

I Congreso Fuerteventura Turismo 4.0 "Open Mind" : Claves para levantar una start-up,

Sebastian Martin 14:51:00 4.0 , claves , congreso , Fuerteventura , levantar , mind , Open , start up , Turismo



La Mesa redonda de ayer tarde contó con la presencia de pesos pesados del sector como Paypal y MiNube, que aportaron su visión sobre sobre la aplicación de la innovación a las herramientas de procesamiento de datos, la financiación y los métodos de pago

Puerto del Rosario. 10 de diciembre de 2016

Las startups son por definición estructuras empresariales flexibles, versátiles y con gran capacidad de movilidad y adaptación. Las innovaciones que más tarde o más temprano aparecen para revolucionar cualquier sector económico o social vienen de la mano de estas empresas jóvenes y dinámicas. Pero no existe una fórmula segura que asegure el éxito a un

G+1

SPON

proyecto emprendedor.

Con el objeto de echar luz sobre este asunto e indagar en la influencia y las posibilidades de futuro que pueden tener las startups en el sector turístico canario, el I Congreso Fuerteventura Turismo "Open mind" llamó al estrado a cinco ponentes de dilatada experiencia para tomar parte en la Mesa 'Financiación, startups y turismo: tendencias y sectores emergentes' del I Congreso Fuerteventura Turismo "Open mind", celebrada ayer tarde bajo la moderación del viceconsejero de Turismo del Gobierno de Canarias, Cristóbal de la Rosa.

Estos ponentes fueron Raimundo Sala, director General de Paypal en España, Gonzalo Moreno de León, director de Producto en la plataforma turística digital MiNube, Jéssica Pérez, directora de inversiones y controller de financiación de startups en la consultora canaria Directo Consultores, y por parte de la startup Civitfun, el CEO de la compañía, Mariano de Oleza, y su CCO y cofundador Germán March Payeras.

Todos ellos ofrecieron interesantes reflexiones basadas en su propia experiencia, que sirvieron para orientar a los emprendedores asistentes. Mariano de Oleza y Germán March destacaron un consejo, "no externalizar los servicios, porque para poder despegar, una startup o una aplicación deben levantarse desde dentro". También es recomendable retrasar lo máximo posible la búsqueda de financiación externa", para así mantener la independencia de la empresa.

En opinión de Jessica Pérez, según su trayectoria como captadora de talento y desarrolladora de empresas innovadoras, las inversiones sólo llegan "a aquellas startups que ya funcionan y que han sido capaces de generar beneficio por ellas mismas", una facturación de al menos cien mil euros. Resulta igualmente imprescindible que funcionen a través de Internet, "puesto que así ofrecen parámetros medibles y concretos que el inversor necesita conocer".

Para sacar adelante cualquier proyecto innovador, tanto Raimundo Sala como Gonzalo Moreno coincidieron en la necesidad de contar desde un principio con una idea clara del negocio, y de manera especial con un modelo de desarrollo que defina claramente los objetivos y expectativas en un plazo inicial de entre seis meses y un año.

Raimundo Sala, director General de Paypal en España, ofreció asimismo una interesante visión sobre su campo de trabajo, valorando como primer objetivo a corto plazo en materia de pagos "facilitar estas operaciones al máximo", "hacerlas más ágiles y seguras", hasta el punto de acercarse "a suprimir el proceso de pago de la ecuación en cualquier transacción turística".

Financiación al emprendimiento

Una vez que MiNube ha alcanzado los diez años de existencia, el director de Producto de esta compañía que ya presta servicio a dos millones de viajeros, destacó como factor fundamental "conocer al cliente". "Los resultados que tradicionalmente se han obtenido mediante encuestas, ahora se consiguen a través del análisis de datos y del comportamiento en línea de los consumidores", dijo Gonzalo Moreno de León. En esta misma línea, Raimundo Sala agrega que "no se trata únicamente de obtener esos datos, sino de ser capaces de analizarlos y obtener aquella información que nos sea realmente útil".

Poniendo ejemplos concretos, "el turismo experiencial es un campo con enormes posibilidades, porque ya no vale simplemente con elegir un destino, sino que el consumidor de turismo demanda una experiencia auténtica y diferenciada al planteamiento de los canales tradicionales". Por eso es tan importante conocer los gustos y las tendencias de los clientes potenciales de la manera más individualizada posible.

Jessica Pérez aludió por su lado a una temática ya tratada en otras mesas del Congreso, la necesaria colaboración e interacción que debe existir entre los profesionales, los tecnólogos y los centros de investigación, como las universidades. "Ofrecer soluciones desde la tecnología", propone, aunque falte todavía un trabajo por hacer en torno a "una mayor coordinación entre los implicados para incentivar la inversión privada".

No obstante, el director de Producto de MiNube opina la que las administraciones públicas han ofrecido aportaciones fundamentales. En el caso de su compañía, "MiNube no existiría sin las campañas de promoción que desarrollan las entidades públicas de promoción turística". "Por fortuna, en España contamos con un sector turístico que invierte en promoción desde el sector público", algo que, valoró, ha sido decisivo para situar a este país como potencia turística mundial.

Desde Civitfun, Mariano de Oleza y Germán March también destacaron que la aportación pública es necesaria "para ayudar a los emprendedores a despegar y a mantener su autonomía", explicaron en referencia a las líneas de subvención y a los planes de financiación público-privada que ofrecen las agencias de promoción económica en coordinación con las entidades bancarias. De otra manera, "se exponen a perder el control de su empresa en la primera ronda de captación de capital".

Resta, no obstante, un trabajo por hacer, en opinión de Jessica Pérez, con respecto a la coordinación entre todos estos agentes y el papel que deben asumir para incentivar la inversión privada.

Innovación aplicada al turismo

En la experiencia de MiNube, la diferenciación es clave en el crecimiento de

cualquier destino, “ofrecer una información clara a los potenciales clientes. Pero esa información debe ser a la par precisa y accesible, expuso Moreno”. Por ejemplo, en el caso de Fuerteventura, “se trata de una isla reconocida por sus playas. Pero hablamos de otra cosa. Lo ideal sería que cualquier cliente pudiera conocer al instante y sin esfuerzo qué playas son las más seguras, el clima de cada una de ellas, los servicios que ofrece, actividades de ocio cercanas... y así sucesivamente”.

El éxito de este planteamiento dependerá de “la capacidad que tengan los profesionales hosteleros y de ocio de compartir con los clientes de manera cercana y directa aquéllos valores diferenciados que tengan estos establecimientos en su entorno cercano”. La seguridad y la tranquilidad son además, coincidieron los ponentes, uno de los valores fundamentales para el desarrollo de cualquier modelo turístico.

Aun siguiendo todas los pasos, puede ocurrir que las empresas de nuevo cuño no alcancen los resultados esperados, pues en último término son los consumidores quienes con sus elecciones deciden cuáles salen adelante y cuáles no. La innovación, la tecnología y el conocimiento, serán siempre conceptos que ayuden a estrechar ese margen de error.

Fortalezas y debilidades en el turismo majorero

En la última y cuarta mesa redonda de la jornada, el presidente de la asociación de empresarios turísticos Asofuer, Antonio Hormiga, moderó un debate sobre la situación del turismo en Fuerteventura, analizando de manera honesta y realista las fortalezas y debilidades del destino majorero a nivel de innovación y aplicación de nuevas tecnologías.



WEBS

Gacet
Noticia

PAGE

Págin

FOLL

Email

En la ponencia 'Roles de los actores del sector: Clústers, Asociaciones y Entidades Públicas', tres ponentes le acompañaron a Hormiga en esta mesa, el dinamizador de la Sociedad de Promoción Económica dependiente del Cabildo de Gran Canaria (SPEGC), Gerhard Kalt, Patricia Fraile como gerente del Clúster Canarias Excelencia Tecnológica, una asociación de empresas TIC dedicada a la mejora de la competitividad en el sector, y Agustín Santana, director del Instituto de la Universidad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna.

Santana llamó la atención sobre algunos datos reveladores en el turismo insular al recordar que el sector turístico mayorero cuenta con un 55% de todo incluido. En este sentido, coincidieron en la necesidad de actuar en el sector, puesto que "hablamos de una medida win-win (ganar-ganar) para todos. Si el turista sale del hotel, se beneficia a al sector local de ocio y restauración, y al mismo tiempo los hoteles reducen sus costes".

Patricia Fraile explicó sobre este tema que para elevar la categoría de un destino turístico se hace necesario articular una oferta complementaria concreta y accesible. Ofreció recomendaciones como "abrir el acceso a los datos turísticos para facilitar el desarrollo empresarial", y desde el punto de vista de la patronal, "crear programas de trabajo específicos dedicados al desarrollo de las nuevas tecnologías".

Antonio Hormiga planteó las opciones que ofrece el turismo colaborativo a partir de la alineación entre pequeñas empresas locales de restauración y de ocio, de manera que sean capaces de captar y derivar clientes desde esa labor coordinada..

Gerhard Kalt señaló como uno de los principales escollos que encuentra la innovación en su avance la desconfianza que genera en ocasiones la tecnología. "Es imprescindible la colaboración entre las asociaciones de empresarios y las administraciones para abrir en la sociedad la aceptación de las nuevas tecnologías".

Esta última mesa destacó por la gran participación del público. Varios estudiantes plantearon a los ponentes las dificultades que encuentran en su proceso de formación, encontrando la empatía y el compromiso de los ponentes para plantearlos y resolverlos cada uno en su ámbito.

Innovación en la cocina mayorera

La organización del I Congreso Fuerteventura Turismo "Open mind" cerró ayer la primera jornada ofreciendo a los participantes en el evento una demostración de innovación aplicada a la cocina mayorera. Celebrada en el Museo de la Sal de las Salinas del Carmen, la degustación gastronómica

contó con la introducción de una muestra de productos locales como cochino negro, almogrote, carne de cabra o queso majorero, elaborados todos ellos mediante técnicas innovadoras.

Share on Facebook

Share on Twitter

Share on Google Plus

About Sebastian Martin



This is a short description in the author block about the author. You edit it by entering text in the "Biographical Info" field in the user admin panel.

RELATED POSTS

Te interesa



Patrocinado

**800€ todo incluido.
¡Fináncialo en 10
cómodas cuotas de 80€...**
Implante dental completo



Patrocinado

**Asistencia en eventos de
mayores y enfermos.
Nochebuena, Nocheviej...**
¡juntos por Navidad!



**Sánchez sigue con su
matraca y pide un PSOE
"enfrentado" al PP**
El Imparcial



**COSPEDAL:
"TRABAJAMOS PARA
MEJORAR LA VIDA DE L...**
clm21.es



**Bienvenidos a la
vanguardia de la mejor
música góspel**
lavozdelnoroeste.com



**Emotivo encuentro de
directivos, profesionales,
personas con discapaci...**
lavozdeavila.com



**La gran final nacional
llega a El Saler**
elperiodogolf.es



**El Plan Local de Infancia
y Adolescencia incluye
iniciativas como cursos...**
madridiario.es



**España va a liderar una
revolución espiritual del
planeta según profecías**
intrahistoria21.es

ofrecido por Cibeles