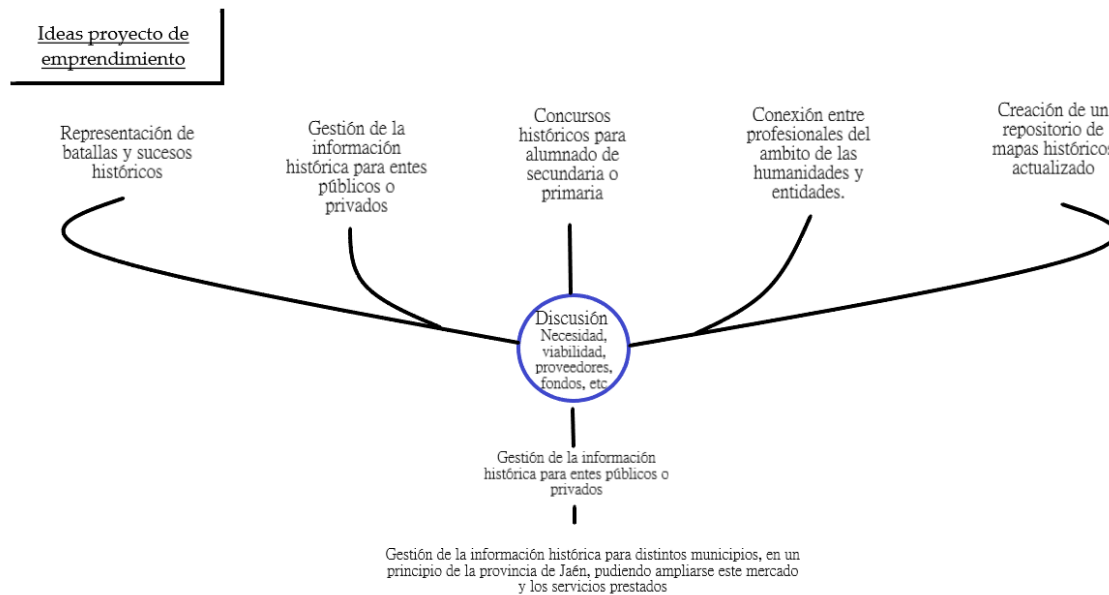


# Plan de Emprendimiento: Gestión de Servicios Históricos Imperium<sup>1</sup>

## PARTE I: Identificando necesidades (extensión: 1 pág. máximo)

Imagen/foto de mapa de ideas  
(Ideas que se discutieron, consideraron en el grupo y de la que finalmente se eligió)



### 1.- Descripción de la necesidad detectada (100 palabras máx.)

En base a los conocimientos adquiridos durante nuestro periodo académico hemos detectado un vacío considerable en cuanto a información histórica se refiere en infinidad de municipios consultados vía on-line, especialmente, en Historia moderna, donde hemos detectado una red de información precaria acerca de historia real de los municipios consultados, aunque con excepciones. La falta de este tipo de información en la red, tanto en páginas web de los ayuntamientos como en el portal Wikipedia, provoca que multitud de municipios no sean visibles y por tanto, pasen desapercibidos. Y es que si hoy día si no apareces en Internet, prácticamente no existes. Por ello, a través de los servicios que prestamos dotaremos de información histórica a aquellos

---

<sup>1</sup> Resultado del Proyecto “Las Humanidades en clave de Emprendimiento” de la VIII Edición de Proyectos de Fomento de la Cultura Emprendedora del Vicerrectorado de Transferencia del Conocimiento, Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Jaén, con la autorización del Profesor D. José Miguel Delgado Barrado del Departamento de Antropología, Geografía e Historia, en la asignatura de “Escrituras de la Edad Moderna” durante el curso académico 2020/2021.

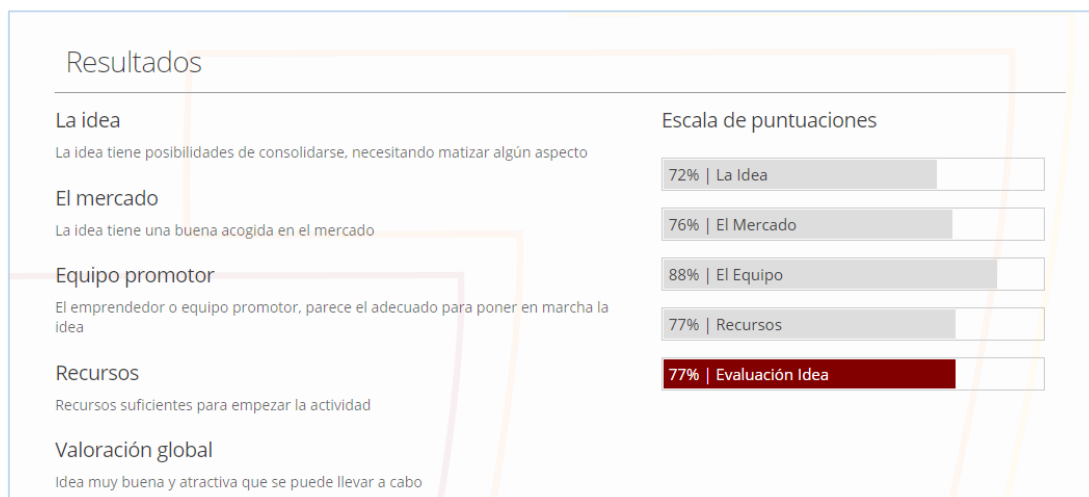
municipios donde las carencias son mayores y perfeccionaremos a aquellos que necesiten una ampliación de tipo histórico.

## 2. Resultados de la búsqueda de productos/servicios similares ya existentes en el sector (100 palabras máx)

Como resultado de la búsqueda realizada por el grupo de trabajo, hemos detectado que más de 50 municipios carecen de una buena información histórica volcada en la red, afectando a los municipios más pequeños y pedanías dependientes de estos. Especialmente, hemos observado un vacío importante en relación a la historia del siglo XVIII. Por el contrario, la etapa medieval y contemporánea está muy explotada y cuenta con información abundante. Si bien existe un alto porcentaje en cuanto a falta de información del periodo citado. También, hemos detectado pocos ejemplos tales como Úbeda, Baeza, Cazorla, entre otras, que poseen buena información al respecto.

## 3. Resultados de la evaluación de la idea

<https://www.ildefe.es/test/test-de-evaluacion-de-ideas/>



## PARTE II. Solución ideal (extensión: 1 pág. máx. de toda esta Parte II)

### 1.- Resumen de la Solución (máx. 150 palabras)

A través de la gestión y mantenimiento de la información histórica online se puede conseguir que distintos entes municipales de la provincia de Jaén (mercado inicial) adquieran la presencia y relevancia que merecen en múltiples ámbitos locales y nacionales. Con la prestación de nuestros servicios conseguiremos la creación de nuevos portales web aportando nuevos datos, la organización de la información ya existente, y facilitaremos la puesta en marcha de proyectos empresariales ligados a la historia de una marca determinada para conseguir captar la atención del cliente potencial a través de la propia historia frente a sus competidores directos.

### 2.- Descripción del producto/servicio

Nuestro producto se basa en la gestión e incorporación de información geohistórica a la red, junto con la revisión de la información ya existente. Además, también prestaremos un servicio de mantenimiento y de actualización de contenidos de forma periódica, prestando especial atención al periodo de la Edad Moderna, donde los vacíos son mayores. Con nuestros servicios, el cliente obtiene una mayor representación en distintos portales online, lo que repercutirá en un aumento económico del ente, ya sea público o privado, pues no hay que olvidar que las nuevas tecnologías avanzan de forma inexorable.

### 3. Actividades y productos/servicios prestados

Comenzaríamos con un estudio detallado de la situación actual del cliente, observando su situación y la posición que ocupa en referencia a su contexto más directo (municipios o entidades más próximas). Una vez localizadas las debilidades geohistóricas, dotaríamos de información y contenido tanto la web del municipio como algunos de los portales más conocidos del país. Por otro lado, el mantenimiento de dicha información es crucial para que esté constantemente actualizada y no genere confusiones ni ningún tipo de manipulación histórica. Por último, otro de nuestros servicios sería la clasificación de la información ya existente, ya que en numerosos casos la información no se encuentra bien estructurada.

### 4. Mercado: clientes y competencia

El mercado que se pretende abordar cuenta con gran cantidad de clientes. La fuente principal de clientes son los municipios, más concretamente los 97 de la provincia de Jaén, pudiendo ampliar el mercado. La lista de competidores en este ámbito no sería muy extensa puesto que, de estas labores se suelen encargar los propios entes municipales con la escasa información que manejan. Trasladar estos servicios a un ámbito privado para empresas o museos, podría ser viable, pero sin duda, se tendrían un mayor número de competidores que ya realizan alguno de los servicios que se plantean.

### 5. Innovación/Valor añadido diferencial frente a competidores

A través de nuestro producto dotaremos de presencia y visibilidad a aquellos entes municipales que carecen de una buena red de información histórica online, facilitando un aumento del turismo y el conocimiento de los propios habitantes de

Álvaro Cámara Iruela. Agustín Henares Barcos. Álvaro Moreno Martínez. José Miguel Torres Carrasco. Marcos Trillo Jorquera.  
Prof. D. José Miguel Delgado Barrado  
*Universidad de Jaén*

una población determinada. Además, nuestros servicios se ofertan tanto en el ámbito privado como en el público, ofreciendo la cuestión histórica para la creación de nuevas marcas y productos, consiguiendo un aumento del marketing relacionado con la propia marca, elevando los beneficios económicos a partir de la vinculación histórica con el producto. Por tanto, la ausencia de competidores directos en este nicho de mercado facilitaría la puesta en marcha del proyecto de forma directa.