GUÍA DEL ESTUDIANTE OLIMPIADA DE TURISMO. FASE LOCAL UAH

RETO TURISMO: CREA UN EVENTO TURÍSTICO

Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo

Universidad de Alcalá. Curso 2026/2027

1. ¿EN QUÉ CONSISTE EL RETO?

¿Puede un evento convertirse en un motivo para visitar un destino? ¿Cómo conseguir que una celebración, una actividad cultural, deportiva, gastronómica o relacionada con el patrimonio atraiga visitantes y, al mismo tiempo, contribuya al desarrollo del territorio?

En este Reto de la Olimpiada vais a asumir el papel de un **equipo profesional especializado en turismo y organización de eventos.**

Vuestro objetivo será diseñar un **evento turístico innovador, atractivo, viable y responsable** para un destino de vuestro entorno. Podéis elegir una ciudad, municipio, comarca, provincia, espacio natural, conjunto patrimonial o cualquier otro territorio susceptible de desarrollar una propuesta turística. El evento puede estar relacionado con diferentes ámbitos: cultura, patrimonio, gastronomía, deporte, naturaleza, música, tradiciones, creatividad, ocio, innovación u otros ámbitos que puedan generar interés turístico.

Pero hay una condición importante: *No se trata simplemente de organizar una actividad o una fiesta.*

El reto consiste en identificar una **oportunidad o necesidad relacionada con el turismo** y diseñar un evento capaz de atraer a un público determinado, ofrecerle una experiencia memorable y contribuir positivamente al destino.

Imaginad que sois una empresa, una **consultora turística** o un equipo profesional al que un destino plantea el siguiente encargo::

« Queremos crear un evento que consiga atraer visitantes, poner en valor nuestro territorio y generar una experiencia turística diferente. ¿Qué evento propondríais?»

Tendréis que investigar el destino, conocer sus recursos, detectar una oportunidad, definir vuestro público y diseñar un evento concreto.

Pensad en preguntas como:

- ¿Qué tiene nuestro destino que podría convertirse en el eje de un evento?
- ¿Qué tipo de visitantes queremos atraer?
- ¿Qué experiencia queremos que vivan?
- ¿Qué hará que nuestro evento sea diferente?
- ¿Por qué alguien estaría dispuesto a desplazarse hasta el destino para participar?
- ¿Cómo puede beneficiar el evento al territorio y a sus habitantes?
- ¿Es realmente posible organizarlo?

Un buen evento turístico no es solamente un conjunto de actividades. Es una experiencia diseñada para un público concreto y vinculada a un destino.

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 analizaréis las dificultades y oportunidades relacionadas con los estudios y las profesiones turísticas y desarrollaréis vuestra propuesta.
- **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 1º. ELEGID EL DESTINO Y CONOCED SUS RECURSOS

Antes de pensar en el evento, tenéis que pensar en el **destino**.

Elegid un lugar sobre el que podáis investigar y que tenga recursos suficientes para desarrollar vuestra propuesta. Puede ser: una ciudad; un municipio; una comarca; una provincia; un espacio natural; un conjunto histórico o patrimonial; un territorio rural; otro destino que consideréis adecuado.

Preguntaros:

- ¿Qué recursos turísticos tiene?
- ¿Qué tipo de visitantes recibe actualmente?
- ¿Qué oportunidades presenta el destino?

4. PASO 2º. IDENTIFICAD LAS DIFICULTADES Y OPORTUNIDADES

Un buen evento turístico debe tener un **porqué**.

No empecéis preguntándoos únicamente: ***«¿Qué evento podemos organizar?».*** Empezad preguntándoos: ***«¿Qué oportunidad o necesidad del destino podemos abordar mediante un evento turístico?»***

Por ejemplo: un recurso turístico poco conocido; una tradición que se está perdiendo; una época del año con poca actividad turística; la necesidad de atraer nuevos públicos; la posibilidad de poner en valor un producto gastronómico; un patrimonio que necesita mayor difusión; la oportunidad de desarrollar turismo deportivo; la necesidad de diversificar la oferta turística; la posibilidad de conectar turismo y naturaleza; la oportunidad de atraer visitantes jóvenes; la necesidad de generar nuevas experiencias para los visitantes.

Preguntaros:

- ¿Qué problema u oportunidad habéis detectado?

- ¿Por qué es importante?
- ¿A quién afecta?
- ¿Qué recursos del destino pueden ayudar a solucionarlo?
- ¿Por qué un evento puede ser una buena respuesta?

Un buen proyecto empieza detectando una oportunidad o una necesidad. No hace falta inventar un problema que no existe. Investigad, observad y utilizad información real para justificar vuestra elección.

5. PASO 3º. DISEÑAD VUESTRO EVENTO TURÍSTICO

Ahora llega el momento de crear vuestro evento. Pensad que sois el equipo profesional encargado de presentarlo a un destino que quiere ponerlo en marcha.

Tenéis que decidir:

¿Qué tipo de evento será? Puede ser, por ejemplo: un festival cultural; un evento gastronómico; una competición o evento deportivo; una experiencia relacionada con la naturaleza; un evento musical; una celebración vinculada al patrimonio; una feria o encuentro; un evento relacionado con las tradiciones; una experiencia nocturna; un evento para jóvenes; un evento familiar; una combinación de varias propuestas.

No hay una única respuesta correcta. Lo importante es que el evento tenga sentido para el destino y para el público al que se dirige.

Definid vuestro evento. *Pensad*:

- ¿Cómo se llama?
- ¿Cuál es su idea principal?
- ¿Dónde se celebra?
- ¿Cuándo se celebra?
- ¿Cuánto dura?
- ¿Qué actividades incluye?
- ¿Quién puede participar?
- ¿Qué recursos del destino utiliza?
- ¿Qué experiencia queremos crear?

Y, sobre todo: ***¿Por qué alguien viajaría hasta ese destino para participar en vuestro evento?***

Evitar diseñar simplemente una fiesta o un conjunto de actividades sin conexión.

El evento debe tener un concepto reconocible, una finalidad y una experiencia que lo diferencie.

6. PASO 4º. PENSAD EN LOS VISITANTES Y EN LA EXPERIENCIA

Un evento turístico necesita personas que quieran asistir. Por eso, una de las decisiones más importantes será determinar a quién os dirigís. No intentéis atraer a todo el mundo.

Elegid vuestro público. Podéis dirigiros, por ejemplo, a: jóvenes; familias; parejas; personas interesadas en la gastronomía; deportistas; amantes de la naturaleza;

personas interesadas en la cultura y el patrimonio; turistas internacionales; visitantes de destinos cercanos; público especializado; otro grupo que consideréis adecuado.

Después, pensad en la experiencia**. ¿Qué vivirá el visitante?**

Imaginad el recorrido de una persona que decide asistir: *Antes del evento* (¿Cómo lo conoce?; ¿Por qué decide acudir?; ¿Cómo compra o consigue su entrada?); *Durante el evento* (¿Qué hace?; ¿Qué lugares visita?; ¿Qué actividades realiza?; ¿Qué personas conoce?; ¿Qué productos consume?; ¿Qué recuerdos se lleva?); *Después del evento* (¿Qué hará después?; ¿Recomendará el destino?; ¿Compartirá su experiencia?; ¿Volverá en el futuro?)

El objetivo no es solamente conseguir asistentes: es **crear una experiencia turística memorable**.

7. PASO 5º. ANALIZAD LA VIABILIDAD Y EL IMPACTO

Una idea puede ser muy creativa y, sin embargo, ser imposible de realizar. Por eso, vuestro evento también debe ser **viable**.

Preguntad:

- ¿Qué espacios necesitamos?
- ¿Qué materiales necesitamos?
- ¿Qué profesionales participarían?
- ¿Qué colaboradores necesitamos?
- ¿Cuántas personas podrían asistir?
- ¿Cómo se financiaría?
- ¿Tendría entradas o inscripción?
- ¿Podrían colaborar empresas?
- ¿Podría recibir apoyo de una administración?
- ¿Qué recursos del destino podemos utilizar?

No es necesario realizar un presupuesto profesional completo. Pero sí debéis demostrar que habéis pensado en **qué hace falta para que vuestro evento pueda hacerse realidad**.

Pensad también en sus impactos. Un evento turístico puede generar beneficios: *Económicos* (Más visitantes; Mayor consumo en establecimientos locales; Nuevas oportunidades para empresas; Generación de actividad fuera de temporada); *Sociales* (Participación de la población local; Nuevas oportunidades para jóvenes; Colaboración entre asociaciones y empresas; Fortalecimiento de la identidad del territorio); *Culturales* (Puesta en valor del patrimonio; Recuperación de tradiciones; Difusión de la cultura local); *Ambientales* (Sensibilización; Uso responsable de los recursos; Reducción de residuos; Movilidad sostenible).

Pero también debéis pensar en los posibles impactos negativos y en cómo evitarlos o reducirlos. Un buen evento turístico debe ser **atractivo, pero también responsable**.

8. EL "BRIEF" DE VUESTRO EVENTO

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

Elemento	*Pregunta que debéis responder*
Nombre del evento	¿Cómo se llama?
Destino	¿Dónde se celebra?
Oportunidad o necesidad	¿Qué problema u oportunidad habéis detectado?
Público objetivo	¿A quién queremos atraer?
Concepto	¿Cuál es la idea central del evento?
Experiencia	¿Qué vivirá el visitante?
Actividades	¿Qué ocurrirá durante el evento?
Fecha y duración	¿Cuándo y durante cuánto tiempo?
Recursos del destino	¿Qué elementos del territorio utilizaremos?
Elemento diferencial	¿Qué hace especial nuestro evento?
Promoción	¿Cómo conseguiremos que nuestro público lo conozca?
Sostenibilidad	¿Cómo reduciremos sus impactos?
Recursos necesarios	¿Qué necesitamos para organizarlo?
Financiación	¿Cómo se podría financiar?
Impacto esperado	¿Qué beneficios puede generar para el destino?

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

8. LA MEMORIA ESCRITA

8.1. ¿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.

8.2. ¿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 el proyecto.
- Deben indicarse las fuentes utilizadas cuando corresponda.

8.3. ¿Qué estructura se recomienda?

a. Introducción y contexto

Presentad brevemente el destino elegido y explicad por qué consideráis que es adecuado para vuestro evento.

b. Análisis del destino

Investigad sus principales recursos turísticos, características, públicos y oportunidades.

c. Oportunidad o necesidad detectada

Explicad qué problema, necesidad u oportunidad habéis identificado y por qué un evento turístico puede ser una buena respuesta.

d. Propuesta de evento

Presentad vuestro evento: Nombre; Concepto; Lugar; Fecha y duración; Actividades; Experiencia; Recursos utilizados.

e. Público objetivo y elementos diferenciales

Explicad a quién os dirigís y por qué ese público estaría interesado en participar. *¿Qué hace diferente a vuestro evento?*

f. Viabilidad e impacto

Explicad qué recursos serían necesarios, cómo podría financiarse y qué impactos positivos podría generar en el destino. También podéis señalar posibles riesgos o impactos negativos y cómo reducirlos.

g. Conclusiones

Resumid las principales ideas y explicad por qué vuestro evento puede contribuir al destino.

h. Bibliografía y fuentes

Incluid las fuentes utilizadas para realizar vuestro análisis. También podéis utilizar información obtenida mediante encuestas o entrevistas realizadas por vuestro equipo.

No copiéis información sin citar su procedencia.

8.4. Consejos para hacer una buena Memoria

✅ *Pensad como profesionales del turismo***:** No se trata únicamente de tener una idea divertida. Tenéis que explicar **por qué, para quién, cómo, dónde, cuándo y con qué finalidad.**

✅ *Utilizad información real*: Investigad el destino y utilizad datos, documentos, páginas web y otras fuentes que os ayuden a justificar vuestras decisiones. No es necesario realizar una investigación científica compleja.

✅ *Sed concretos*: No digáis solamente: «Organizaremos un festival cultural». Explicad qué festival, dónde, cuándo, para quién, qué actividades tendrá y qué experiencia ofrecerá.

✅ *Pensad en el visitante*: Preguntad: «Si yo fuese un visitante, ¿por qué viajaría hasta allí para participar?»

✅ *Pensad también en el destino*: Un evento turístico no debe beneficiar únicamente al visitante. Preguntad: «¿Qué gana el destino con nuestro evento?»

9. 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.

9.1. ¿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.

9.2. ¿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**. Pensad que tenéis tres minutos para convencer a alguien de que vuestro evento merece la pena.

0:00–0:30 | EL RETO

Presentad brevemente el destino y la oportunidad o necesidad que habéis detectado. Podéis comenzar con una pregunta: "**¿Qué problema queremos solucionar o qué oportunidad queremos aprovechar?"**

0:30–1:30 | ¿NUESTRO EVENTO?

Presentad vuestra idea: Nombre; Concepto; Lugar; Público; Actividades; Experiencia

¿Qué va a ocurrir?

1:30–2:20 | ¿PRO QUÉ FUNCIONARÁ?

Explicad Qué lo hace diferente; Por qué atraerá visitantes; Qué recursos del destino utiliza; Qué beneficios puede generar.

2:20–3:00 | EL PITCH FINAL

Terminad intentando convencer al público: ¿Por qué debería visitar vuestro evento?; ¿Por qué debería apostar el destino por vuestra propuesta?; Pensad en una frase final que resuma vuestra idea.

La frase final debe ser vuestra y estar relacionada con vuestra propuesta.

9.3. ¿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…

En este reto no se trata solamente de imaginar un evento. Se trata de aprender a **observar un territorio, descubrir sus recursos, detectar oportunidades, conocer a sus visitantes, diseñar experiencias y convertir una idea en una propuesta turística viable**.

Un evento puede ser mucho más que una actividad puntual. Puede ayudar a descubrir un territorio, poner en valor su patrimonio, dinamizar su economía, generar nuevas experiencias, atraer visitantes y fortalecer la relación entre quienes viven en un destino y quienes lo visitan.

Para conseguirlo hacen falta profesionales capaces de: **INVESTIGAR · ANALIZAR · IMAGINAR · DISEÑAR · ORGANIZAR · COMUNICAR**

Ahora os toca a vosotros.

¿QUÉ EVENTO TURÍSTICO SOIS CAPACES DE CREAR?

RETO TURISMO: CREA UN EVENTO TURÍSTICO