

Datos del Proyecto

1.- Denominación de la Idea o actividad (denominación comercial o actividad principal a desarrollar)

Explora Córdoba – Rutas Turísticas Diseñadas por Jóvenes

2.- Descripción de la Idea. Detalle cómo y por qué cree que podría convertirse en negocio: problema que se pretende resolver (necesidades que cubre), novedad de la solución propuesta.

Se trata de un proyecto formativo y de activación económica donde jóvenes de Córdoba aprenden a diseñar, narrar y comercializar rutas turísticas alternativas y temáticas (históricas, de leyendas, gastronómicas, feministas, etc.). La idea busca cubrir la necesidad de empleo para jóvenes en paro o sin formación específica, además de potenciar el turismo sostenible y cultural, resaltando historias menos conocidas de la ciudad. Su novedad radica en que las rutas son creadas y guiadas por jóvenes locales, lo que aporta autenticidad, innovación y revitaliza la oferta turística tradicional.

3.- Descripción de los productos/servicios/utilidades que genera la puesta en marcha de la Idea

Formación especializada: técnicas de guía turística, storytelling y turismo sostenible.
Rutas turísticas temáticas y alternativas: diseñadas por los jóvenes, que pueden ser recorridos presenciales o virtuales.
Guías freelance capacitados: jóvenes preparados para trabajar en el sector turístico local o crear su propio servicio de rutas.
Material promocional: mapas, flyers, vídeos que apoyan la difusión y comercialización de las rutas.
Impulso al turismo sostenible: con rutas que valorizan patrimonio y cultura local, incentivando un turismo responsable y enriquecedor.

4.- Descripción cronológica de los procesos y/o actividades que se han de realizar para llevar el producto / servicio al cliente final.

Semana 1: Formación intensiva en técnicas de guía, narración y turismo sostenible.

Semanas 2 y 3: Diseño y desarrollo de rutas temáticas originales por grupos de jóvenes.

Semana 4: Piloto de las rutas y grabación de vídeo promocional para difusión.

Semana 5: Creación y lanzamiento de la página web y redes sociales para comercializar y promover las rutas.

5.- Mercado al que se dirige. ¿Cuál es su principal clientela? ¿Dónde se encuentran localizados?

Jóvenes desempleados o sin formación específica, interesados en patrimonio, historia y turismo, residentes en Córdoba.
Turistas nacionales e internacionales que buscan experiencias auténticas, sostenibles y alternativas dentro de Córdoba.
Agencias y operadores turísticos locales que pueden incorporar estas rutas a sus ofertas o contratar guías freelance.

6.- Con la idea desarrollada, ¿se ofrece algún servicio adicional que pudiera mejorar la experiencia de compra del cliente?

Si

Descríbelo

Vídeos promocionales y material gráfico profesional que facilitan la promoción y atraen a clientes.
Opciones de rutas personalizadas o temáticas que permiten a los turistas elegir según sus intereses.
Guías jóvenes con formación fresca y cercana, capaces de ofrecer experiencias auténticas y dinámicas. Acceso a una plataforma web y redes sociales para reservas, información y contacto directo con los guías

7.- Factores / motivos por los cuales la implantación de la Idea tendría éxito.

Demanda creciente de turismo experiencial y sostenible: Cada vez más turistas buscan actividades auténticas y que respeten el entorno cultural y natural, lo que hace que las rutas alternativas y temáticas tengan un atractivo especial.
Valor diferencial y local: Las rutas diseñadas y guiadas por jóvenes cordobeses aportan frescura, conocimiento de primera mano y una narrativa auténtica que conecta mejor con visitantes interesados en experiencias genuinas.
Capacitación práctica y completa: El proyecto ofrece formación específica en técnicas de guía, storytelling y turismo sostenible, garantizando la calidad y profesionalidad de los jóvenes guías.

Generación de empleo joven: La idea responde directamente a la necesidad de creación de oportunidades laborales para jóvenes en paro o sin formación específica, potenciando su inserción en el mercado turístico.

Innovación y revalorización cultural: Explorar historias no contadas y zonas menos turísticas permite diversificar la oferta local, dinamizando la economía y fomentando un turismo más equitativo.

Apoyo en marketing y difusión: La producción de materiales gráficos, vídeos promocionales y presencia online maximiza la visibilidad y atractivo de las rutas.

Potencial de continuidad y escalabilidad: Las rutas pueden mantenerse, actualizarse y ampliarse con nuevas temáticas, y los jóvenes pueden integrarse como guías freelance o crear microemprendimientos turísticos.

Estos factores combinados aumentan la probabilidad de éxito al responder a una necesidad real, aprovechar fortalezas locales y ofrecer un producto turístico innovador y sostenible.

8.- Descripción y desglose de la inversión necesaria para iniciar la actividad generada por la Idea presentada

Para poner en marcha el proyecto Explora Córdoba – Rutas Turísticas Diseñadas por Jóvenes se requiere una inversión total estimada de 2.850 €, distribuida en los siguientes conceptos:

Concepto Coste Estimado (€)

Formadores en turismo y storytelling 1.000 €

Apoyo en diseño gráfico y desarrollo web 700 €

Producción de vídeo promocional 800 €

Impresión de mapas y flyers 350 €

Detalle:

Formadores: Profesionales especializados impartirán la formación para capacitar a los jóvenes en técnicas de guía turística, storytelling y turismo sostenible.

Diseño gráfico y web: Creación de materiales visuales atractivos, desarrollo de página web y presencia digital para promover las rutas.

Vídeo promocional: Producción audiovisual profesional que muestre las rutas y motive a turistas a participar.

Impresión: Mapas y flyers que faciliten la difusión física y el uso práctico de las rutas para turistas.

Esta inversión asegura una base sólida para la formación, promoción y lanzamiento efectivo del proyecto, permitiendo que los jóvenes diseñadores y guías tengan herramientas de calidad para empezar su actividad.