

## Problema

### Descripción: ¿A cuál de los desafíos refiere?

La idea se encuadra en el desafío de lograr que más argentinos viajen por el país. Si bien en una primera etapa se centra en los turistas de carácter nacional, puede extenderse a turistas extranjeros que quieran conocer los destinos más importantes de Argentina.

### ¿Quién?

#### ¿Para quienes es un problema?

#### Perfiles de usuario

El target del proyecto es un turista independiente que tiene necesidad de información y entretenimiento. Se relaciona fácilmente con la tecnología. Su vida está cruzada por el acceso diario a redes sociales, Internet y servicios on demand por lo que una guía en papel ya no le resulta atractiva o productiva. Acostumbra a investigar y comprar los servicios turísticos online ya que disfruta de planear cada etapa de su viaje y necesita de "un referente" que le recomiende que visitar. Puede leer blogs antes de salir, pero en destino una audioguía le resultará más ventajosa para disfrutar al ciento por ciento la experiencia.

### ¿Qué?

#### ¿Qué propongo para resolverlo?

El proyecto propone la realización de un podcast turístico de los principales destinos de Argentina. Se trata de un archivo digital de audio de corta duración que permite suscripción online o descarga en teléfonos, tablets o computadoras. Pueden presentarse en una lista de reproducción, ser compartidos y tener actualizaciones periódicas. El contenido incluye archivos de audio sobre atractivos, visitas recomendadas, gastronomía, geografía e historia del lugar entre otros.

#### ¿Qué lo vuelve innovador?

El producto es innovador en tanto presenta los principales atractivos y costumbres del destino de una manera diferente, en un formato novedoso y con posibilidad de usar en distintos soportes, en concordancia con el desarrollo de las actuales tecnologías y con la posibilidad de incorporar voces y personajes que actúen de referentes de cada uno de los casos. Además, la opción de actualización, de interactuar, de colaborar, lo hace un proyecto por demás dinámico, pensado para un target que busca innovaciones constantes.

## ¿Cómo?

### ¿Cómo lo voy a implementar?

El primer paso, la definición del target ya ha sido definido, por lo tanto, lo siguiente es la elección de los destinos que formarán parte de la primera etapa para poder desarrollar luego, los ítems o campos temáticos en los que versará cada uno de los post incluyendo una investigación exhaustiva de los mismos. En un tercer paso, se debería pensar en el formato que va a tener el podcast. Si va a tratarse de entrevistas, si tendrá un narrador o anfitriones, la duración de los mismos, la estructura que tendrá, es decir, si contará con una introducción o no, un desarrollo y conclusión, si incluirá música, etc. Finalizada esta etapa, debe comenzar la grabación de cada capítulo, para luego subirlos a un directorio de podcast (Ej. Posta, Itunes, entre otros) así como a la web del producto o incluso que pueda linkearse desde diferentes páginas turísticas.

### ¿Cuál es el grado de avance?

El proyecto se encuentra aún en la etapa de ideación, es decir, no ha sido implementado por el momento.

## ¿Cuánto?

### Breve descripción de los costos que implica la puesta en marcha y operación del proyecto

La realización de un podcast no implica grandes gastos. La inversión inicial incluye micrófonos y mezcladores de sonido que rondan aproximadamente \$2000, aunque también puede reemplazarse por la grabación en un estudio (\$300/hora aprox.). También debe considerarse la creación de una web y el diseño de la imagen cuyo costo oscilará los \$20 mil. Por otra parte, hay que tener en cuenta gastos mensuales relacionados a programas para mezclar sonidos ( Adobe Audition USD10/mensuales), un hosting de archivos RSS (Ej. Lisbyn o Castmate aprox. USD20/mensuales) y gastos adicionales dependiendo de cada uno de los envíos, como puede ser pago de derechos de autor por música utilizada, o locución, entrevistas, etc.

### Breve descripción de los ingresos que se esperan del proyecto

Los ingresos vendrán de la publicidad. Es pertinente la incorporación de patrocinadores, tanto en la web como publicidad añadida en el podcast. La cantidad de ingresos dependerá de la difusión y alcance que obtenga el mismo. Cuanto más tráfico de visitas tenga, mayor serán las ganancias.