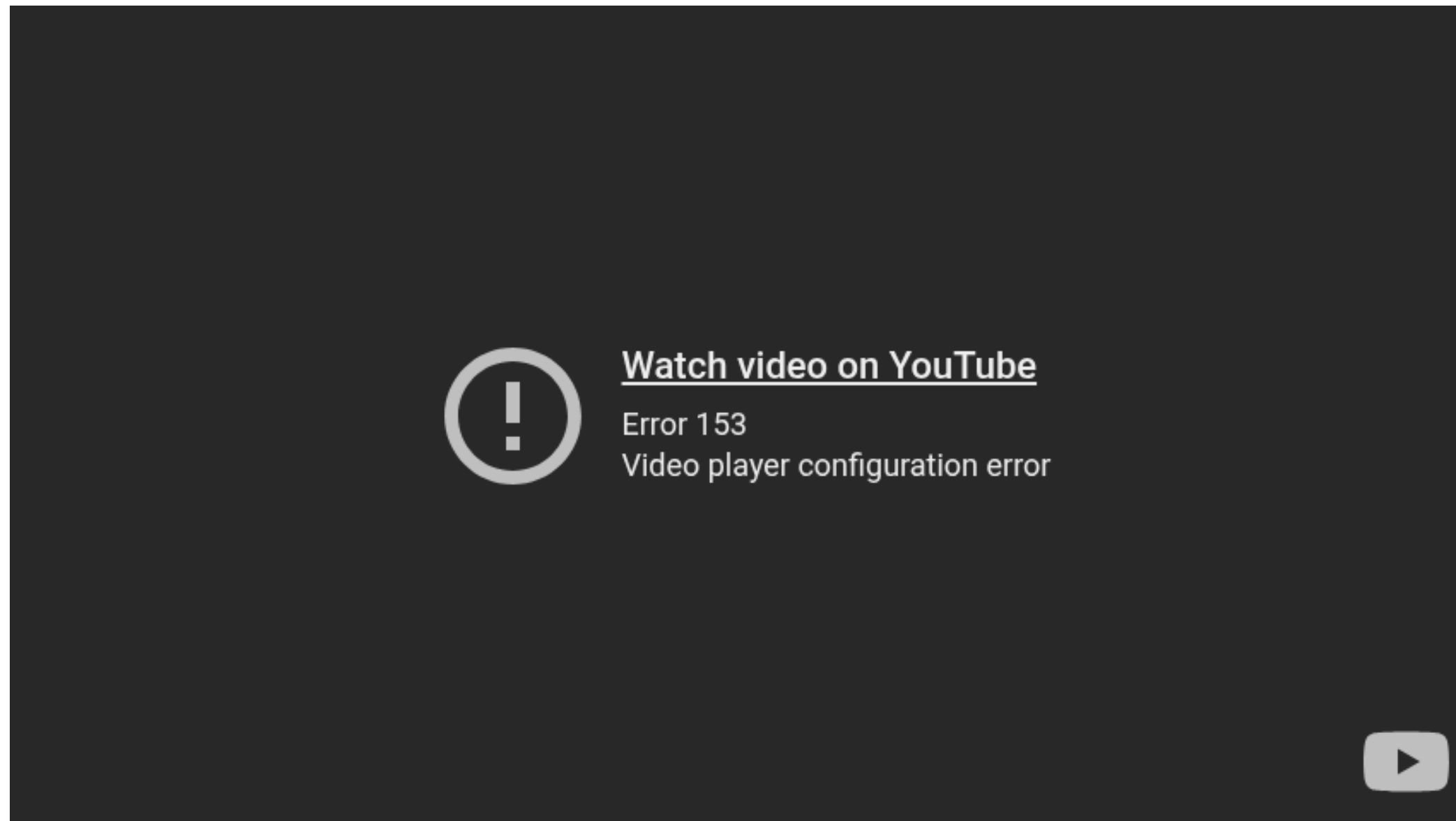
COUPLED OPEN INNOVATION

Este modelo combina elementos de entrada e saída, fomentando a colaboración activa entre empresas, institucións e outros socios estratéxicos para co-crear innovacións. Aquí, o valor xérase de forma compartida, aproveitando tanto os recursos internos como as capacidades externas.

Exemplo: unha colaboración entre un grupo hoteleiro e unha empresa tecnolóxica para deseñar solucións intelixentes de hostalería (como habitacións intelixentes controladas por voz, check-in automático ou sistemas de aforro de enerxía). Ambas as partes achegan a súa experiencia e comparten riscos, beneficios e aprendizaxes.

Exemplo

INBOUND OPEN INNOVATION



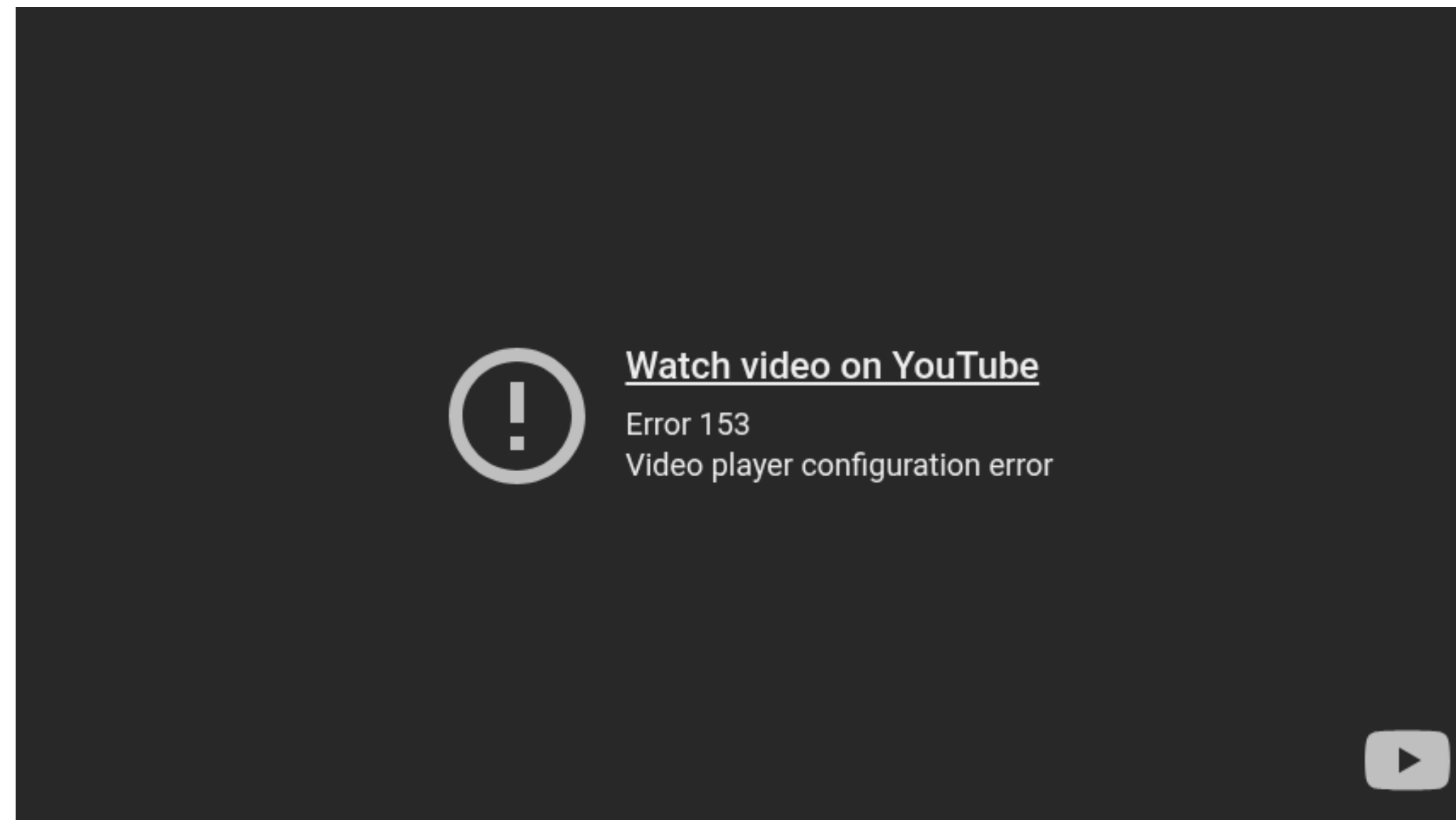
Demostra como a plataforma de innovación Plug and Play conecta startups, hoteis e aeroliñas para explorar novas solucións tecnolóxicas. É un claro exemplo de Inbound Open Innovation ao integrar ideas externas no sector da hospitalidade.

PLUG & PLAY

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
<https://youtu.be/0J565D8sfRc?si=Q-W4-5cjp6BVZtxy>

Exemplo

COUPLED OPEN INNOVATION



Explora como empresas como Mews, Lighthouse e Hostaway están a impulsar a innovación na tecnoloxía hoteleira. Aínda que abarca múltiples modelos, mostra aplicacións tanto de Inbound como de colaboración estratéxica (Coupled Open Innovation).

PLUG & PLAY

LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
<https://youtu.be/0J565D8sfRc?si=Q-W4-5cjp6BVZtxy>

PROCESO DE CO-CREACIÓN

Fases



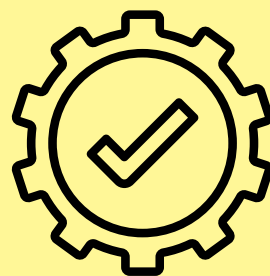
A EXPLORACIÓN DE NECESIDADES E OPORTUNIDADES

implica identificar o que buscan os clientes e cara a onde se dirixe o mercado. Isto implica o uso de enquisas, entrevistas, análises de tendencias e ferramentas de big data, incluída a monitorización das redes sociais, que permite a anticipación e identificación de oportunidades de innovación.



A XERACIÓN DE IDEAS COLABORATIVAS

céntrase na creación dun ambiente participativo onde os empregados, os clientes e outras partes interesadas poidan achegar propostas. A través de sesións de brainstorming, hackathons e concursos, foméntase a creatividade colectiva e xorden solucións innovadoras en curtos prazos.



DESENVOLVEMENTO E PROTOTIPADO DE SOLUCIÓN

busca transformar ideas en realidades tanxibles. Desenvólvense prototipos ou modelos funcionais para probar o concepto, complementados con probas piloto a pequena escala que axudan a avaliar a súa viabilidade e a recoller comentarios iniciais.



A IMPLEMENTACIÓN E AVALIACIÓN

implica levar a innovación ao mercado de forma gradual, facilitando a adaptación do usuario. Durante esta etapa, a retroalimentación convértese nunha achega clave para axustar e perfeccionar continuamente a proposta, garantindo a súa sustentabilidade e éxito.

FERRAMENTAS E TÉCNICAS

Co-creación



OS MAPAS DE EMPATÍA

son ferramentas que nos permiten comprender mellor aos nosos clientes, explorando o que pensan, senten, din e fan. Grazas a esta visión integral, podemos identificar as súas verdadeiras necesidades e deseñar solucións que xeren valor real.



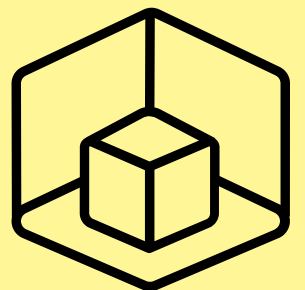
OS WORKSHOPS COLABORATIVOS

son espazos de traballo onde diferentes participantes, como empregados, clientes ou aliados estratéxicos, se reúnen para intercambiar perspectivas e construír ideas xuntos. As súas dinámicas fomentan a creatividade colectiva e a co-creación de propostas innovadoras.



AS TÉCNICAS DE IDEACIÓN

inclúen métodos estruturados como SCAMPER, que invitan a substituír, combinar, adaptar, modificar, poñer en outro uso, eliminar ou reverter elementos dun produto ou servizo. Estas dinámicas estimulan a creatividade e axudan a xerar alternativas diversas.



O PROTOTIPADO RÁPIDO

consiste en transformar ideas en modelos tanxibles e funcionais nun curto período de tempo, para comprobar a súa eficacia antes da implementación a grande escala. Esta técnica permite identificar os puntos fortes e as áreas de mellora mediante probas temperás con usuarios.

Exemplo

MAPA DE EMPATÍA

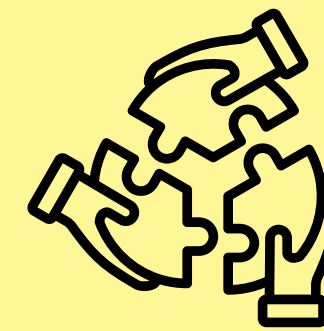


INTEGRACIÓN DE ACTORES NA INNOVACIÓN TURÍSTICA



CLIENTES COMO CO-CREADORES

- Involucrar aos clientes: estratexias para incluír aos clientes no proceso de desenvolvemento de produtos, como a través de comunidades en liña e plataformas de colaboración.
- Plataformas de colaboración: uso das redes sociais e das aplicacións móbiles para recompilar e xestionar as ideas dos clientes de forma continua.



COLABORACIÓN ENTRE EMPRESAS TURÍSTICAS

- Creación de clústeres: formación de grupos de empresas que colaboran para desenvolver solucións innovadoras, como destinos turísticos que unen forzas para crear ofertas integradas.
- Asociacións público-privadas: colaboración entre o sector público e privado para fomentar a innovación e o desenvolvemento sostible no turismo.

ROL DAS TECNOLOXÍAS NA INNOVACIÓN

BIG DATA E ANÁLISE DE DATOS

O uso de big data e analítica avanzada permítenos recompilar e procesar grandes volumes de información de diferentes fontes, como redes sociais, plataformas de reservas, transaccións e dispositivos móbiles, para comprender mellor as preferencias e os comportamentos dos clientes.

PLATAFORMAS DIXITAIS

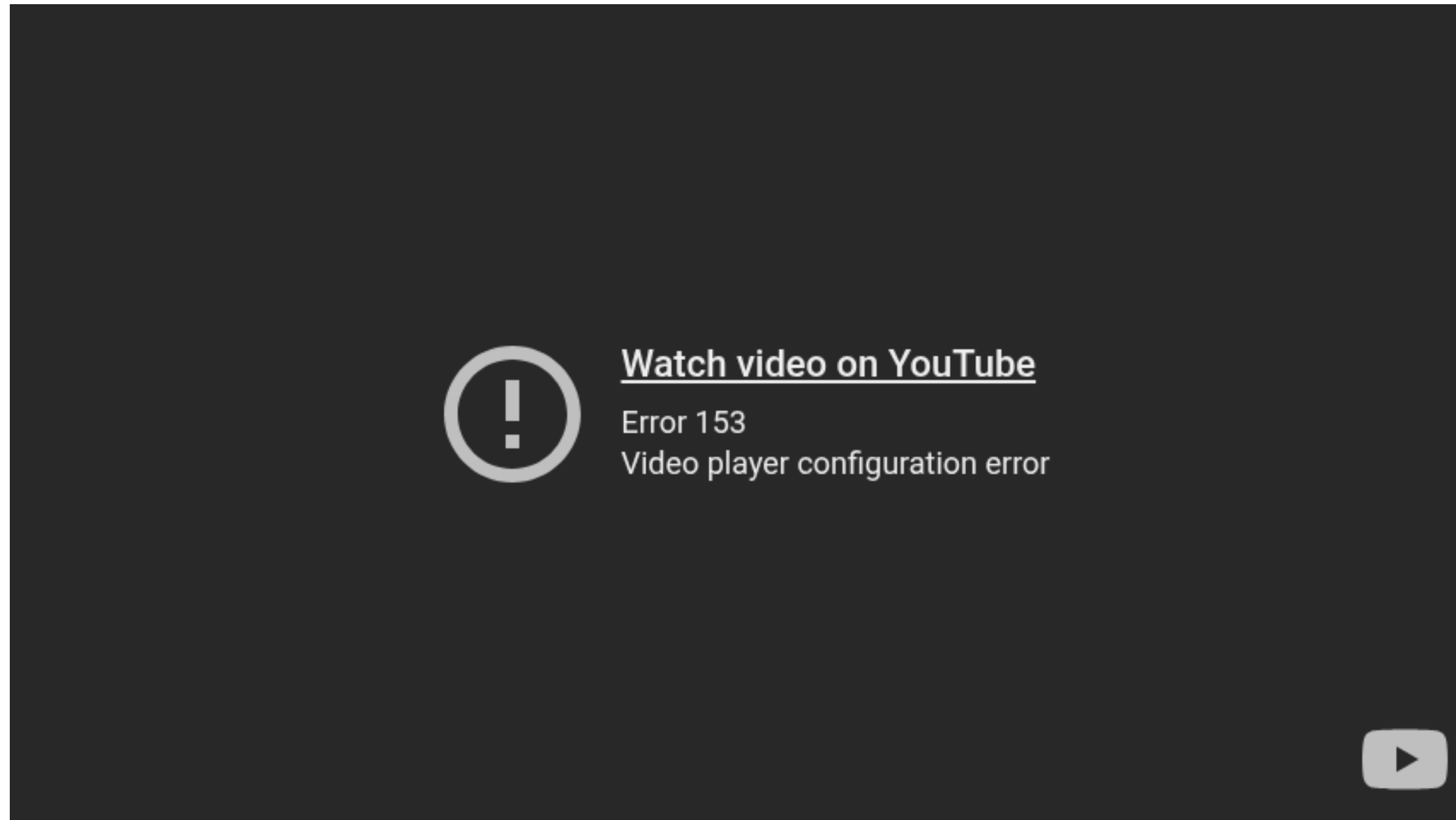
As plataformas dixitais son contornas en liña que facilitan a interacción, a colaboración e o intercambio de ideas entre as diferentes partes interesadas do ecosistema turístico, como empresas, institucións, comunidades locais e turistas. Estas ferramentas non só permiten co-crear experiencias e produtos innovadores, senón que tamén optimizan procesos como a xestión de proxectos, a comercialización e a comunicación.

INTELIXENCIA ARTIFICIAL

A intelixencia artificial ofrece unha gama de aplicacións que transforman a forma en que se deseñan e prestan os servizos turísticos. Mediante algoritmos de aprendizaxe automática e análise predictiva, a IA permite personalizar a experiencia do cliente, desde recomendacións de viaxes ata asistentes virtuais que optimizan a atención.

Exemplo

INTELIXENCIA ARTIFICIAL & PERSONALIZACIÓN DA EXPERIENCIA



LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO
<https://youtu.be/JDO1E7XYvTM>

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN ABERTA Y CO-CREACIÓN

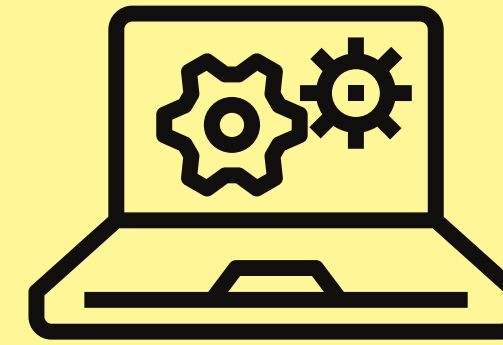
DESEÑO DUN PLAN DE INNOVACIÓN ABERTA	XESTIÓN DO CAMBIO E CULTURA ORGANIZACIONAL	MEDICIÓN E AVALIACIÓN DO IMPACTO
• Identificación de obxectivos e recursos: establecemento de obxectivos claros e asignación dos recursos necesarios para o proceso de innovación. • Selección de socios estratéxicos: identificación e avaliación de potenciais colaboradores, tanto internos como externos. • Xestión do proceso de innovación: planificación e seguimento das actividades de innovación para garantir que se cumpran os obxectivos.	• Fomento dunha cultura de colaboración: desenvolver unha cultura interna que valore e promova a colaboración e a apertura a novas ideas. • Formación e desenvolvemento de habilidades: formación continua dos empregados en habilidades relacionadas coa innovación e a colaboración.	• Indicadores de rendemento: definición de métricas claras para avaliar o éxito das iniciativas de innovación. • Avaliación de resultados e aprendizaxe: análise dos resultados obtidos e incorporación das leccións aprendidas en futuros proxectos de innovación.

METODOLOXÍA INNOVACIÓN ABERTA E CO-CREACIÓN



SESIÓNS TEÓRICAS

- Estudos de Caso: análise detallada de exemplos da vida real de innovación aberta e co-creación no sector turístico para identificar as mellores prácticas e as leccións aprendidas.
- Proxectos Colaborativos: desenvolvemento de proxectos en grupos para fomentar a práctica da co-creación e a aplicación dos conceptos aprendidos.

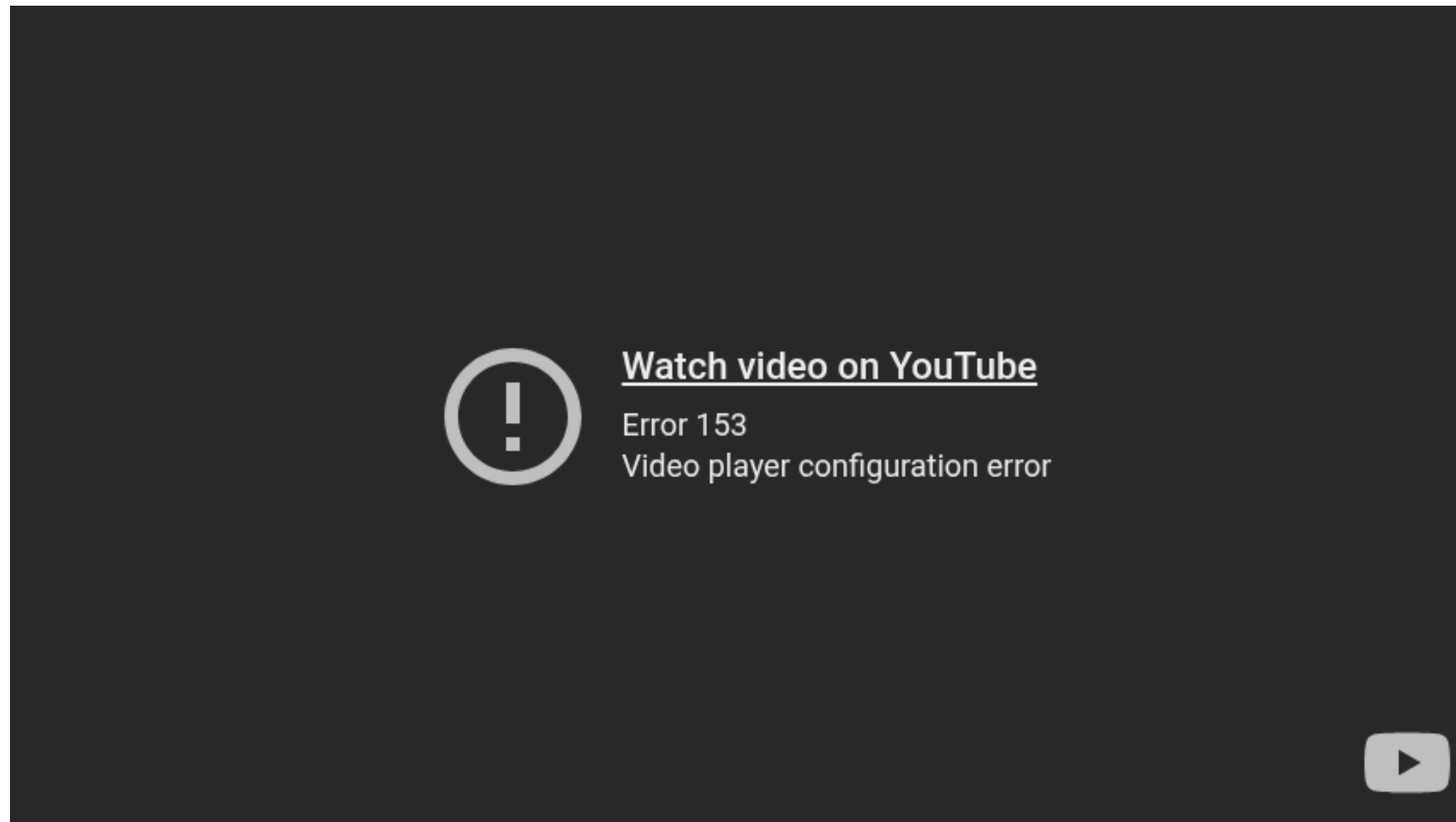


FERRAMENTAS DIXITAIS

- Plataformas de Colaboración en Liña: Ferramentas como Slack, Trello ou Asana para facilitar a comunicación e a xestión de proxectos colaborativos.
- Software de Xestión de Proxectos e Prototipado: ferramentas como Miro, Figma ou InVision para a planificación e o desenvolvemento de prototipos.

Exemplo

SISTEMA DE XESTIÓN DE PROXECTOS MONDAY - CLICK UP - ASANA



LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VIDEO
<https://youtu.be/JDO1E7XYvTM>

FIN DA SESIÓN



Cámara activa



**Micrófono
apagado**



**Valoración
Curso - Prof**



**Valoración
Coñecemento**



**Participación
Activa**



**Rexistro
Asistencia**





CreaciónExperiencias



www.galiciasuroeste.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@galiciasuroeste.creacionexperiencias.com



Tel: +34 692 43 95 19