

**FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES  
PROGRAMA ICT4BUS**

**Llamado a Proyectos 2003**

**TERRA INKA: ACCESO AL MERCADO TURÍSTICO (TI-AMT)**

**I. Datos Básicos del Proyecto**

1. **Título:** Terra Inka: Acceso al Mercado Turístico (TI-AMT)
2. **País:** Perú
3. **Número de Proyecto:** Programa ICT4BUS #668
4. **Agencia Ejecutora:** Asociación Civil Khipu
5. **Costos y financiamiento estimados:** Costo Total: US\$ 458,390; Financiamiento FOMIN: US\$ 197,150; Financiamiento ICA: US\$ 80,000; Financiamiento de Contrapartida: US\$ 181,240.
6. **Fecha de Solicitud del Proyecto:** Febrero 2004

**II. Objetivos, componentes y actividades del proyecto**

El objetivo principal del proyecto es mejorar la posición competitiva, cuota de participación y ventas de las PYME turísticas de la Región del Cuzco a través del uso de tecnologías de información. Para éste fin, el proyecto propone dotar a las PYME turísticas con herramientas tecnológicas de marketing y E-business y fortalecer su capacidad de gestión individual y cooperativa mediante su capacitación en el uso de técnicas de mercadeo dirigidas definir estrategias de comercialización basadas en factores ambientales, culturales y económicos.

Para ello, el proyecto propone el desarrollo del **Punto de Ventas Virtual – PVV**, el cual es un paquete integrado de servicios web que incluye entre otros:

- El inventario regional de los productos turísticos ofrecidos, desarrollado utilizando estándares internacionales para multiplicar el acceso a numerosos canales virtuales de distribución y venta del turismo.
- Motor de procesamiento de reservas y pagos on-line.
- Publicación y acceso al inventario de productos turísticos desde otros sitios web y portales turísticos que serán seleccionados por su temática y auditorio.

Los componentes propuestos para la realización del proyecto son los siguientes:

**Componente 1. Evaluación de Experiencias**

En este componente se evaluarán en detalle las experiencias aprendidas en materia de aplicaciones de TIC para PYME del sector turismo en Latinoamérica y Estados Unidos. Incluye las siguientes actividades: i) Evaluación de la oferta tecnológica para el marketing y comercio electrónico de destinos turísticos; ii) Análisis de las mejores prácticas; y, iii) identificación de sinergias y externalidades favorables para el Proyecto.

**Componente 2. Punto de Ventas Virtual - PVV**

Este componente incluye las actividades para el desarrollo de software y la implementación de la plataforma de comercio electrónico. Entre estas actividades se encuentran: (i) identificación de las

PYME participantes e identificación de sus necesidades; (ii) diseño y desarrollo del software; (iii) demostración y pruebas de la plataforma; y (iv) implementación de la plataforma en las PYME participantes .

### **Componente 3. Red de PYME Turísticas**

Contempla actividades para la creación y capacitación de la Red de PYME Turísticas, a ser creada a fines de promover cooperación técnica y de mercadeo entre las PYME participantes. Para ello, se llevaran a cabo las siguientes actividades: (i) Integración de la Red a través de la afiliación de las empresas; y (ii) capacitación de las empresas en áreas de TIC, mercadeo y turismo.

### **Componente 4. Promoción**

Incluye actividades para el establecimiento de alianzas estratégicas y para la definición y ejecución de la estrategia de mercadeo. Abarca, entre otros: (i) la negociación con potenciales aliados estratégicos; (ii) desarrollo de plan comercial; y (iii) la ejecución de campañas publicitarias.

## **III. Agencia Ejecutora**

La Asociación Khipu es una asociación civil comprometida con el desarrollo socioeconómico de la Región del Cuzco. Impulsa la adecuación y divulgación de tecnologías avanzadas de la información como estrategia para alentar su modernización y el uso sostenible de los recursos regionales pero garantizando la conservación de la milenaria tradición cultural del Perú. Fue constituida en el año 1987 y cuenta con un presupuesto de \$405,000.

Entre sus objetivos se cuentan el promover la Investigación y la aplicación de las Tecnologías de la Información a favor de las empresas e instituciones de la Región Cuzco y contribuir a la formación de los recursos humanos requeridos para promover el desarrollo regional.

Tiene experiencia en la industria turística Peruana y ha participado en iniciativas para crear, adecuar y divulgar aplicaciones de tecnologías de la información en el turismo, colaborando con la Organización de los Estados Americanos, el Sistema para la Integración Centroamericana y Bell Emergis (Canadá). Liderizó el desarrollo e implementación del portal turístico TerraInka.com, proyecto piloto aplicado a la Región del Cuzco para experimentar y probar sobre el terreno distintas alternativas de involucramiento de pequeños y medianos empresarios (PYME) en esfuerzos colectivos de información y participación activa en el Internet

## **IV. Aspectos principales**

**Beneficiarios del proyecto:** El proyecto piloto beneficiará a una red de 78 PYME (hoteleros, operadores de tours, artesanos, restaurantes, etc) y otros proveedores de servicios turísticos (operadores de Museos, Iglesias, monumentos arqueológicos, etc.). La Red debe crecer hasta 200 participantes al 3er año de operaciones. También se prevé que el número de beneficiados puede ampliarse con otras empresas de la Región (más 1500 PYMES turísticas), con otras PYME de otros destinos turísticos del Perú (9 a 10 mil PYMES) y eventualmente con empresas de otros países de Latino América.

**Indicadores del Proyecto:** A fines de medir los resultados del proyecto, se han previsto, entre otros, los siguientes indicadores:

<b>PERSPECTIVA</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>Objetivos</b>	Número de Empresas capacitadas
	Número de personas capacitadas
	Número de PYME con PVV
	Número de PYME a las cuales los turistas reservarán directamente desde el extranjero
<b>Mercado</b>	Aumento de las ventas en la Red Inka
	Número de campañas de publicidad y promoción
<b>Distribución</b>	Alianzas Nacionales para la Distribución
	Alianzas Internacionales para la Distribución

**Sostenibilidad:** Las principales fuentes de ingresos provienen de la cuota de afiliación (fluctúa entre \$ 50 y \$ 100, proporcional a la categoría del establecimiento), comisión por transacción (8%) y una cuota mensual de mantenimiento (\$5 al mes).

**Divulgación:** Las actividades previstas incluyen el uso de promotores (previamente capacitados en las bondades del proyecto y mecanismos de comunicación), revistas especializadas, publicidad en TV y la utilización de un Portal Web.

**Riesgos:** El principal riesgo es el no poder conformar una masa crítica de PYME participantes que garantice la sostenibilidad del proyecto. Para mitigar este riesgo, el proyecto propone desarrollar servicios diferenciadores con altos estándares de calidad y establecer múltiples canales de comercialización, entre ellos el establecimiento de alianzas estratégicas.