Datos del Proyecto

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

Traducultura Córdoba

(Actividad principal: experiencias turísticas inmersivas diseñadas para el aprendizaje práctico del español a través de visitas guiadas, dinámicas interactivas y materiales traducidos en varios idiomas.)

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.

Traducultura Córdoba proporciona microexperiencias turísticas pensadas para extranjeros que buscan practicar o perfeccionar su español mientras exploran la ciudad. Se trata de visitas y actividades culturales dinámicas, llevadas a cabo por especialistas en traducción y enseñanza de idiomas, que fusiona el turismo con la adquisición de vocabulario real, expresiones típicas y cultura local. Es un turismo de idiomas dinámico, diferente de las visitas guiadas tradicionales.
El problema que esta idea resuelve es doble: por un lado, muchos turistas desean conocer la cultura local en profundidad, más allá de una visita tradicional; por otro, existe una demanda creciente de experiencias educativas y lingüísticas durante los viajes. Traducultura Córdoba cubre ambas necesidades ofreciendo visitas activas donde se practica vocabulario real, se aprenden expresiones típicas y se vive la cultura desde dentro.
La novedad radica en que no se trata de clases de español ni de visitas guiadas convencionales, sino de una fusión dinámica de ambas: turismo lingüístico en contextos reales, con materiales personalizados, juegos de interacción y apoyo multilingüe. Esta experiencia no existe actualmente como oferta estable en Córdoba, lo que representa una clara oportunidad de diferenciación y negocio escalable, especialmente en temporadas altas de turismo internacional o para programas Erasmus, escuelas de idiomas y viajeros culturales.

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

La puesta en marcha de Traducultura Córdoba generará una serie de servicios turísticos y educativos especializados dirigidos a visitantes extranjeros interesados en el idioma y la cultura local. Estos son los principales productos y utilidades:

1.Rutas temáticas guiadas en español adaptado, acompañadas de materiales en el idioma del visitante (inglés, francés, alemán, etc.), que permiten una inmersión lingüística práctica mientras se recorre Córdoba.

2.Guías didácticas multilingües en formato digital o físico, con vocabulario útil, expresiones típicas y datos culturales relacionados con cada ruta (gastronomía, historia, mercados, tradiciones, etc.).

3.Actividades interactivas durante las visitas, como juegos de rol, retos lingüísticos, minidiálogos y prácticas reales de conversación en comercios locales o espacios públicos.

4.Acceso online a recursos complementarios tras la experiencia: audios con pronunciación, glosarios personalizados, y un “diario de viaje lingüístico” como recuerdo formativo.

5.Servicios a medida para grupos (Erasmus, escuelas de idiomas, viajes educativos), con rutas adaptadas al nivel del idioma y objetivos didácticos.

6.Colaboraciones con negocios locales (bares, tiendas, alojamientos), que se beneficiarán de una clientela más conectada y predispuesta a interactuar en español.

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

1. Fase de Diseño (Mes 1):
Se definirán las rutas temáticas (gastronómicas, históricas, culturales) y se redactarán los guiones en español, adaptados a distintos niveles, con traducciones a varios idiomas. Además, se diseñarán actividades interactivas y materiales multilingües.

2. Fase de Producción (Mes 2):
Se producirán las guías, audios y recursos digitales. También se desarrollará la página web con sistema de reservas y se registrará la marca, gestionando seguros y trámites legales.

3. Fase de Pruebas Piloto (Final del Mes 2):

Se realizarán pruebas con grupos pequeños para evaluar las rutas y actividades, ajustando el contenido según el feedback recibido.

4. Lanzamiento (Mes 3):
Se abrirán las rutas al público, promoviendo la actividad a través de redes sociales, colaboraciones locales y promociones especiales de lanzamiento.

5. Evaluación y Mejora (Mes 4 en adelante):
Se evaluará la satisfacción de los clientes y se optimizarán las rutas y materiales, creando nuevas experiencias y manteniendo la promoción activa.

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

Público objetivo
• Turistas extranjeros interesados en la cultura española y en aprender el idioma.
• Estudiantes Erasmus o adultos en programas de inmersión lingüística.
• Escuelas de idiomas que buscan actividades reales para sus alumnos.

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

Si

Descríbelo

Traducultura Córdoba ofrecerá servicios adicionales como paquetes personalizados donde los clientes eligen rutas y niveles de español, un servicio de foto y video personalizado con un álbum digital, postales sonoras grabadas por los turistas como recuerdo único, descuentos en comercios locales asociados y una experiencia gastronómica post-ruta con tapas o menú tradicional para practicar el idioma en un entorno local. Estos servicios mejoran la experiencia y la hacen más memorable.

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

Esta propuesta combina turismo, traducción y aprendizaje real del idioma en situaciones cotidianas, ofreciendo a los turistas una experiencia útil, divertida y didáctica. No se trata solo de recorrer la ciudad, sino de vivir el idioma a través de la interacción directa con el entorno y la cultura local. Es una idea idónea para ciudades como Córdoba, que destacan por su riqueza histórica, gastronómica y tradición oral.

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

•Diseño de rutas, materiales y guías bilingües: 500 €
•Web y sistema de reservas online: 400 €
•Publicidad digital inicial: 400 €
•Colaboración con traductores y profesores para los guiones: 600 €
•Grabación de audios de vocabulario y expresiones (multilingüe): 400 €
•Registro, seguros y gestiones legales: 300 €
•Propaganda de la empresa (libretas, chapas, tarjetas): 200 €
•Fondo de reserva para colaboraciones puntuales: 200 €