

DOCUMENTO DE ORIENTACIÓN PARA PROYECTOS INNOVATURISMO JÓVENES EMPRENDEDORES / EMPRESAS

Este documento explica de manera resumida algunos de los principales ítems del formulario Jóvenes Emprendedores y Jóvenes Empresas. El contenido completo del formulario está disponible on-line.

1. RESUMEN PUBLICABLE DEL PROYECTO

Exponer los aspectos más relevantes del Proyecto en un máximo de 300 palabras. Se debe considerar que el texto de este ítem podrá ser utilizado en documentación pública y de difusión de la ANII, a diferencia del resto del contenido del presente documento, que es de carácter confidencial.

El resumen debe ser **objetivo**, bien **estructurado** y **contundente** mostrando los atractivos del negocio.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Cuál es mi negocio?
- ¿Cuáles son mis principales productos o servicios?
- ¿De qué manera mi propuesta es única e innovadora?
- ¿Quiénes son mis potenciales clientes?
- ¿Cómo mi proyecto contribuye al desarrollo sostenible (económico, sociocultural y ambiental) de la actividad turística?

SUGERENCIA: Aunque el resumen del proyecto se encuentre en el inicio del formulario, es mejor elaborarlo al final, luego de desarrollar el proyecto completo.

2. ANTECEDENTES DEL EMPRENDEDOR

Presentar, en un máximo de 1000 palabras, el perfil y las competencias empresariales y/o técnicas del o del/los emprendedor/es.

En esta sección deberás hacer una breve presentación del perfil de los postulantes, destacando el **conocimiento**, **habilidades** y **experiencias** relevantes de cada uno. Considere, entre otros aspectos:

- Formación técnica/académica

- Conocimiento específico sobre el sector turismo y del mercado al que va dirigido el Proyecto.
- Experiencia profesional relevante (incluye pasantías)
- Experiencia en el desarrollo de proyectos o emprendimientos turísticos anteriores (incluye proyectos académicos)
- Compromiso del/los emprendedor/es para obtener los resultados y/o productos esperados del Proyecto en función de las actividades a realizar
- Detallar las habilidades para desarrollar e implementar el proyecto.

SUGERENCIA: Piensa en cómo será posible utilizar esta información a favor de tu Proyecto/Emprendimiento.

3. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

*Describir, en un máximo de 1000 palabras, las principales características del Proyecto, **identificando los motivos** (técnicos, económicos, etc.) que originan **la necesidad, conveniencia y oportunidad de desarrollar el mismo.***

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Cuál es mi negocio?
- ¿Cuáles son los motivos técnicos, económicos, etc., que justifican el negocio?
- ¿Qué problema quiero solucionar o qué oportunidad identifiqué y quiero desarrollar?
- ¿Cuál es la necesidad, conveniencia y/o oportunidad de desarrollar el negocio?
- ¿De qué manera mi proyecto es único e innovador? ¿Por qué es diferente de las propuestas ya existentes?
- ¿Cómo mi proyecto contribuye al desarrollo sostenible de la actividad turística?

4. OBJETIVOS Y RESULTADOS DEL PROYECTO

*Definir el Objetivo general y los Objetivos específicos (**máximo 5**) que se esperan alcanzar a través del Proyecto así como los indicadores verificables del cumplimiento de los mismos.*

SUGERENCIA: Los objetivos deben ser **alcanzables, claros, medibles, coherentes** y preferentemente deben estar escritos en **infinitivo**.

4.1 Objetivo general

Debe describir de manera clara y sucinta la meta general que el emprendedor o la empresa pretende alcanzar en el marco del proyecto, estos pueden coincidir con el alcance del negocio o ser más pequeños.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Qué pretendo alcanzar a través de mi Proyecto de negocio/empresa?
- ¿Cuál es el logro deseado y posible de obtener con mi Proyecto?

4.2 Objetivos específicos

Son metas intermedias necesarias para lograr el objetivo general.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Cuáles son los pasos necesarios para el cumplimiento del objetivo general?
- ¿Cuáles son las etapas que contempla la ejecución del proyecto?

4.3 Indicador verificable de cumplimiento

Es la expresión cuantitativa que permite predecir o evaluar el grado de cumplimiento de objetivos y/o logro de resultados. Se puede medir en cantidades o porcentajes para permitir comparaciones.

4.4 Medio de Verificación

Es la fuente de información a través de la cual se acredita el cumplimiento de objetivos y/o logro de resultados. Por ejemplo: material publicado, inspección visual, encuestas, registros de información, reportes estadísticos, entre otros.

4.5 Resultados y/o Productos Esperados

Describir los resultados y/o productos que se espera obtener con el desarrollo del Proyecto, especificando indicadores para la evaluación de éxito y el objetivo específico que se prevé cumplir con cada uno de los resultados.

Los resultados son los productos que se obtendrán al ejecutar el proyecto, los elementos que quedarán para la empresa y que son imprescindibles para lograr los objetivos propuestos.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Qué espero obtener con el Proyecto?
- ¿Los resultados permiten conseguir los objetivos planteados?
- ¿Los resultados están ordenados con una secuencia lógica?

5. INNOVACIÓN A DESARROLLAR

5.1 Análisis de la situación actual (máx. 1000 palabras)

Describir la situación actual (y si es aplicable los antecedentes de la tecnología) relevante para el desarrollo de la innovación que propone el Proyecto. De ser posible es preferible también incluir una comparación con otras alternativas disponibles en el medio nacional o internacional.

En esta sección se pretende que el emprendedor explique cuál es el estado del arte del sector que tiene el problema a ser solucionado, o la oportunidad de mercado. Esto permite ver luego el grado de innovación que se está presentando, por lo que se debe describir la situación actual sin proyecto.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿El problema que voy a resolver, como se soluciona actualmente?
- ¿Qué alternativas hay disponibles en el mercado nacional e internacional?

5.2 Descripción de la Innovación

Describir el tipo de innovación que propone el Proyecto (en producto y/o en proceso) y detallar entre otros los siguientes aspectos: alcance de la innovación (mercado local y/o mercado internacional; especificación de las principales características de la innovación, los aspectos diferenciales más significativos y sus potenciales riesgos; en el supuesto que se pretenda patentar la/s tecnología/s desarrollada/s en el Proyecto, se deben señalar las diferencias más importantes que existen con otras patentes, explicando por qué se considera que la tecnología es patentable.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿De qué manera mi proyecto es único e innovador?
- ¿El Proyecto realmente propone la creación/desarrollo de un producto turístico innovador?
 - ✓ ¿Propone ofrecer experiencias innovadoras al turista, considerando productos y/o servicios diferenciados de los ya existentes y orientados a necesidades y deseos de los turistas?
 - ✓ ¿Y/o promueve la Asociatividad entre distintos actores o la integración de la actividad turística a otras actividades productivas mejorando la competitividad del sector?
 - ✓ ¿Y/o utiliza nuevas tecnologías para el desarrollo de productos turísticos o en la mejora de sus procesos?
 - ✓ ¿Promueve el desarrollo sostenible (económico, sociocultural y ecológico) de la actividad turística?
- ¿Cuáles son los aspectos diferenciales más significativos del producto y sus potenciales riesgos?
- ¿Cuál es el alcance de la innovación en el mercado local y/o internacional?
- ¿Están explicitados los factores de diferenciación del producto, proceso y/o forma de comercialización propuestos con respecto a lo que ya existe en el mercado de destino?
- ¿Conoce las principales tecnología(s) y/o mercado(s) involucrado(s) para el desarrollo del Proyecto?

6. PLAN DE TRABAJO

Especificar el Plan de Trabajo del Proyecto incluyendo la secuencia cronológica de las actividades y duración de las mismas, así como los hitos del Proyecto. Especificar la metodología que empleará la IP durante la ejecución del proyecto para realizar el acompañamiento y asesoramiento a los emprendedores.

6.1 Actividades

Son las tareas que deben hacerse en un tiempo limitado para lograr los objetivos propuestos.

6.2 Hitos

Son el conjunto de actividades que logran un resultado parcial de relevancia en determinado momento en la ejecución del mismo.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- En secuencia cronológica, ¿cuáles son las actividades que debo ejecutar para desarrollar el Proyecto con éxito?
- ¿Cuál es el tiempo necesario para ejecutar cada actividad?
- ¿Cuáles son los resultados parciales más relevantes (hitos) de cada actividad?

SUGERENCIA: refiérase a los objetivos que planteaste anteriormente para definir las actividades necesarias para la realización del Proyecto.

7. PLAN DE NEGOCIOS

7.1 Análisis de la Demanda

Describir el mercado objetivo o potencial al cual está dirigido este Proyecto (identificación, dimensionamiento, segmentos y la forma en que será abordado).

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Quiénes son mis clientes potenciales (nacionalidad, franja etaria, poder adquisitivo, estilo de vida, estándares de calidad, etc.)?
- ¿Cuáles son las motivaciones de viaje de mis clientes potenciales y su tiempo disponible para viajar?
- ¿Cuál es el tamaño del mercado al que pretendo ingresar?
- ¿La calidad de los productos que ofrezco es adecuada al estándar de calidad de mis clientes?
- ¿Mis productos satisfacen las necesidades y expectativas de mis clientes?

SUGERENCIAS:

- No intentes abarcar todo el mercado (por lo menos en los inicios de tu emprendimiento). Encuentra un segmento que te parezca interesante, un grupo de personas con características y necesidades parecidas y trátalo de manera especial.
- Una empresa es viable cuando tiene un volumen de clientes mínimo y con poder adquisitivo compatible al producto ofrecido.
- Hay diversas maneras de conocer más sobre el perfil de tus clientes, tales como: encuestas, entrevistas, charlas informales con potenciales clientes, además de observar a la competencia.

7.2 Análisis de la Oferta

Analizar la oferta, considerando, entre otros aspectos, la identificación de competidores reales y potenciales así como de los posibles servicios sustitutos. Realizar un análisis de los proveedores de insumos.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Cuáles son mis principales productos/servicios?
- ¿Quiénes son mis competidores reales y potenciales?
- ¿Qué ofrecen mis competidores (producto/servicio, calidad, políticas de precio)?
- ¿Cómo operan mis competidores (estrategias, proveedores, producción, distribución, promoción)?
- ¿Cuál es la situación de mi productos/servicios comparado al de mis competidores?
- ¿Cuáles son las debilidades, fortalezas y ventajas competitivas de mis productos/servicios comparado al de mis competidores?
- ¿Cuáles son los posibles productos/servicios sustitutos?
- ¿Mi empresa podrá competir con las empresas ya existentes en el mercado?
- ¿Hay espacio para mi empresa en el mercado actual?
- ¿Quiénes y cuántos son mis proveedores?

SUGERENCIA: La competencia permite conocer el mercado donde se pretende ingresar. Cuanto más se conoce a la competencia, más sólidos serán los datos en los que estará basada tu planificación.

7.3 Análisis de la Estrategia de Comercialización, Promoción y Publicidad

Describir la estrategia de comercialización, incluyendo la estrategia de precio y distribución, así como de comunicación y promoción. En caso de existir segmentos de mercado, describir la estrategia por segmentos.

7.3.1 Estrategia de comercialización y distribución

La estrategia de comercialización se refiere a los canales de distribución, o sea, cómo tus productos llegarán hasta tus clientes. Tu empresa puede adoptar diferentes canales, tales como: vendedores internos y externos a la empresa, representantes, intermediarios (ej. agencias de turismo), páginas web especializadas (ej. Hoteles.com, TripAdvisor.com), etc.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Cuáles son los canales de distribución (nacionales e internacionales) más adecuados para llegar a mis clientes?
- ¿La estrategia de distribución y comercialización de mis productos es compatible al perfil de mis clientes?
- ¿La cantidad de productos que pretendo ofertar es compatible a la cantidad de clientes que quiero atraer?
- ¿Cuáles son los hábitos de compra de mis clientes (prefieren atención personalizada, telefónica y/o electrónica; necesitan orientación o son independientes en sus decisiones)?

7.3.2 Estrategia de precio

De una manera simplificada, el precio puede ser entendido como el monto de dinero que tu cliente está dispuesto a pagar por el servicio que vas a ofrecer. La determinación del precio debe considerar los costos de los productos/servicios, proporcionando también el retorno financiero deseado.

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Cuánto está dispuesto a pagar mi cliente por mis productos?
- ¿Los precios de mis productos son compatibles con aquellos propuestos?

7.3.3 Estrategia de comunicación y promoción

Promoción es toda acción que tiene como objetivo presentar, informar, convencer o recordar a los clientes comprar tus productos y servicios y no los de tu competencia.

Algunas de las posibles estrategias de promoción en turismo son: propaganda en radio, prensa, televisión, internet (página web propia, presencia en redes sociales y en páginas especializadas), mailing, folletos, tarjetas de visita, catálogos, sorteos, descuentos, participación en ferias y eventos).

Aspectos para investigar y reflexionar:

- ¿Cuál es la estrategia de promoción más adecuada a mi presupuesto y tiempo disponible?
- ¿Cuál es la estrategia más adecuada para persuadir mi cliente a comprar mi producto?

SUGERENCIA:

- La comunicación de tu producto sólo es eficiente si llega a tu cliente.
- Muchas de las estrategias presentadas anteriormente tienen costo. Evalúe la más adecuada a tu producto y a tus clientes.
- Las redes sociales son una excelente herramienta para comunicarse con tus clientes pero requieren tiempo y dedicación.
- Observa lo que tu competencia hace y como lo hace. Repite solamente lo que es eficiente.