GUÍA DEL ESTUDIANTE OLIMPIADA DE TURISMO. FASE LOCAL UAH

RETO TURISMO: CREA EL DESTINO DEL FUTURO

Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo

Universidad de Alcalá. Curso 2026/2027

1. ¿EN QUÉ CONSISTE EL RETO?

¿Te has preguntado alguna vez por qué viajamos a determinados lugares? ¿Qué hace que una experiencia turística sea memorable? ¿Cómo puede el turismo ayudar a mejorar un territorio?

En este Reto de la Olimpiada vais a poneros en la piel de un **equipo de profesionales del turismo**.

Vuestro reto consiste en **diseñar una experiencia turística innovadora, atractiva, viable y responsable para un destino de vuestro entorno**.

Podéis trabajar sobre una ciudad, municipio, comarca, provincia, espacio natural, patrimonio cultural o cualquier otro territorio que consideréis que tiene potencial turístico.

Pero hay una condición importante:

No se trata simplemente de hacer publicidad de un lugar. Tenéis que crear una propuesta turística concreta que permita descubrir, disfrutar o vivir ese destino de una manera diferente.

La propuesta debe responder a una necesidad u oportunidad que hayáis identificado y explicar por qué vuestra idea podría funcionar.

Imaginad que sois una pequeña empresa o consultora turística.

Un ayuntamiento, una empresa turística o una entidad del territorio os plantea este encargo:

"Queremos conseguir que nuestro destino resulte más atractivo para los visitantes y que genere beneficios para el territorio y para sus habitantes. ¿Qué experiencia turística nos proponéis?"

Ahora os toca responder.

2. ¿QUÉ TENÉIS QUE HACER?

El trabajo se realizará en **equipos de hasta 3 estudiantes**.

Cada equipo deberá presentar **dos trabajos obligatorios y relacionados entre sí**:

- **Una MEMORIA ESCRITA:** En ella explicaréis y justificaréis vuestra propuesta turística.
- **Un VÍDEO:** En un máximo de 3 minutos tendréis que presentar vuestra idea de una manera clara, atractiva y creativa.

La memoria y el vídeo deben tratar sobre la misma propuesta. El vídeo no debe limitarse a leer o resumir literalmente la memoria.

3. PASO 1. ELEGID VUESTRO DESTINO

El primer paso consiste en seleccionar el lugar sobre el que vais a trabajar.

Puede ser: una ciudad; un municipio; una comarca; una provincia; un espacio natural; un conjunto histórico o patrimonial; un territorio rural; un destino turístico ya consolidado que tenga posibilidades de mejora.

Consejo: *No es necesario elegir el destino más famoso. A veces un lugar que parece tener poco potencial turístico puede ofrecer grandes oportunidades si se analiza desde otra perspectiva.*

Preguntaros:

- ¿Qué tiene este lugar que lo hace especial?
- ¿Qué recursos turísticos posee?
- ¿Qué conocen los visitantes?
- ¿Qué desconocen?
- ¿Qué podría mejorarse?
- ¿Qué tipo de visitantes podrían estar interesados?
- ¿Qué experiencias podrían desarrollarse allí?

4. PASO 2. IDENTIFICAD UNA OPORTUNIDAD O PROBLEMA

Antes de pensar en vuestra solución, tenéis que saber **qué queréis solucionar o mejorar**. Por ejemplo:

- un recurso turístico poco conocido;
- la concentración de visitantes en determinados lugares;
- la falta de actividades para determinados públicos;
- la escasa conexión entre diferentes recursos;
- la necesidad de atraer visitantes fuera de determinadas épocas;
- la dificultad para atraer a jóvenes;
- la necesidad de mejorar la accesibilidad;
- la oportunidad de poner en valor una tradición;
- la falta de experiencias turísticas vinculadas a la gastronomía;
- la posibilidad de combinar turismo y naturaleza;
- la necesidad de diversificar la oferta turística.

Recordad: *Un buen proyecto no empieza por la solución. Empieza por detectar correctamente el problema o la oportunidad.*

5. PASO 3. DISEÑAD VUESTRA EXPERIENCIA TURÍSTICA

Ahora llega la parte más creativa. Tenéis que diseñar una **experiencia turística concreta**.

No basta con decir:" *Hay que promocionar más el destino en Instagram*". Eso sería una acción de promoción, pero no una experiencia turística.

En cambio: "*Diseñamos una ruta nocturna para jóvenes que combina patrimonio, gastronomía local y relatos históricos mediante códigos QR y contenidos digitales*". Eso sí constituye una propuesta turística concreta.

Vuestra experiencia puede adoptar muchas formas:

- una ruta;
- una visita temática;
- una experiencia gastronómica;
- una actividad de naturaleza;
- una experiencia cultural;
- una propuesta de turismo deportivo;
- una actividad de turismo creativo;
- una experiencia basada en tecnología;
- una propuesta de turismo accesible;
- una experiencia para familias;
- una experiencia para jóvenes;
- una propuesta de turismo rural;
- una combinación de varias de estas posibilidades.

6. EL "BRIEF" DE VUESTRA PROPUESTA

Antes de comenzar a redactar la memoria, intentad completar esta ficha:

Elemento	***Nuestra propuesta***
Nombre de la experiencia	
Destino	
Problema u oportunidad detectada	
Público objetivo	
¿Qué experiencia proponemos?	
¿Qué actividades incluye?	
¿Cuánto dura?	
¿Qué la hace diferente?	
¿Por qué elegiría alguien esta experiencia?	
¿Cómo contribuye al destino?	
¿Cómo incorpora la sostenibilidad?	
¿Qué recursos necesitamos?	
¿Cómo podría financiarse o generar ingresos?	
¿Qué impacto esperamos conseguir?	

No es necesario incorporar esta tabla a la memoria. Es una herramienta para ayudaros a organizar vuestra idea.

7. LA MEMORIA ESCRITA

7.1. ¿Qué extensión debe tener?

La memoria tendrá una extensión de: **1.000–1.500 palabras**

No se contabilizarán en esta extensión: la portada; la bibliografía; los anexos.

7.2. ¿Qué Formato?

- **Tipo de letra:** Arial o Times New Roman.
- **Tamaño:** 12 puntos.
- **Interlineado:** 1,5.
- Se pueden utilizar tablas, gráficos, fotografías, mapas o imágenes cuando ayuden a explicar la propuesta.
- Deben indicarse las fuentes utilizadas cuando corresponda.

7.3. ¿Qué estructura se recomienda?

a. Introducción y contexto

Presentad brevemente el destino elegido y explicad por qué habéis decidido trabajar sobre él.

Podéis incluir información sobre: localización; principales recursos turísticos; características del destino; visitantes o públicos actuales; principales atractivos.

No se trata de hacer una descripción enciclopédica. Seleccionad únicamente la información que ayude a comprender vuestro proyecto.

b. Análisis del destino

Analizad qué situación turística presenta actualmente el territorio.

Podéis preguntaros: ¿Qué funciona bien?; ¿Qué podría mejorarse?; ¿Qué recursos están infrautilizados?; ¿Qué públicos están poco atendidos?; ¿Qué oportunidades existen?; ¿Qué dificultades habría que superar?

Intentad utilizar **información y datos reales** siempre que sea posible.

c. Problema u oportunidad

Explicad claramente: *¿Qué problema queréis solucionar o qué oportunidad queréis aprovechar?*

Esta parte es especialmente importante. El tribunal debe poder entender con claridad por qué vuestra propuesta tiene sentido.

d. Vuestra propuesta turística

Este es el núcleo del trabajo. Explicad vuestra experiencia: ¿En qué consiste?; ¿Qué puede hacer el visitante?; ¿Dónde se desarrolla?; ¿Cuánto dura?; ¿Qué actividades incluye?; ¿Qué recursos utiliza?; ¿Quién la organiza?; ¿Qué necesita para funcionar?

Intentad que alguien que no conozca vuestro proyecto pueda **imaginar perfectamente la experiencia** después de leer este apartado.

e. Público objetivo y elementos diferenciales

Explicad: ¿A quién va dirigida?; ¿Por qué ese público estaría interesado?; ¿Qué necesidades tiene?; ¿Qué diferencia vuestra propuesta de otras experiencias existentes?

Una buena propuesta no tiene que gustar a todo el mundo. *Es mejor diseñar muy bien una experiencia para un público concreto que intentar dirigirse a todo el mundo.*

f. Viabilidad e impacto

Una gran idea también debe poder llevarse a la práctica. Explicad brevemente: ¿Qué recursos serían necesarios?; ¿Quién podría participar en su organización?;¿Qué posibles costes tendría?;¿Cómo podría generar ingresos o beneficios para el territorio?;¿Qué entidades podrían colaborar?;¿Qué impacto podría generar?

También debéis explicar cómo vuestra propuesta incorpora aspectos de: sostenibilidad; respeto por el entorno; beneficio para la población local; accesibilidad e inclusión, cuando sea posible.

g. Conclusiones

Resumid vuestra propuesta y explicad por qué consideráis que puede contribuir a mejorar el destino.

Intentad responder a una pregunta: *¿Por qué creemos que esta propuesta merece hacerse realidad?*

h. Bibliografía y fuentes

Incluid las fuentes que hayáis utilizado. Podéis consultar, entre otras: páginas web oficiales; institutos de estadística; ayuntamientos y otras administraciones públicas; organismos turísticos; artículos y publicaciones; libros; informes; fuentes de información turística.

No copiéis información sin citar su procedencia.

7.4. Consejos para hacer una buena Memoria

✅ *Pensad como profesionales del turismo:* No os limitéis a describir un lugar. Analizadlo y proponed soluciones.

✅ *Utilizad información real:* Los datos pueden ayudaros a demostrar que el problema u oportunidad que habéis identificado existe realmente.

✅ *Sed concretos:*Es mejor una propuesta concreta y bien desarrollada que una idea muy ambiciosa pero difícil de explicar.

✅ *Justificad vuestras decisiones:* No basta con decir qué vais a hacer. Explicad por qué.

✅ *Pensad en el visitante:* Preguntaros:«Si yo fuera un turista, ¿por qué querría hacer esta experiencia?»

✅ *Pensad también en el territorio:* El turismo no consiste únicamente en atraer visitantes. Una buena propuesta debe tener en cuenta el destino y a las personas que viven en él.

8. EL VÍDEO

La segunda prueba consiste en realizar un vídeo de **máximo 3 minutos**. El vídeo debe presentar vuestra propuesta de forma clara, atractiva y comprensible.

8.1. ¿Qué Formato?

- Duración máxima: **3 minutos**.
- Formato: **MP4 o equivalente**.
- Deben aparecer **todos los miembros del equipo**.
- Debe existir coherencia entre el vídeo y la memoria.

8.2. ¿Qué estructura se recomienda?

El Vídeo no es una lectura de la Memoria. Uno de los aspectos más importantes es este: **NO hagáis un vídeo leyendo literalmente vuestra memoria.**

El vídeo debe funcionar como un **pitch turístico**. Imaginad que tenéis tres minutos para convencer a un ayuntamiento, una empresa turística o un inversor de que vuestra propuesta merece ponerse en marcha. Tenéis que conseguir que quien vea el vídeo entienda: ¿Qué problema u oportunidad habéis detectado?; ¿Qué proponéis?; ¿Para quién?; ¿Qué tiene de especial?; ¿Por qué puede funcionar?

0:00–0:30 | EL RETO

Presentad el destino y el problema u oportunidad: **«Nuestro destino tiene un recurso extraordinario, pero…»**

0:30–1:30 | LA IDEA

Explicad vuestra experiencia: **«Nuestra propuesta consiste en…»**

Mostrad imágenes, mapas, dibujos, recreaciones o ejemplos que ayuden a entenderla.

1:30–2:20 | ¿POR QUÉ FUNCIONARÍA?

Explicad: público objetivo; elemento diferencial; beneficios; sostenibilidad; viabilidad.

2:20–3:00 | EL PITCH FINAL

Terminad con una idea potente: **«Queremos convertir [destino] en…»** o **«Nuestra propuesta demuestra que…»**

8.3. ¿Cómo podéis hacer el Vídeo?

No necesitáis disponer de equipos profesionales. Podéis utilizar: teléfonos móviles; fotografías; vídeos propios; mapas; entrevistas; voz en off; animaciones; dibujos; gráficos; música; textos y rótulos; recreaciones.

Lo importante no es tener la cámara más sofisticada. **Lo importante es tener una buena idea y saber comunicarla.**

⚠ **Importante:** La calidad técnica del vídeo será valorada, pero **no es necesario realizar una producción profesional**.

Se valorará especialmente: que la idea se entienda; que el mensaje sea claro; que el vídeo sea coherente con la memoria; que resulte atractivo; que utilicéis los recursos audiovisuales de manera adecuada.

Y, SOBRE TODO…

No buscamos únicamente saber cuánto conocéis sobre turismo.

Queremos descubrir **cómo sois capaces de observar un territorio, detectar oportunidades, plantear soluciones y comunicar vuestras ideas**.

El turismo necesita profesionales capaces de analizar, imaginar, crear, gestionar y transformar.

Ahora os toca a vosotros.

¿QUÉ DESTINO DEL FUTURO SOIS CAPACES DE IMAGINAR?

RETO TURISMO: CREA EL DESTINO DEL FUTURO