



DESAFÍOS

A continuación se detallan los desafíos planteados por las instituciones/referentes desafiantes del concurso.

En caso que se lo requiera, los equipos pueden contactar a los organizadores para realizar consultas, evacuar dudas o ampliar información sobre los desafíos enviando un correo-e a

contacto@ideaopen.uy



TURISMO

Potenciar la región como destino turístico, ampliando o mejorando iniciativas existentes y generando nuevos productos.

El sector turístico mundial se encuentra en una constante transformación y diversificación. Actualmente los turistas son personas altamente informadas, con un conocimiento y preparación previa del territorio a visitar, buscando disfrutar de una experiencia gratificante en cada uno de sus viajes. Visitantes que buscan maximizar sus tiempos de desplazamientos y dedicar el máximo de su tiempo a conocer, vivir y sentir el espacio que visitan (tanto a nivel visual, gastronómico y de ocio y tiempo libre).

En este marco, la industria turística nacional cuenta con los siguientes potencialidades:

- Conectividad nacional: alta dependencia del bus como medio de transporte y centralidad de los desplazamientos (en la mayoría de los casos se debe hacer un largo, y caro, transbordo en Montevideo).
- Servicios especializados para empresas turísticas.
- Oferta cultural y gastronómica complementaria.
- Especialización de los destinos buscando un alto estándar de calidad y oferta a realizar.
- Ampliación de la oferta.

Estas potencialidades implican oportunidades para la generación de nuevos puestos de trabajo de valor; el aumento del número de extranjeros y turistas nacionales viajando en el interior del país; y aumentar el gasto medio de los visitantes.

Instituciones desafiantes: Comisión de Turismo del Centro Comercial e Industrial de Salto y Departamento de Turismo de la Universidad de la República.



HORTICULTURA

- 1. Mejorar la gestión empresarial y fundamentalmente el acceso a la información por el productor, para la toma de decisiones relacionadas al negocio.**
- 2. Implementar estrategias comerciales que permitan al productor competir con otras herramientas y otra escala de precios.**
- 3. Desarrollar nuevos productos que agreguen valor al sector.**

La alta rotación de los recursos humanos, enfrentar las consecuencias de la incidencia de los costos operativos y del cambio climático, generar valor a los procesos productivos post - cosecha, reducir el margen de comercialización, son los principales retos que enfrenta el sector hortícola regional.

Actualmente los altos márgenes de comercialización y la presión de las cadenas de distribución, como actores últimos que ofrecen el producto al consumidor, hacen necesario la reconversión de la hortifruticultura, cambiar el paradigma del ciclo y del productor (el cual debe pasar de este rol al de empresario), agregar valor a la producción del sector, a los procesos de gestión y logística, a través de la innovación y visualizando la cadena de una manera integral, para que sea cada vez más competitiva y valiosa para los involucrados.

Instituciones desafiantes: Salto Hortícola, Intendencia de Salto, Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA Salto Grande) y Dirección General de la Granja (DIGEGRA)



INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

- 1. Vender industrias culturales y creativas en la era del micro-consumo de contenidos digitales, multimedia y de los teléfonos Smartphone**
- 2. Modernizar la gestión empresarial y organizativa de las industrias culturales y creativas**

Las industrias culturales y creativas abarcan la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.

Teniendo en cuenta que internet ha aumentado la circulación de los contenidos generados por los creativos y con ello su capacidad de influencia, no ha aparecido hasta el momento un modelo de sustentación económica que haga posible la supervivencia de los artistas a largo plazo y la gestión empresarial de sus negocios. En la actualidad existen nuevos formatos creativos que ofrecen la experiencia offline, online o ambas a la vez, al usuario. Las cuáles permiten vivir una gratificante experiencia al espectador y éste se convierte en el verdadero embajador y comercial de la propuesta.

En este contexto, los referentes del sector identifican una serie de debilidades:

- la creación de un producto artístico físico implica un costoso apalancamiento financiero (espacio, decorados, vestuarios, logística, etc.)
- falta de salas de exhibición y espacios o centros artísticos y culturales en general
- la ausencia de gestión de formación de público
- falta de un operador de oferta creativa nacional
- falta de capacidades de gestión empresarial y organizativa en el sector

Desafiantes: Dirección de Cultura Intendencia de Salto, Gabriel Bibbó (Pará Productora), Pablo Godoy Estel (Productor de Cine) y Alberto Chiriff (Grupo Kalkanian).



MISCELÁNEAS

Desarrollar productos y experiencias con identidad regional agregando valor a la producción hortícola local y/ó rescatando el acervo cultural y patrimonial, diversificando la oferta turística y atrayendo un turismo más exigente y de mayor poder adquisitivo.

Misceláneas es una categoría abierta a ideas de negocio elaboradas a partir de la mezcla de las otras tres áreas (turismo, horticultura y cultura e industrias creativas).