



Fomento de sectores y comunidades.  
Turismo innovador y sostenible.



Europa  
invierte en las zonas rurales

# METODOLOGIA

PARA LA DINAMIZACIÓN DE  
MARATONES DE EMPRENDIMIENTO  
EN TURISMO RURAL Y  
SEGUIMIENTO DE IDEAS DE  
NEGOCIO DESARROLLADAS

GRUPO  
CAMPIÑA SUR  
cordobesa



GDR  
Campiña  
DE JEREZ + COSTA NOROESTE



GDR  
SIERRA DE CÁDIZ



Junta de Andalucía



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural



GRUPO DE DESARROLLO RURAL DEL LITORAL  
DE LA JANDA Y DE LOS ALCORNOCALLES

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>2</b>
1.1 ¿Qué es un evento de generación de ideas para el turismo rural?	2
1.2 Propósito de este manual	2
1.3 ¿Por qué dinamizar eventos de emprendimiento de turismo rural?	2
1.4 Objetivos de los eventos de generación de ideas	2
1.5 ¿A quién está dirigido este manual?	3
1.6 Estructura del Manual	3
1.7 ¿Qué lograrás con este manual?	3
<b>2. PREPARACIÓN DEL EVENTO</b>	<b>4</b>
2.1 Selección del lugar de celebración	4
2.2 Convocatoria y captación de participantes	4
2.3 Propuesta de plantillas para invitaciones o anuncios	5
2.4 Distribución del tiempo y agenda	7
<b>3. ROLES EN EL EVENTO</b>	<b>8</b>
3.1 Facilitador/Moderador del evento	8
3.2 Asistentes técnicos al dinamizador	8
3.3 Participantes en los eventos de emprendimiento de turismo rural	9
3.4 Dinámica entre roles	10
<b>4. DINÁMICAS GRUPALES</b>	<b>11</b>
4.1 Dinámicas para la presentación	11
4.2 Dinámicas para la formación de grupos	11
4.3 Dinámicas para la generación de ideas	12
4.4 Dinámicas para el análisis y selección de ideas	12
4.5 Dinámicas para el Cierre	14
<b>5. USO DEL MANUAL PARA GENERAR IDEAS</b>	<b>15</b>
5.1 Estructura del manual	15
5.2 Cómo utilizar el manual en cada fase	15
5.3 Consejos para el facilitador al usar el manual	16
5.4 Ejemplo de uso del manual	17
<b>6. SEGUIMIENTO DURANTE Y DESPUÉS DEL EVENTO</b>	<b>18</b>
6.1 Seguimiento durante y después del evento	18
6.2 Durante el evento	18
6.3 Después del evento	18
6.4 Consejos prácticos para el facilitador	20
6.5 Ejemplo de encuesta post-evento	20
<b>7. OTROS MATERIALES: CHECKLISTS PARA LA ORGANIZACIÓN Y PLANTILLAS</b>	<b>21</b>
7.1 Checklists para la organización del evento	21
7.2 Checklist durante el evento	22
7.2 Checklist post-evento	22
7.3 Plantillas y materiales de apoyo	22

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 ¿Qué es un evento de generación de ideas para el turismo rural?

Un evento de generación de ideas es una actividad programada cuyo objetivo principal es reunir a personas emprendedoras o interesadas en emprender para promover la interacción, la colaboración y la creación de soluciones innovadoras a los desafíos del turismo rural. Este proceso fomenta la innovación y busca aprovechar los recursos locales de manera sostenible.

## 1.2 Propósito de este manual

Este manual tiene como propósito guiar a los **facilitadores/ dinamizadores** en la **organización, moderación y seguimiento** de eventos para la **generación de ideas de emprendimiento** en turismo rural. Proporciona **herramientas y metodologías prácticas** para que los eventos sean:

<p><b>Dinámicos</b> Favoreciendo la participación activa y el intercambio de ideas.</p>	<p><b>Replicables:</b> Estableciendo un marco claro para que puedan ser implementados en diferentes comunidades rurales.</p>	<p><b>Efectivos</b> Generando resultados tangibles como ideas viables y adaptadas al entorno.</p>
---	--	---

## 1.3 ¿Por qué dinamizar eventos de emprendimiento de turismo rural?

- 1. Fomentar el emprendimiento local:** Ayuda a las comunidades rurales a descubrir **oportunidades de negocio** que potencien sus **recursos naturales, culturales y sociales**.
- 2. Innovar en el turismo:** Impulsa **soluciones creativas** que respondan a las nuevas demandas de los turistas.
- 3. Fortalecer la colaboración:** Promueve el **trabajo conjunto** entre emprendedores, autoridades locales y la comunidad.
- 4. Contribuir a la sostenibilidad:** Permite desarrollar ideas que respeten el **medio ambiente** y fortalezcan la **identidad cultural**.

## 1.4 Objetivos de los eventos de generación de ideas

<p><b>1. Identificar necesidades y oportunidades:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detectar <b>problemas y retos específicos</b> del entorno rural.</li> <li>• Descubrir <b>nichos de mercado</b> en turismo rural.<sup>26</sup></li> </ul>
---	---

2. <b>Crear soluciones innovadoras:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar ideas <b>viabiles</b> que puedan transformarse en <b>proyectos de negocio</b>.</li> </ul>
3. <b>Involucrar a la comunidad local:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la <b>participación</b> de diferentes actores, asegurando que las ideas reflejen las <b>necesidades y aspiraciones</b> de la comunidad</li> </ul>
4. <b>Promover el desarrollo sostenible:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar propuestas que integren <b>sostenibilidad económica, social y ambiental</b>.</li> </ul>

## 1.5 ¿A quién está dirigido este manual?

- **Facilitadores y dinamizadores:** Personas encargadas de **organizar y moderar** los eventos.
- **Grupos de Desarrollo Rural (GDRs):** Instituciones que buscan **impulsar el turismo** en sus territorios.
- **Asociaciones locales:** Interesadas en fomentar el **emprendimiento** y la **innovación** en la comunidad.
- **Emprendedores y empresas rurales:** Que buscan **nuevas oportunidades** o mejorar sus **proyectos actuales**.

## 1.6 Estructura del Manual

Este manual incluye:

1. **Preparación del evento:** Selección del **lugar, convocatoria de participantes** y planificación **logística** del evento
2. **Moderación de las dinámicas grupales:** Uso de técnicas como **Design Thinking, brainstorming, SCAMPER** y **prototipado**.
3. **Seguimiento y evaluación:** Métodos para **medir el éxito** de las ideas generadas y su impacto.
4. **Herramientas prácticas:** **Plantillas, checklists y ejemplos** que faciliten la implementación.

## 1.7 ¿Qué lograrás con este manual?

- **Diseñar eventos efectivos** que generen ideas **innovadoras** para el turismo rural.
- **Moderar grupos de trabajo** promoviendo la **colaboración** y la **participación activa**.
- Identificar ideas **viabiles** y crear un plan para su **seguimiento y evaluación**.
- Fomentar la **sostenibilidad** y la **innovación** en las comunidades rurales.

## 2. PREPARACIÓN DEL EVENTO

### 2.1 Selección del lugar de celebración

La elección del lugar es fundamental para el éxito del evento. Considera los siguientes aspectos:

FACTOR	DESCRIPCIÓN
<b>Accesibilidad</b>	El lugar debe ser <b>fácilmente accesible</b> , con opciones de transporte público y aparcamiento cercano.
<b>Espacio</b>	Debe contar con suficiente espacio para que los participantes trabajen en <b>grupos cómodamente</b> .
<b>Infraestructura</b>	Asegúrate de que el lugar disponga de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mesas y sillas</b> adecuadas.</li> <li>• Equipo tecnológico: proyector, pantalla, micrófono.</li> <li>• Conexión a <b>Wi-Fi estable</b>.</li> </ul>
<b>Ambiente</b>	El espacio debe ser <b>tranquilo</b> y propicio para la concentración y la creatividad.
<b>Materiales necesarios</b>	Prepara los siguientes elementos antes del evento: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Post-its, rotuladores, folios, rotafolios.</b></li> <li>• Material visual, como <b>carteles o plantillas impresas.</b></li> </ul>

Las propias instalaciones de los GDR, centros de emprendimiento local o centros educativos de formación profesional son buenas opciones. En otro caso, salones de hoteles o de albergues rurales serían otra opción a evaluar.

### 2.2 Convocatoria y captación de participantes

Para asegurar una buena asistencia, es esencial diseñar una estrategia de convocatoria efectiva. Estas son las mejores herramientas:

- **Redes sociales:** Utiliza plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp para difundir invitaciones con imágenes atractivas y mensajes claros. Publicidad pagada y localizada en redes sociales con un target definido por territorio o intereses.
- **Colaboración con entidades locales:** Contacta a Grupos de Desarrollo Rural (GDRs), asociaciones culturales y ayuntamientos o CADES para que te ayuden a difundir el evento.
- **Anuncios físicos:** Coloca carteles en lugares estratégicos como mercados, centros comunitarios y oficinas municipales.
- **Correos electrónicos personalizados:** Envía invitaciones a emprendedores y líderes locales explicando los beneficios del evento.

## 2.3 Propuesta de plantillas para invitaciones o anuncios

### Ejemplo de invitación para redes sociales

**bf** Bookingfax Technologies  
14 de octubre · 🌐

¡Únete al Maratón de Emprendimiento en Turismo Rural del GDR de la COSTA NOROESTE !  
🌿🏃 En CHIPIONA (Castillo de Chipiona) , en colaboración con el Ayuntamiento d... [Ver más](#)

**Maratones para el Fomento del Emprendimiento Turístico Rural**

Europa  
invierte en las zonas rurales

**COSTA NOROESTE**

23/10/24 Castillo de Chiniona

DOCS.GOOGLE.COM

**MARATONES DE EMPRENDIMIENTO EN TURISMO RURAL**

Esta es una acción enmarcada en el proyecto de cooperación "Territo...

Registrarte

## Ejemplo de cartel físico



The poster features a central title 'Maratones para el Fomento del Emprendimiento Turístico Rural' with 'Maratones' in a pink banner, 'Fomento del' in a green banner, and 'Emprendimiento Turístico Rural' in a yellow banner. Above the title is a logo with the text 'Territorios activos y conectados, turismo innovador y sostenible' and an image of four runners. Below the title is an image of four runners on a path and the 'Europa invierte en las zonas rurales' logo. The bottom of the poster contains a row of logos for various organizations and the European Union.

Territorios activos y conectados,  
turismo innovador y sostenible

**Maratones** para el  
**Fomento del**  
**Emprendimiento**  
**Turístico Rural**

Europa  
invierte en las zonas rurales

GRUPO CAMPIÑA SUR cordobesa  
GDR Campiña DE JEREZ Y COSTA NOROESTE  
GDR SIERRA DE CÁDIZ  
UNIÓN EUROPEA  
Junta de Andalucía  
Litoral de la Janda y Las Alcañales  
GRUPO DE DESARROLLO RURAL DEL LITORAL DE LA JANDA Y DE LAS ALCAÑALES  
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

## 2.4 Distribución del tiempo y agenda

Un cronograma estructurado asegura que todas las fases del evento se desarrollen correctamente. Aquí tienes un ejemplo:

HORA	ACTIVIDAD
09:00/ 09:30	Registro y bienvenida: Presentación del evento y objetivos.
09:30/ 10:30	Dinámica inicial: Actividades para romper el hielo y presentar a los participantes.
10:30/ 12:30	Trabajo en grupos: Uso de herramientas como <b>brainstorming</b> y mapas de actores ( <b>Stakeholders Map</b> ).
12:30/ 13:30	Almuerzo y networking.
13:30/ 15:30	Desarrollo de ideas: <b>Prototipado</b> y representación visual de las propuestas.
15:30/ 16:30	Presentación de resultados: Exposición de las ideas trabajadas por cada grupo.
16:30/ 17:00	Retroalimentación: Cierre y evaluación del evento.

### → Resumen de materiales necesarios

Para garantizar que el evento se desarrolle sin problemas, estos son los materiales clave:

- **Material básico:** Post-its, rotuladores, folios y rotafolios.
- **Equipo técnico:** Proyector, pantalla y ordenador portátil.
- **Checklists:** Listas de verificación para asegurarse de que todo está listo antes, durante y después del evento.
- **Elementos visuales:** Carteles y plantillas para ayudar a los participantes en las dinámicas.

## 3. ROLES EN EL EVENTO

### 3.1 Facilitador/Moderador del evento

#### Tareas principales:

1. **Asegurar la participación equitativa:**
  - **Fomentar** que todos los participantes expresen sus ideas.
  - **Evitar** que una persona o grupo monopolice la discusión.
  - **Frases útiles:**
    - “¿Qué opinan los demás sobre esta idea?”
    - “¿Alguien quiere añadir algo diferente?”
2. **Mantener el tiempo:**
  - **Controlar** que cada dinámica o actividad se realice dentro del tiempo asignado.
  - **Usar señales visuales o verbales** para advertir a los grupos cuando el tiempo esté por finalizar.
3. **Estimular la creatividad:**
  - **Proponer preguntas abiertas** y provocadoras.
  - Utilizar frases que motiven a pensar fuera de lo común, como:
    - “¿Qué pasaría si eliminamos esta barrera?”
    - “¿Cómo podríamos hacer esto aún más atractivo para los visitantes?”
4. **Resolver conflictos o bloqueos:**
  - **Mantener un ambiente positivo y proactivo.**
  - Si surge una discusión, **redirigir el enfoque** hacia el objetivo común del grupo.

#### Perfil del facilitador ideal:

- **Habilidades:** para hablar en público y moderar grupos.
- **Conocimiento:** básico del entorno rural y del turismo.
- **Actitud:** empática y adaptable.

### 3.2 Asistentes técnicos al dinamizador

#### Tareas principales:

1. **Ayuda con materiales:**
  - **Preparar y distribuir materiales** antes del inicio del evento (rotuladores, post-its, hojas de trabajo).
  - **Reponer materiales** durante el evento si es necesario.
2. **Soporte tecnológico:**
  - **Configurar y supervisar** el uso de proyectores, ordenadores u otro equipo audiovisual.

- **Asistir a los participantes** con problemas técnicos (e.g., conexión a internet, uso de herramientas digitales).

### 3. Documentación:

- **Tomar fotos** de los trabajos grupales (mapas, diagramas, prototipos).
- **Registrar las ideas generadas** en formatos digitales para su posterior análisis.

#### Perfil del asistente técnico ideal:

- **Organización:** capacidad para gestionar múltiples tareas.
- **Conocimientos tecnológicos básicos.**
- **Habilidad para resolver problemas** rápidamente.

## 3.3 Participantes en los eventos de emprendimiento de turismo rural

#### Perfiles deseados:

##### 1. Diversidad de perspectivas:

- **Líderes locales** (e.g., alcaldes, representantes de asociaciones).
- **Jóvenes emprendedores** interesados en el turismo rural.
- **Estudiantes de FP** que estén cursando estudios relacionados con turismo y/o actividades en el espacio rural
- **Personas mayores** con conocimiento sobre tradiciones locales.
- **Representantes de negocios locales**, como alojamientos rurales o restaurantes.

##### 2. Compromiso con el proceso:

- Personas **dispuestas a colaborar**, escuchar y aportar ideas.
- **Interesados en mejorar** el turismo rural de sus localidades

#### Cómo involucrarlos:

##### 1. Invitaciones personalizadas:

- Contacta directamente a **líderes comunitarios** y organizaciones locales.
- Usa **plantillas de invitaciones** para formalizar la participación por ejemplo con un Google Form.

##### 2. Explica los beneficios:

- Enfatiza que el evento les permitirá:
  - **Contribuir al desarrollo local de su municipio**
  - **Establecer conexiones** con otros emprendedores.
  - Generar ideas innovadoras con **potencial de implementación.**
  - **Una oportunidad laboral**

##### 3. Mantén la motivación:

- Crea un ambiente **acogedor y dinámico** en todo momento.
- **Reconoce la importancia** de sus aportaciones durante el evento para todos los participantes y no solo para su propia idea de emprendimiento.

#### Recomendaciones para la participación activa:



- Utiliza **dinámicas de presentación** para romper el hielo (e.g., cada participante comparte una idea breve sobre qué hace único a su pueblo).
- Agrupa a las personas en **equipos heterogéneos** para fomentar la diversidad de ideas.

### 3.4 Dinámica entre roles

La **interacción eficiente** entre facilitadores, asistentes técnicos y participantes es clave para el éxito del evento.

- **El facilitador:** Guía y mantiene el enfoque del evento, aportando píldoras formativas en momentos específicos.
- **Los asistentes técnicos:** Soportan logísticamente al facilitador y a los grupos.
- **Los participantes:** Contribuyen activamente al proceso creativo.

#### Ejemplo práctico:

1. El facilitador introduce la actividad "**Mapa de Stakeholders**".
2. Los asistentes técnicos distribuyen los materiales necesarios.
3. Los participantes trabajan en grupos mientras el facilitador **resuelve dudas** y **estimula la discusión**.

## 4. DINÁMICAS GRUPALES

Las **dinámicas grupales** son esenciales para fomentar la creatividad, el trabajo colaborativo y la generación de ideas durante el evento de generación de ideas. Estas actividades están diseñadas para facilitar la interacción entre los participantes y asegurar que el proceso sea dinámico y productivo.

### 4.1 Dinámicas para la presentación

#### 1. Dinámica de rompehielos: "¿Qué hace único a mi pueblo?"

- **Propósito:** Crear un ambiente relajado y fomentar la conexión entre los participantes.
- **Instrucciones:**
  1. Cada participante responde en una frase: "¿Qué es lo más especial de tu pueblo o municipio?"
  2. Los facilitadores pueden usar estas respuestas para identificar temas recurrentes o inspirar ideas iniciales.
- **Material necesario:** Ninguno, aunque se puede usar una pizarra para anotar las respuestas más comunes.
- **Duración:** 10 minutos.
- **Beneficio:** Ayuda a los participantes a conocerse y compartir experiencias personales y motivaciones para participar en el evento.

#### 2. Presentación en cadena

- **Propósito:** Asegurar que todos se presenten de forma breve.
- **Instrucciones:**
  1. Cada persona dice su nombre, su rol en su pueblo y algo que disfruta del turismo rural.
  2. Ejemplo: "Soy Ana, dueña de un restaurante local, y creo que la gastronomía es nuestra mejor carta de presentación."
- **Duración:** 15 minutos.

### 4.2 Dinámicas para la formación de grupos

#### 1. Dinámica de afinidad: "Lo que tenemos en común"

- **Propósito:** Agrupar participantes con intereses comunes o desafíos similares.
- **Instrucciones:**
  1. Pide a los participantes que respondan preguntas clave, como:
    - ¿Qué aspecto del turismo rural les interesa más? (e.g., gastronomía, ecoturismo, actividades culturales).
    - ¿Cuál es el mayor desafío que enfrentan en su comunidad?
  2. Agrúpalos según sus respuestas para formar equipos diversos pero conectados.
- **Material necesario:** Tarjetas de colores o post-its para identificar temas comunes.

- **Duración:** 15 minutos.

## 2. Grupos aleatorios con roles asignados

- **Propósito:** Crear equipos heterogéneos y asegurar la distribución equitativa de roles.
- **Instrucciones:**
  1. Divide a los participantes en grupos aleatorios (e.g., usando números, colores o cartas).
  2. Asigna un rol específico a cada miembro del grupo (e.g., líder, anotador, presentador).
- **Material necesario:** Hojas o tarjetas con roles predefinidos.
- **Duración:** 10 minutos.

## 4.3 Dinámicas para la generación de ideas

### 1. Brainstorming estructurado

- **Propósito:** Generar la mayor cantidad de ideas en poco tiempo.
- **Instrucciones:**
  1. Define una pregunta clave, cómo: "¿Cómo podemos atraer más turistas durante la temporada baja?"
  2. Establece reglas: no juzgar ideas y fomentar la creatividad.
  3. Da a cada participante 2 minutos para anotar ideas individuales en post-its.
  4. Los equipos comparten y agrupan las ideas similares en una pizarra o rotafolio.
- **Material necesario:** Post-its, marcadores, pizarra o rotafolio.
- **Duración:** 30 minutos.

### 2. Método SCAMPER

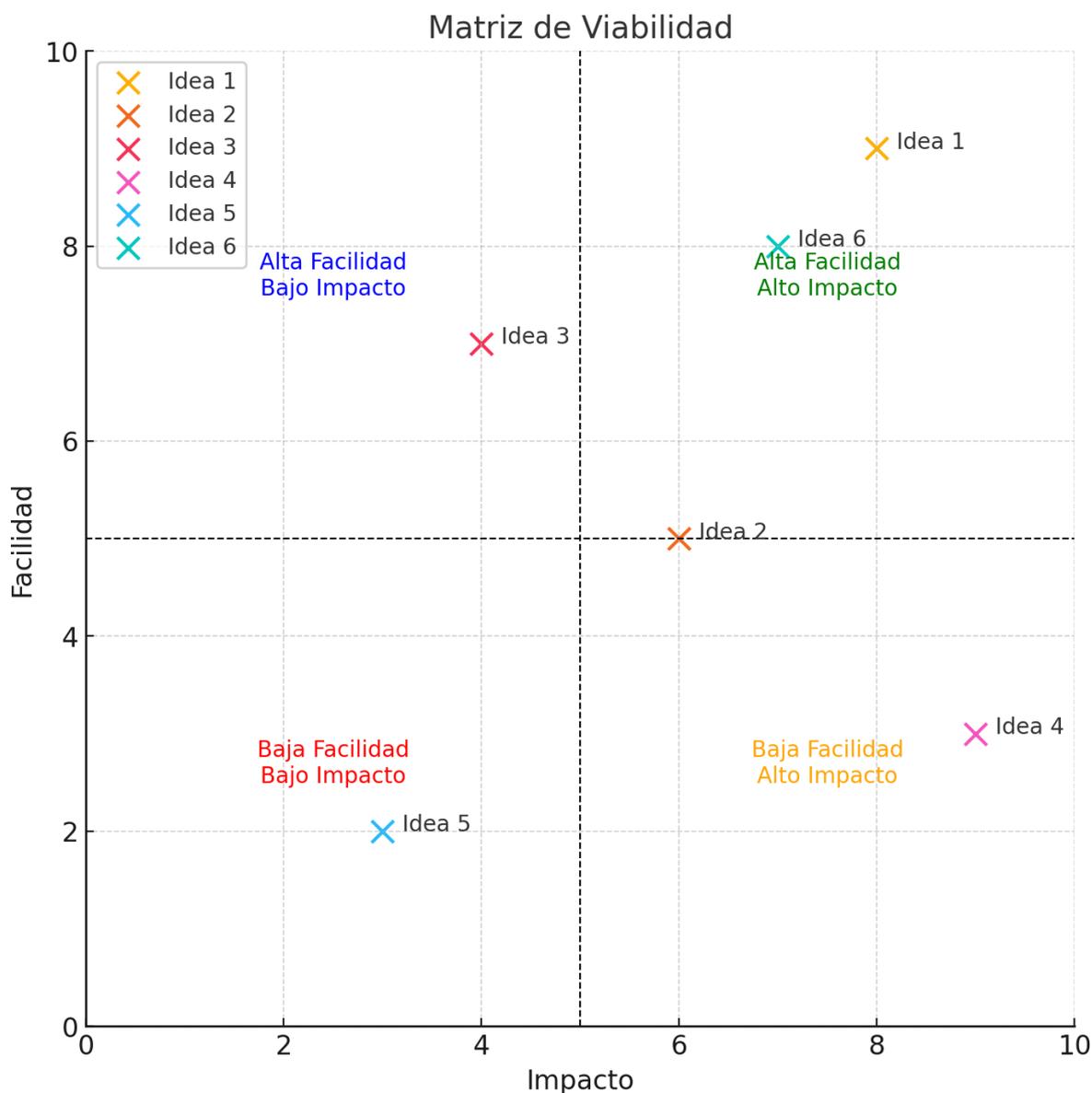
- **Propósito:** Innovar transformando ideas existentes.
- **Instrucciones:**
  1. Explica las acciones del método:
    - Sustituir: ¿Qué parte de esta idea se podría reemplazar?
    - Combinar: ¿Cómo podemos combinar dos ideas para hacer algo nuevo?
    - Adaptar: ¿Cómo podemos modificar esta idea para que se ajuste mejor al contexto?
  2. Aplícalo a una idea generada previamente en el brainstorming.
  3. Registra las nuevas versiones de la idea.
- **Material necesario:** Hojas de trabajo con las preguntas SCAMPER.
- **Duración:** 30 minutos.

## 4.4 Dinámicas para el análisis y selección de ideas

### 1. Matriz de viabilidad

- **Propósito:** Evaluar y priorizar las ideas generadas.
- **Instrucciones:**
  1. Cada grupo analiza sus ideas y las clasifica según:

- **Impacto:** ¿Cuánto valor aportará esta idea a la comunidad o al turismo rural?
  - **Facilidad de implementación:** ¿Qué tan fácil sería poner en marcha esta idea?
2. Dibuja una matriz (cuadrante) en una pizarra:
    - Eje X: Impacto.
    - Eje Y: Facilidad.
  3. Coloca las ideas en la matriz y selecciona las más viables.
- **Material necesario:** Pizarra o rotafolio, marcadores.
  - **Duración:** 20 minutos.



## 2. Votación por Prioridad

- **Propósito:** Identificar las ideas más populares entre los participantes.
- **Instrucciones:**
  1. Cada participante recibe tres pegatinas o marcadores.
  2. Pueden asignar sus votos a las ideas que consideren más importantes.
  3. Las ideas con más votos se consideran para el desarrollo o prototipado.
- **Material necesario:** Pegatinas o marcadores, pizarra con las ideas generadas.
- **Duración:** 10 minutos.

## 4.5 Dinámicas para el Cierre

### 1. Presentación de Ideas

- **Propósito:** Compartir los resultados con todos los participantes.
- **Instrucciones:**
  1. Cada grupo selecciona un portavoz para presentar su idea principal.
  2. Limita cada presentación a 3 minutos.
- **Material necesario:** Proyector o rotafolio para apoyar las presentaciones.
- **Duración:** 20-30 minutos.

### 2. Reflexión Final

- **Propósito:** Evaluar el evento y recoger feedback.
- **Instrucciones:**
  1. Pide a cada participante que comparta una frase sobre su experiencia en el evento.
  2. Opcional: Distribuye encuestas para recopilar comentarios más detallados.
- **Material necesario:** Encuestas en papel o digitales.
- **Duración:** 15 minutos.

# 5. USO DEL MANUAL PARA GENERAR IDEAS

El **manual original** es una herramienta clave para guiar a los participantes a lo largo del proceso de generación de ideas. Su estructura está diseñada para que cualquier persona, independientemente de su experiencia previa, pueda seguir un itinerario claro y metódico para **identificar problemas, explorar soluciones** y **desarrollar propuestas innovadoras**. En esta sección, se explica cómo el facilitador puede **utilizar el manual como guía principal** durante las diferentes etapas del evento.

## 5.1 Estructura del manual

El manual se divide en **cuatro fases principales** que forman el núcleo del proceso de generación de ideas:

- 1. Conocer:**
  - **Objetivo:** Identificar los desafíos y oportunidades del turismo rural.
  - **Herramienta principal:** Mapa de Stakeholders.
- 2. Explorar/Definir:**
  - **Objetivo:** Analizar y sintetizar información sobre las necesidades de los visitantes y la comunidad.
  - **Herramientas principales:** Observación, entrevistas y talleres de empatía.
- 3. Idear/Prototipar:**
  - **Objetivo:** Generar ideas creativas y transformarlas en prototipos.
  - **Herramientas principales:** Brainstorming, SCAMPER y storyboard.
- 4. Validación:**
  - **Objetivo:** Evaluar las ideas y medir su viabilidad mediante feedback de los usuarios.
  - **Herramientas principales:** Focus groups, encuestas y observación.

## 5.2 Cómo utilizar el manual en cada fase

### 1. Conocer

- **Propósito:** Ayudar a los participantes a identificar los factores únicos y valiosos de su entorno.
- **Herramienta Clave:** Mapa de Stakeholders.
- **Instrucciones para el facilitador:**
  1. Explica cómo el **Mapa de Stakeholders** organiza y prioriza los actores clave (turistas, negocios locales, asociaciones).
  2. Proporciona ejemplos de preguntas para guiar la reflexión:
    - *¿Quiénes son los principales visitantes de mi comunidad?*
    - *¿Qué problemas enfrentan actualmente los turistas o residentes?*

3. Usa los resultados para identificar áreas de enfoque inicial.

## 2. Explorar/Definir

- **Propósito:** Profundizar en las necesidades de los actores identificados.
- **Herramientas Clave:** Entrevistas, observación y talleres de empatía.
- **Instrucciones para el facilitador:**
  1. Dirige entrevistas breves con los participantes simulando que son turistas o residentes locales.
  2. Pide que los grupos realicen una actividad de **observación participante**:
    - **Ejemplo:** Simular ser turistas que visitan un mercado local y anotar qué aspectos les resultan atractivos o problemáticos.
  3. Ayuda a los equipos a organizar la información obtenida en fichas o gráficos.

## 3. Idear/Prototipar

- **Propósito:** Generar ideas innovadoras basadas en la información recolectada y transformarlas en propuestas tangibles.
- **Herramientas Clave:** Brainstorming, SCAMPER y storyboards.
- **Instrucciones para el facilitador:**
  1. **Guía un Brainstorming estructurado:**
    - Define un **reto creativo**, como: **“¿Cómo podemos mejorar la experiencia de los turistas en nuestro pueblo?”**
    - Fomenta la generación de ideas rápidas y creativas.
  2. Introduce el método **SCAMPER** para refinar las ideas iniciales.
  3. Ayuda a los grupos a **crear storyboards** que representen cómo funcionaría su idea en la vida real.

## 4. Validación

- **Propósito:** Evaluar la viabilidad y el impacto de las ideas generadas.
- **Herramientas Clave:** Encuestas, focus groups y prototipos.
- **Instrucciones para el facilitador:**
  1. Dirige un **focus group** donde cada equipo presente su idea y reciba retroalimentación de los otros grupos.
  2. Distribuye **encuestas breves** para medir el interés y la aceptación de las propuestas.
  3. Anima a los equipos a ajustar sus ideas según los comentarios recibidos.

## 5.3 Consejos para el facilitador al usar el manual

1. **Adapta las herramientas al grupo:**
  - Si los participantes tienen poca experiencia, utiliza **ejemplos concretos** y realiza una **demostración breve** de cada actividad.
  - En grupos más avanzados, permite mayor libertad para que los equipos trabajen de forma independiente.
2. **Refuerza los objetivos de cada fase:**
  - Al iniciar una nueva fase, recuérdales qué se espera lograr y cómo se relaciona con las etapas anteriores.

### 3. Proporciona apoyo continuo:

- Camina entre los grupos para **resolver dudas**, dar sugerencias y asegurarte de que avanzan en la dirección correcta.

### 4. Usa el manual como referencia visual:

- Si es posible, **imprime o proyecta** las páginas clave del manual en una pantalla para que todos puedan seguir las instrucciones.

## 5.4 Ejemplo de uso del manual

### Actividad: Mapa de Stakeholders

- **Fase:** Conocer.
- **Objetivo:** Identificar los actores clave que influyen en el turismo rural.
- **Pasos:**
  1. Entrega a cada equipo una hoja con el diagrama del **Mapa de Stakeholders**.
  2. Pide que escriban en post-its los diferentes actores (**turistas, negocios locales, ayuntamiento, etc.**).
  3. Ayuda a los equipos a priorizar estos actores según su impacto y relevancia.
- **Resultado:** Un mapa visual que será la base para las siguientes fases.

### → Materiales clave para el uso del manual

- **Post-its y marcadores:** Para las actividades de lluvia de ideas y diagramas.
- **Rotafolios o pizarras:** Para documentar el progreso grupal.
- **Plantillas impresas:** Como el Mapa de Stakeholders y guías de brainstorming.

# 6. SEGUIMIENTO DURANTE Y DESPUÉS DEL EVENTO

## 6.1 Seguimiento durante y después del evento

El **seguimiento** es una etapa fundamental para garantizar que las ideas generadas durante el evento sean analizadas, documentadas y, en última instancia, transformadas en acciones concretas. Este seguimiento debe realizarse tanto **durante** el evento como en las semanas posteriores, utilizando herramientas prácticas como encuestas, formularios y métodos de registro.

## 6.2 Durante el evento

El seguimiento durante el evento se centra en **registrar el progreso de las actividades** y recoger las primeras impresiones de los participantes.

### 1. Métodos de seguimiento en tiempo real

- **Observación activa:**
  - El facilitador y los asistentes técnicos deben observar el trabajo en grupo, registrando:
    - **Interacciones entre los participantes.**
    - **Creatividad y enfoque de las ideas generadas.**
    - **Desafíos o bloqueos recurrentes.**
  - Uso de una **hoja de observación estándar** para tomar notas.
- **Registro de ideas:**
  - Cada grupo debe documentar sus ideas en **formatos claros y organizados:**
    - Uso de plantillas como mapas de stakeholders, diagramas o storyboards.
    - Fotografías de las pizarras o rotafolios utilizados.

### 2. Herramientas para recoger feedback inmediato

- **Encuestas rápidas:**
  - Distribuye encuestas breves durante los descansos o al final de cada fase del evento.
  - Preguntas sugeridas:
    - *¿Qué dinámica te pareció más útil hasta ahora?*
    - *¿Sientes que tus ideas están siendo escuchadas?*
    - *¿Qué podríamos mejorar para la siguiente actividad?*
  - Herramientas recomendadas:
    - Encuestas impresas o herramientas digitales como Google Forms o Mentimeter.

## 6.3 Después del evento

El seguimiento posterior al evento busca **evaluar los resultados globales**, medir el impacto y asegurar que las ideas generadas tengan un recorrido práctico.

## 1. Métodos de registro de resultados

### • **Compilación de ideas:**

- Centraliza todas las ideas generadas en un único documento digital (e.g., una hoja de cálculo).
- Clasifica las ideas según criterios como:
  - **Viabilidad:** ¿Qué tan fácil es implementar esta idea?
  - **Impacto:** ¿Qué beneficios generará en la comunidad?
  - **Prioridad:** ¿Qué tan urgente es resolver el problema asociado?
  - Ejemplo de formato:

Idea	Viabilidad	Impacto	Prioridad	Responsable
Ruta gastronómica	Alta	Alta	Alta	Equipo 1
Talleres culturales	Media	Alta	Media	Asociación local

### • **Actas de resultados:**

- El facilitador debe preparar un informe resumen que incluya:
  - **Resumen de las dinámicas realizadas.**
  - **Principales ideas generadas.**
  - **Propuestas para pasos futuros.**

## 2. Encuestas post-evento

- **Propósito:** Evaluar la experiencia de los participantes y la calidad del evento.
- **Formato sugerido:**
  - Preguntas abiertas:
    - *¿Qué aprendiste durante el evento?*
    - *¿Qué aspectos destacarías como positivos?*
    - *¿Qué mejorarías para futuros eventos?*
  - Preguntas de escala (1-5):
    - *¿Qué tan útiles fueron las dinámicas grupales?*
    - *¿Te sientes motivado para implementar las ideas generadas?*
- **Método de distribución:**
  - Correo electrónico con un enlace a una encuesta digital.
  - Encuestas impresas entregadas al final del evento, con opción de devolución en los días siguientes.

## 3. Plan de acción para las ideas seleccionadas

### • **Asignación de responsables:**

- Define un responsable o equipo para trabajar en el desarrollo de cada idea priorizada.

- Establece un cronograma para revisar avances.
- **Sesiones de seguimiento:**
  - Programa una reunión de revisión con los participantes entre 1 y 3 meses después del evento.
  - En estas reuniones:
    - Evalúa los avances logrados.
    - Identifica obstáculos y posibles ajustes.

## 6.4 Consejos prácticos para el facilitador

1. **Documenta todo:**
  - Usa fotografías, actas y registros digitales para garantizar que no se pierda ninguna idea o detalle importante.
2. **Proporciona retroalimentación:**
  - Envía un correo resumen a los participantes agradeciendo su contribución y compartiendo los resultados preliminares.
3. **Involucra a todos en el seguimiento:**
  - Motiva a los participantes a compartir actualizaciones sobre cómo están implementando las ideas discutidas.

## 6.5 Ejemplo de encuesta post-evento

**Título:** Evaluación de la “Maratón de Emprendimiento de Turismo Rural”

**Preguntas:**

1. *En una escala del 1 al 5, ¿qué tan útil fue el evento para tu trabajo o comunidad?*
  - 1 (Poco útil) → 5 (Muy útil).
2. *¿Qué dinámica te pareció más interesante y por qué?*
3. *¿Consideras que las ideas generadas son aplicables en tu entorno?*
4. *¿Recomendarías este evento a otros?*
  - Sí/No.
5. *¿Tienes alguna sugerencia para futuros eventos?*

### → Materiales clave para el seguimiento

- **Hojas de observación estándar:** Para documentar interacciones y resultados en tiempo real.
- **Plantillas de encuestas:** Para feedback inmediato y posterior.
- **Formato de actas:** Para compilar los resultados del evento de manera profesional.
- **Software recomendado:** Google Drive, Trello o Asana para registrar y dar seguimiento a las ideas.

# 7. OTROS MATERIALES: CHECKLISTS PARA LA ORGANIZACIÓN Y PLANTILLAS

Un evento de generación de ideas exitoso requiere de una **planificación meticulosa** y de **herramientas prácticas** que faciliten su ejecución. A continuación, se presentan **checklists** y **plantillas** diseñadas para guiar a los facilitadores en cada etapa del evento, asegurando que no se omitan detalles importantes y que los participantes tengan acceso a recursos claros y funcionales.

## 7.1 Checklists para la organización del evento

### 1. Checklist pre-evento: preparativos

**Objetivo:** Garantizar que todo esté listo antes de que comience el evento.

**Lugar:**

**Reservar el espacio** para el evento.

- Verificar la **accesibilidad** del lugar.
- Asegurarse de que haya suficiente **espacio para los grupos de trabajo**.
- Confirmar la disponibilidad de **sillas, mesas y equipamiento** (proyector, rotafolios, etc.).

**Materiales:**

- Post-its, marcadores, rotuladores y hojas de papel.**
- Plantillas impresas** (Mapa de Stakeholders, hojas de brainstorming, matrices de viabilidad, etc.).
- Equipo tecnológico** (ordenadores, proyector, micrófonos).

**Convocatoria:**

- Diseñar y enviar **invitaciones** (digitales o físicas).
- Promocionar el evento** en redes sociales, carteles y mediante alianzas locales.
- Confirmar **asistencia de los participantes**.

**Planificación:**

- Preparar el **cronograma** y distribuirlo a los asistentes.
- Asignar **roles al equipo organizador** (facilitador, asistentes técnicos).
- Ensayar **dinámicas clave** para anticipar posibles problemas.

## 7.2 Checklist durante el evento

**Objetivo:** Asegurar que el evento se desarrolle sin contratiempos.

- Logística:**
  - Verificar la disposición de **materiales** en cada estación de trabajo.
  - Probar los equipos tecnológicos** antes de comenzar.
  - Asegurar que haya **agua, café y snacks** disponibles para los participantes.
- Facilitación:**
  - Explicar las **reglas y objetivos** de cada dinámica claramente.
  - Supervisar el **tiempo** y las transiciones entre actividades.
  - Resolver problemas **técnicos o de organización** rápidamente.
- Documentación:**
  - Tomar **fotografías** de los grupos en acción y de los resultados en pizarras o rotafolios.
  - Registrar las ideas principales** en un documento digital o físico.
  - Recoger **feedback de los participantes** (encuestas rápidas).

## 7.2 Checklist post-evento

**Objetivo:** Realizar un **seguimiento efectivo** y recopilar todos los resultados.

- Evaluación:**
  - Analizar las **encuestas de feedback**.
  - Clasificar las **ideas generadas** según su **viabilidad, impacto y prioridad**.
  - Elaborar un **informe de resultados** y enviarlo a los participantes.
- Seguimiento:**
  - Organizar una **reunión de seguimiento** con los responsables asignados para cada idea.
  - Compartir **avances y ajustes** en los proyectos generados.

## 7.3 Plantillas y materiales de apoyo

### 1. Plantilla para el mapa de Stakeholders

**Objetivo:** Visualizar y priorizar los actores clave en el turismo rural.

Grupo de Stakeholders	Relevancia (Alta/Media/Baja)	Necesidades Identificadas
Turistas	Alta	Actividades personalizadas

<b>Negocios locales</b>	Media	Mayor visibilidad
<b>Ayuntamiento</b>	Alta	Fomentar el turismo sostenible

## 2. Plantilla para el Brainstorming

**Objetivo:** Estructurar las ideas generadas durante la sesión de lluvia de ideas.

Idea	Grupo que la propuso	Comentarios y ajustes necesarios
<b>Ruta gastronómica</b>	Equipo 1	Combinar con talleres de cocina
<b>Talleres culturales</b>	Equipo 2	Foco en tradiciones locales

## 3. Plantilla para el informe de resultados

**Objetivo:** Documentar de manera clara las conclusiones del evento.

- **Resumen del evento:** Fecha, lugar, participantes.
- **Dinámicas realizadas:** Breve descripción de cada actividad.
- **Ideas destacadas:**
  1. Ruta de senderismo temático.
  2. Festival gastronómico local.
- **Próximos pasos:**
  - Asignar responsables para la implementación.
  - Programar reuniones de seguimiento.

### → Materiales clave para el evento

- **Post-its y marcadores:** Para las actividades de brainstorming y diagramas.
- **Rotafolios o pizarras:** Para documentar el progreso grupal.
- **Equipos tecnológicos:** Proyector y ordenadores para presentaciones.
- **Encuestas:** En papel o digitales para recoger feedback.
- **Cronogramas:** Impresos para que los participantes sigan las actividades.

**Edición:**

Bookingfax Technologies. Bookingfax S.L  
www.bookingfax.com

**Coordinación:**

Grupo de Desarrollo Rural del Litoral de La Janda y los Alcornocales

**Socios participantes:**

Grupo de Desarrollo Rural del Litoral de La Janda y los Alcornocales  
Grupo de Desarrollo Rural de la Campiña de Jerez y la Costa Noroeste de Cádiz  
Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra de Cádiz  
Grupo de Desarrollo Rural de la Campiña Sur Cordobesa

**Diseño Maquetación:**

Bookingfax Technologies. Bookingfax S.L

**Fotografías:**

Bookingfax Technologies. Bookingfax S.L

**Fecha:**

Octubre 2024



