

PROGRAMA

TALLER DE CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

NO XEOPARQUE CABO ORTEGAL

18, 19 Xuño 2025

Plan de Sostibilidade Turística en Destino Proxecto de Xeoparque Cabo Ortegal.

Acción promovida pola Deputación da Coruña e financiada pola UE - Fondos NG EU.

TALLER DE CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS NO XEOPARQUE CABO ORTEGAL

Información

Título: “Deseño de experiencias turísticas colaborativas no Xeoparque Cabo Ortegal”

Datas: 18 e 19 de xuño

Lugar: Cedeira- Aula de pabellón municipal

- **Duración total:** 10 horas
- **Formato:** 4 sesións presenciais de 2,5 h
- **Participantes:** Axentes turísticos, produtores locais, guías, aloxamentos e entidades vinculadas ao Xeoparque.
- **Metodoloxía:** Participativa, baseada en retos e orientada a resultados reais.
- **Obxectivo:** Capacitar ás empresas no **deseño e promoción de experiencias combinadas**, sostibles e adaptadas á realidade do territorio, como preparación para a participación na creación do Catálogo de experiencias Turísticas do Xeoparque Cabo Ortegal.
- **Aforo limitado a 25 empresas***

**No caso de que as inscricións superen o aforo permitido aplicaranse criterios de selección sobre a potencialidade turística, o carácter colaborativo e a sostibilidade da iniciativa.*

→ Inscricións, a través do seguinte formulario online: <https://forms.gle/A1sMhXdDaLxdbitA6>

Para máis información: info@ObserverScienceTourism.com

Programa

Duración total: 10 horas (4 sesións de 2,5 h)

SESIÓN 1. Definición e benchmarking (2,5 h)

Horario: 9h a 11:30h

Obxectivos:

- Entender o concepto de experiencia turística e os seus compoñentes.
- Inspirarse en casos de éxito doutros xeoparques.
- Xeración colaborativa de ideas iniciais adaptadas a Cabo Ortegal.

Contidos e dinámicas:

1. **Que é unha experiencia turística?**
 - Definición: emoción, sensorial, narrativa e contextualización.
 - Exemplos prácticos e discusión en parellas.
2. **Benchmarking de xeparques**
 - Estudo de casos: Arouca (Portugal), Villuercas-Ibores-Jara (España) e Costa Vasca (España).
 - Análise comparativa: formatos, recursos, servizos diferenciadores e aprendizaxes.
3. **Xeración de ideas (45 min)**
 - En equipos, chuvia de ideas guiada para xerar 3–4 propostas de experiencias para Cabo Ortegal, aplicando aprendizaxes previas.
4. **Reflexión e selección de prioridades (30 min)**
 - Debate en grupo: viabilidade, impacto e nivel de innovación.
 - Votación rápida para delimitar 2 ideas prioritarias.

SESIÓN 2. Proceso de construción de experiencias (2,5 h)

Horario: 11:45h – 14:15h

Obxectivos:

- Dominar o ciclo completo de creación de experiencias: ideación, prototipado e test.
- Aplicar técnicas creativas para xerar e refinar propostas.

Contidos e dinámicas:

1. **Fases do ciclo (30 min)**
 - Investigación, ideación, prototipado, test e iteración.
 - Exemplo de fluxo de traballo detallado.
2. **Técnicas de ideación (45 min)**
 - Chuvia de ideas estruturada e "How Might We".
 - Mapas mentais para profundizar en cada idea prioritarias.
3. **Prototipado low-fi (60 min)**
 - Creación de *storyboards*, maquetas e simulacións rápidas das experiencias.
 - Rotación de equipos para aplicar *feedback* e mellorar o prototipo.
4. **Validación rápida (35 min)**
 - Test interno: *Xogo de rol* con compañeiros e recollida de feedback cualitativo.
 - Identificación de puntos de mellora inmediatos.

SESIÓN 3. Estratexias de promoción e canles de comercialización (2,5 h)

Horario: 9h a 11:30h

Obxectivos:

- Identificar e planificar canles de promoción adecuadas.
- Diseñar accións colaborativas de marketing para potenciar a oferta conxunta.

Contidos e dinámicas:

1. **Mapa de canles offline/online** (30 min)
 - Canles offline: axencias locais, turoperadores, oficinas de turismo, eventos.
 - Canles online: webs, redes sociais, plataformas de reservas.
2. **Plan de alianzas locais** (1 h)
 - Identificación de posibles socios: hostalaría, transporte, comercio e entidades culturais.
 - Negociación de sinerxías e definición de ofertas conxuntas.
3. **Tácticas promocionais** (45 min)
 - Diseño de material: folletos, banners, contidos dixitais.
 - Estratexias de difusión: campañas en prensa local, redes sociais, email marketing.
4. **Debate e aprendizaxes** (20 min)
 - Compartir boas prácticas e aprendizaxes aplicables ao contexto local.

SESIÓN 4. Validación, lanzamento e seguimento (2,5 h)

Horario: 11:45h – 14:15h

Obxectivos:

- Pór a proba as experiencias no campo e iterar segundo resultados.
- Elaborar un mapa de ruta de lanzamento e un sistema de seguimento colaborativo.

Contidos e dinámicas:

1. **Test en campo** (30 min)
 - Simulación práctica dun tramo da experiencia en exterior ou dinámica indoor.
 - Recollida de datos de satisfacción e observación directa.
2. **Mapa de ruta de lanzamento** (1 h)
 - Definición de hitos: preestrear, presentación oficial, temporada alta.
 - Asignación de recursos e responsabilidades entre empresas.
3. **Indicadores clave (KPI)** (40 min)
 - Selección de métricas: número de participantes, grao de satisfacción, impacto económico, feedback cualitativo.
 - Ferramentas e periodicidade de recollida de datos.
4. **Compromisos e peche** (20 min)
 - Acordos de colaboración a medio prazo.
 - Próximos pasos e creación de un grupo de coordinación interempresarial.

"FINANCIADO CON FONDOS DO PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN E RESILIENCIA – FINANCIADO POLA UNIÓN EUROPEA – NEXT GENERATIONEU".