



Facultad de Ciencias Económicas

Carrera: Licenciatura en Turismo

TRABAJO FINAL INTEGRADOR: PLAN DE MARKETING –

PRODUCTO TURISTICO: CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA



---

ALUMNO: JOSE ORLANDO HERRERA

PROFESOR: Walter Adrián De Poi.

AÑO 2022

**INDICE**

1) INTRODUCCIÓN	Pg. 04
2) RESUMEN EJECUTIVO	Pg. 05
a. Nombre del Proyecto	Pg. 05
b. Breve resumen de la idea del proyecto	Pg. 05
c. Nombre del destino turístico donde se desarrolla el proyecto	Pg. 07
d. Características del destino	Pg. 07
e. Estado de desarrollo del turismo local	Pg. 09
3) DIAGNÓSTICO FODA	Pg. 13
a. Fortalezas	Pg. 13
b. Debilidades	Pg.14
c. Oportunidades	Pg. 14
d. Amenazas	Pg. 14
e. La propuesta como una Estrategia Superadora	Pg. 15
4) OBJETIVOS DEL PROYECTO	Pg. 16
a. Objetivos de Corto Plazo	Pg. 16
b.- Objetivos a Mediano y largo Plazo	Pg. 16
5) ESTRATEGIA DE MARKETING	Pg.17
a. Perfil de mercado	Pg.17
a 1. Segmentación geográfica	Pg.17
a 2. Segmentación demográfica y social	Pg.17
a 3 Segmentación comportamental	Pg.17
a 4. Identificar el perfil de mercado meta del proyecto	Pg.17
b. Posicionamiento	Pg.18
c- Marca Turística	Pg.19
c. Estrategia de relación con los clientes	Pg. 21
6) DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO	Pg. 22
a. Característica del producto innovador	Pg. 22
b. Modalidades	Pg. 22
c. Niveles de prestación	Pg. 23
d. Otros temas relevantes del producto	Pg. 27

7) POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	Pg. 29
a. Donde se difundirá el proyecto- Principales medios	Pg. 29
b. Publicidad- Herramientas creativas- Comunicaciones masivas	Pg. 29
c. Promociones- Herramientas creativas- Folletos-beneficios	Pg.29
d. Comunicaciones directas- Marketing directa	Pg.30
e. Sitio web	Pg. 31
f. Otras comunicaciones	Pg. 32
8) POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN	Pg. 33
a. Como se comercializará el proyecto	Pg. 34
b. Quienes intermediarán con el cliente	Pg. 35
9) POLÍTICA DE PRECIOS	Pg. 35
a. Estructura de costos.	Pg.36
c. Estacionalidad de la demanda	Pg.36
d. Fijación de precios	Pg.37
10) CALIDAD TURÍSTICA	Pg. 38
a. Como medir la satisfacción del cliente.	Pg. 38
b. Distintos medios para medir satisfacción	Pg. 38
c. Momento y manera en que se hará llegar la encuesta.	Pg. 39
d. Formulario de encuesta de satisfacción	Pg. 40
11.- CONCLUSIONES	
a.- Evaluación final del proyecto	Pg. 41
I.- Evaluación técnica	Pg. 41
II - Evaluación comercial	Pg. 41
III.- Evaluación social	Pg. 41
IV.- Evaluación ambiental	Pg. 41
b.- Conclusión final	Pg. 42
BIBLIOGRAFIA	Pg. 44
ANEXO I: CARACTERISTICAS DEL DESTINO	Pg. 46
ANEXO II: REVITALIZACIÓN DEL CIRCUITO TUR. DIQUE EL JUMÉAL	Pg.54
ANEXO III: PERFIL DEL MERCADO	Pg. 56

## 1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto Turístico CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA, posee como base de desarrollo el uso de la bicicleta. La idea es incursionar con un servicio de **Cicloturismo**, consistente en excursiones recorriendo gran parte de la ciudad y los principales atractivos de San Fernando del Valle de Catamarca.

El turismo en la provincia de Catamarca se encuentra en etapa de desarrollo, siendo la Ciudad Capital, el centro turístico de distribución, cuenta con los servicios básicos (alojamiento, gastronomía y transporte) acorde a la demanda actual, pero se carece de servicios de esparcimiento y recreación, motivo por el cual se pretende ofrecer un servicio seguro, eficiente, y de alta calidad de **“paseo en bicicleta”**, recorriendo distintos atractivos naturales, culturales y religiosos, brindando un producto de excelencia.

Reconociendo la singularidad, la longevidad y la versatilidad de la bicicleta que lleva en uso dos siglos, que constituye en medio de transporte sostenible, sencillo asequible, fiable, limpio y ecológico, que contribuye a la gestión ambiental y beneficia la salud, se decide promover el uso de la bicicleta como medio de transporte en la ciudad, siendo también un desafío político relevante, con gran aceptación de la sociedad.

Esta experiencia se funda en contemplar el paisaje natural circundante, promover una recreación responsable al aire libre, entender la ciudad, vivir la ciudad, sus prácticas, sus atractivos, culturales, históricos, su dinámica a través de la movilidad en bicicleta.

Esta actividad viene a reforzar la oferta turística actual, brindando un producto fundado en la revalorización del patrimonio natural, cultural e histórico y generar sensibilidad turística en nuestra comunidad residente.

En el presente trabajo, se desarrolla un plan de marketing para éste emprendimiento privado vinculado al esparcimiento desde el uso de la bicicleta. En el mismo se evalúa la demanda del mercado, la localización física del proyecto, las características del proyecto, las características del producto, su posicionamiento, las formas de comunicación y comercialización, entre otros aspectos como ser posibles impactos que pueden incidir en el mismo.

## 2 - RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

### a) Nombre del proyecto: “CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA”

### b) Breve resumen de la idea del proyecto.

En Turismo, los intereses se han diversificado hacia una amplia gama de posibilidades, asociada al llamado “**turismo de intereses especiales**”, el cual “se caracteriza por presentar un valor agregado centrado en la autenticidad de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental y sociocultural”.

El turista busca vivir experiencias significativas y ligadas profundamente a la autenticidad de los territorios que visita.

Ha habido un cambio en su comportamiento: pasa de ser el turista pasivo al activo, del espectador al partícipe.

La Ciudad Capital de Catamarca, tiene potencialidad como sede de eventos deportivos y culturales, se presenta como un destino seguro. No hay extremos social alto, **y hay una tendencia del mercado al turismo activo, rural, aventura, y bienestar, pero llegado el momento hay una carencia de servicios de entretenimiento y diversión al no haber prestadores de servicio para turismo activo**, lo que se denomina en el sistema turístico “equipamientos e instalaciones” (Molina 1.997)

Ante la falta de servicios de entretenimiento y diversión, al no haber prestadores de servicio para turismo activo, lo cual es una demanda permanente de los visitantes, se decide implementar **UN NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS** que consistirá en **EXCURSIONES EN BICICLETA** lo que se denominará:

**“CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA”, bajo el Slogan “Interpretando Catamarca desde el ciclismo”**

Este emprendimiento privado se implementará en el sector Oeste de la ciudad, teniendo en cuenta que existe voluntad de integración entre sectores público y privado y decisión para definir la planificación turística en conjunto, y en consecuencia desde el estado provincial se está trabajando para la **modificación del dique El Jumeal, y convertirlo en un “eco parque”, y remodelación de la gruta Virgen del Valle**, donde se busca la revitalización del circuito turístico, con servicios de mejoramientos para actividades recreativas, culturales y religiosas, promover los desplazamientos con vehículos no motorizados.

El territorio que abarca El Jumeal, y tiene conexión directa con la ciudad, con su topografía ondulada, que define un margen importante por su naturaleza. Una zona

privilegiada desde donde se puede apreciar vistas panorámicas hacia la ciudad como también al espejo de agua.

El proyecto de intervención incluye el desarrollo de infraestructura en todo el recorrido, más la incorporación de equipamiento público y urbano apto para realizar diversas actividades **RECREATIVAS, CULTURALES Y DEPORTIVAS**.

Entre las actividades propuestas del espacio público en el ámbito urbano, como medio de generar calidad de vida, inclusión e igualdad se establece la construcción de oficinas, locales para prestadores de servicios y Circuitos para ciclovías.

### **ASPECTOS RELEVANTES: EL CICLISMO COMO MEDIO DE TRANSPORTE SUSTENTABLE Y SALUDABLE**

Las ciudades contemporáneas han sido planificadas y construidas para resolver el uso masivo e intensivo del automóvil en particular, lo que actualmente genera enorme impacto negativo en los espacios públicos de las ciudades, produciendo congestión de vehículos en el tránsito; y contaminación ambiental, siendo lo más evidente entre otras cuestiones.

A pesar que en la mayoría de las actividades económicas existe una tendencia general a reducir la emisión de gases de efecto invernadero (GEI); en el caso del transporte automotor las emisiones tienden a aumentar a nivel global.

El Ciclismo es un modo más seguro, sustentable y genera hábitos saludable (OMS 2004), y en la actualidad existe una tendencia en el uso de este medio de transporte acompañado por la planificación urbana especialmente en las grandes ciudades del mundo como forma de combatir el cambio climático, pacificar el tránsito y actualmente es un eje transformador de la movilidad en tiempos de pandemia.

En este contexto la bicicleta ocupa un lugar central en el imaginario de esta tendencia. Ámsterdam, Londres, Berlín, París, entre otras, son tomadas como referentes de ciudades europeas que están liderando un cambio a una movilidad más Ciclista. (Conferencia Europea de control de gas de efecto invernadero -Julio de 2014 – ECF 2014)

Latinoamérica no es ajena a esta tendencia. En grandes urbes como Bogotá, Buenos Aires, Rosario, México, Rio de Janeiro, Santiago de Chile, pueden constatarse ejemplos de cambio a favor de los ciclistas.

En este contexto, gran parte de la sociedad, no solo en grandes ciudades, sino que también en ciudades medianas o “emergentes” (BID 2016) de nuestro país, y en este caso pongo como ejemplo a la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, se ha puesto de manifiesto la actividad ciclista, de la cual también forma parte el estado bajo el compromiso de diseñar y realizar las ciclovías y bisesendas en distintos sectores de la

ciudad y localidades vecinas, con inversiones públicas orientadas a lo sustentable y lo humano.

**c) Nombre del destino turístico: SAN FERNANDO DEL VALLE DE CATAMARCA**

**d) CARACTERISTICAS DEL DESTINO: (ver anexo I)**

En la descripción del historiador Armando Raúl Bazán (1996)

Un cielo diáfano con poca nubosidad; un sol espléndido, tibio en el invierno, y abrazador en el dilatado verano; la presencia constante de la montaña como horizonte o contorno; una tierra fuerte matizada de verdor en oasis donde brota el milagro del agua: Valles, faldeos montañosos y pampas de altura. Estos son los rasgos fisiográficos predominantes de Catamarca, que impresionan la retina de los turistas.

El territorio provincial tiene una superficie de 102.602 Km. cuadrados, cubierto en un 70% por relieve montañoso.

Enclavada en la región histórica del Tucumán, hoy conocida como el Noroeste Argentino, limita al norte con la provincia de Salta, al Este con las provincias de Tucumán y Santiago del Estero; al Sur con las provincias de Córdoba y la Rioja y al Oeste con la república de Chile cuyo límite es la cordillera de los andes.

**Catamarca:** el vocablo según el historiador Lafone Quevedo proviene de origen Quechua, y su etimología deriva de las voces “Cata” equivalente a falda o ladera y “marca” fortaleza en la frontera.

Su continente físico está estructurado en diversas zonas fitogeográficas:

- El parque chaqueño seco al Este
- El Valle central donde se encuentra la capital provincial
- Los valles de altura al Oeste y
- La región de la puna al Nor Oeste.

Los cordones montañosos de Ancasti y Ambato, pertenecen al sistema de las sierras pampeanas, atraviesan su territorio de Norte a Sur y se erigen como barreras naturales que dificultan las comunicaciones terrestres, tanto para su circulación interna, cuanto para su conexión con otras provincias del noroeste.

Por este motivo Catamarca es provincia de cuevas, y las únicas comunicaciones expeditas son las rutas que conducen al sur y unen la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca con las provincias de Córdoba y La Rioja.

Federico Raúl Argerich (Historiador 1.976), define con acierto esa situación de aislamiento cuando expresa que Catamarca es una sucesión de muros ciclópeos (enormes

bloques de montañas) que encierran y encadenan a las asociaciones humanas, a los hombres y a sus espíritus, a la economía lugareña, a su historia y a su futuro.

La Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, nombre que le dio su fundador don Mate de Luna, gobernador del antiguo Tucumán, está ubicada a 1.600 km de la Ciudad de Buenos, a 450 de Córdoba, 240 de Tucumán y a solo 150 km de la Rioja.

El camino que lleva a Capital Federal, tan definitorio de posibilidades diversas en un país de funcionamiento centralista, es demasiado largo. Este determinismo geográfico y también político, no afecta solamente a Catamarca, es una desventaja que comparten las demás provincias del Norte, lo cual origina un confinamiento mediterráneo, en una nación volcada hacia el Atlántico.

El corazón verde de la provincia, beneficiado con riego meteórico abundante, está enclavado en los departamentos Paclín, Ambato y Andalgalá. Ahí están las villas Turísticas el Rodeo, Balcozna, la Puerta, Las Juntas, el bolsón y las estancias que gozan de microclimas privilegiados durante el cálido verano.

Catamarca tiene una población de 420.000 habitantes aproximadamente según el INDEC Catamarca; la densidad demográfica es baja de 4 habitantes por km cuadrados, y por razón de un proceso que afecta en mayor o menor medida a todo el país, se ha operado un fenómeno de concentración que ha radicado en la capital más del 42 % del caudal demográfico provincial. Ella tiene 185.250 habitantes; marcando un rudo contraste con el departamento Antofagasta de la Sierra, comprendido en la región de la puna, es vasto desierto de 28.000 km cuadrados que alberga solamente 1.670 habitantes.

En la provincia de Catamarca, el régimen de lluvias disminuye de Este a Oeste, y tiene las características del clima continental por la escasa influencia de los océanos atlántico y pacífico, debido al efecto barrera de los cordones montañosos.

En la llanura del este, limítrofe con la provincia de Santiago del Estero, promedia entre los 500 y 700 mm anuales; en el valle Central entre 300 y 500 mm anuales, y en los valles altos del Oeste, no superan los 180 mm anuales.

Este factor climático determina que el desarrollo agrícola solo puede llevarse a cabo en los sitios beneficiados con riego artificial, provenientes de ríos, arroyos, y agua subterránea extraída por bombeo.

Las montañas catamarqueñas, dominantes en el relieve del suelo, atesoran en sus entrañas importantes yacimientos de oro, plata, cobre, estaño y molibdeno

En la segunda mitad del siglo pasado, la minería del cobre, oro y plata se constituyó en la industria más importante de la provincia, merced a las explotaciones desarrolladas en la zona de bajo la Alumbreira, y Farallón Negro; el mineral es procesado con avanzada



tecnología, al igual que la extracción del Litio en Salar del Hombre Muerto –Antofagasta de la Sierra.

Este es el escenario físico donde ha transcurrido la experiencia histórica de los catamarqueños. Con sus ventajas y condicionamientos, en este hábitat se sucedieron las culturas aborígenes, la colonización española y la civilización criolla.



**FOTO:** Mapa provincia de Catamarca (Fuente: Folletería turística [www.sfvc.travel](http://www.sfvc.travel))

### e) ESTADO DE DESARROLLO DEL TURISMO LOCAL

La Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, fundada el 5 de Julio de 1.683 por don Fernando Mendoza Mate de Luna, en los faldeos oriental del cordón montañoso El Ambato, y en la margen derecha del Rio El Valle, es la capital de la provincia de Catamarca; es un destino que se encuentra en etapa de desarrollo turístico; tiene una variada oferta de alojamientos, conforme a información de la Secretaría de calidad, Ministerio de Turismo – Catamarca), se encuentran registrados treinta y siete (37) establecimientos de distintas categoría, que van desde hoteles de 4 estrellas, hostels,

residencias, cabañas, etc. Con una cantidad de 1.094 habitaciones, haciendo un total de 2.875 plazas además de los camping.

En cuanto a la oferta gastronómica, hay bares, parrillas y restaurantes, que ofrecen sus riquezas gastronómicas, la mayoría asociadas a las producciones locales y a las comunidades de la provincia que producen y elaboran los ingredientes para los platos que atraen a los visitantes.

**En cuanto a los atractivos**, hay una variada oferta para recorrer, de las cuales se puede visitar las construcciones antiguas diseñadas por el Arquitecto LUIS CARAVATI (1.859 – 1.885) entre otras; que con un estilo italiano da forma a la ciudad, las cuales fueron puestas en valor como centros culturales y museos, destacándose las siguientes:

- Catedral Basílica Nuestra Señora del Valle
- Paseo General Navarro
- Plaza 25 de Mayo
- Casa de Gobierno
- Hospital San Juan Bautista (Escuela Vocacional de Artes)
- Seminario diocesano
- Escuela Nacional Clara J. Armstrong
- Colegio Nacional
- Iglesia y convento franciscano

**MUSEOS:** donde se puede apreciar arqueología, historia, arte y cultura

- Museo Virgen del Valle
- Museo Arqueológico Adán Quiroga
- Museo Histórico de Catamarca
- Casa de la cultura
- Museo de bellas artes “Laureano Brizuela”
- Museo Fiesta Nacional del Poncho
- Casa Caravati (Museo de la ciudad)

También están los circuitos cercanos que se pueden recorrer como ser:

- Gruta de la Virgen del Valle
- Dique el Jumeal
- Sitio Arqueológico pueblo perdido de la quebrada.

Y visitar locales de artesanías y producción regional entre las que se destacan:

- Casa de la Puna
- Fábrica de Alfombras.
- Comercios de productos regionales.

A pesar de estos atractivos, y haciendo un análisis de problema del destino, conforme a los datos recolectados y establecidos en análisis FODA, se puede establecer que si bien la oferta de Servicios de alojamiento y comida, es suficiente y con una variada oferta y aceptable, **hay una tendencia del mercado al turismo activo, rural, aventura, y bienestar, pero llegado el momento hay una carencia de servicios de entretenimiento y diversión al no haber prestadores de servicio para turismo activo.**

-La Ciudad Capital de Catamarca y en especial la provincia toda, trabaja para posicionarse turísticamente a nivel nacional e internacional mundial bajo el slogan **“Catamarca bella por naturaleza”**

-Otras cuestiones relevantes: Dentro del valle central, y cercano a la Ciudad capital existen importantes atractivos como ser

-Cuesta del Portezuelo

-Casa Natal de Fray Mamerto Esquiú

-Dique de Pirquitas

-Los pueblos del departamento Ambato entre las que se encuentran las villas veraniegas de El Rodeo, Las Juntas, La Puerta, y toda la belleza paisajística enmarcada por los cordones montañosos de El Ambato y el Ancasti; es un destino no masificado, Buena accesibilidad por rutas Nacionales, con aeropuerto nacional distante a 20 km.

Tiene potencialidad como sede de eventos deportivos y culturales, se presenta como un destino seguro. No hay extremos social alto, y

Ante ésta situación existe voluntad de integración entre sectores público y privado y decisión para definir la planificación turística en conjunto, y en consecuencia se está trabajando para la **modificación del dique El Jumeal, y convertirlo en un “eco parque”**, y remodelación de la gruta Virgen del Valle, ambos ubicados en el sector Oeste de la Ciudad, donde estará localizado este proyecto a denominar **“Cicloturismo urbano Catamarca”**

Son obras trascendentales para la ciudad, donde se busca la revitalización del circuito turístico, con servicios de mejoramientos para actividades recreativas, culturales y religiosas, promover los desplazamientos con vehículos no motorizados.

Del Expte. (IF-625382/2020 Del Ministerio de Infraestructura y Obras Civiles de Catamarca), Dirección provincial de estudio y proyecto, en su memoria descriptiva se extrae lo siguiente:

**OBRA:** Revitalización del circuito turístico dique el Jumeal. **(VER ANEXO II)**

**DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:** El sitio se encuentra ubicado en el sector Oeste de la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, dentro de un sistema urbano, de lugares que se viene gestando a lo largo de todo el circuito camino al dique el Jumeal, un

paseo lineal que recorre el cerro y del cual se van desprendiendo espacios de permanencia como miradores hacia la ciudad.

Se ha diseñado un nuevo margen al territorio de El Jumeal, ante la necesidad de definirlo como un nuevo parque ordenado y estructurado para proteger su identidad, rescatando y resaltando aún más su condición de pulmón verde y borde Oeste de la ciudad.

El territorio que abarca El Jumeal, tiene conexión directa con la ciudad, con su topografía ondulada, que define un margen importante por su naturaleza. Una zona privilegiada desde donde se puede apreciar vistas panorámicas hacia la ciudad como también al espejo de agua.

El proyecto de intervención incluye el desarrollo de infraestructura en todo el recorrido, más la incorporación de equipamiento público y urbano apto para realizar diversas actividades **RECREATIVAS, CULTURALES Y DEPORTIVAS**.

Entre las actividades propuestas del espacio público en el ámbito urbano, como medio de generar calidad de vida, inclusión e igualdad se establece la construcción de oficinas y Circuitos para ciclovías.

**En el caso de la Gruta Virgen del Valle**, ya tuvo una primera intervención en la zona urbana que comprende la Avenida Virgen del Valle hasta la curva de la Aguada, donde se realizaron veredones para tránsito de peatones y ciclovías en un trayecto de casi 4 km.

Además 42 locales comerciales, 5 bares gastronómicos, posta sanitaria, y un camping.

La nueva obra que ya dio inicio es más específica a la gruta como lugar sagrado; está previsto entre otras cosas un paseo peatonal, confeccionar los espacios necesarios para la celebración de dos o más eventos de manera simultánea, incorporar un circuito espiritual, conservando el patrimonio arquitectónico religioso; reconstruir las áreas de servicio respetando el entorno natural etc.

### 3.- DIAGNOSTICO FODA DEL DESTINO

En base a los datos obtenidos, se elabora un listado de ventajas y desventajas del destino, realizándose un análisis FODA, para establecer los aspectos sobresalientes y deficientes.

<b>a) <u>FORTALEZAS:</u></b>	<b>b) <u>DEBILIDADES</u></b>
<p>La Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Recursos naturales y culturales de categoría por ej. Festival Nacional e internacional del poncho; Fiestas de la Virgen del Valle.</li> <li>-Es un destino no masificado</li> <li>-Se presenta como un destino seguro. No hay extremos social alto.</li> <li>-Poseen servicios de alojamiento y gastronomía variada.</li> <li>-Buena accesibilidad por rutas Nacionales</li> <li>- Aeropuerto nacional distante a 20 km</li> <li>-Amabilidad y hospitalidad de los residentes.</li> <li>- Potencialidad como sede de eventos deportivos y culturales.</li> <li>-Planificación y legislación para preservar los recursos naturales y el medioambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Carencia de servicios de entretenimiento y diversión.</li> <li>- Marcada estacionalidad del turismo, se concentra en fines de semana largo y festividades importantes.</li> <li>- Faltan estadísticas de base.</li> <li>- Falta de puesta en valor y conservación de algunos atractivos.</li> <li>- Falta de concientización, educación y capacitación turística y ambiental a nivel social.</li> <li>- Carencia de diversidad económica con una actividad artesanal y turística consolidada.</li> </ul>
<b>c) <u>OPORTUNIDADES:</u></b>	<b>c) <u>AMENAZAS</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tendencia del mercado al turismo activo, rural, aventura, bienestar.</li> <li>-Buena imagen transmisible de la región, sus residentes y sus productos típicos.</li> <li>-Tendencia a nuevas formas de recreación con actividades físicas al aire libre cumpliendo con protocolos, para evitar contagios Covid-19, con pocas restricciones al haber sido declarado una actividad esencial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia de las provincias vecinas</li> <li>-Inestabilidad económica debido a la inflación reinante a nivel país.</li> <li>-La cuarentena, entendida como método para disminuir contagios del virus COVID-19</li> </ul>

e) **DIAGNOSTICO FODA DEL PROYECTO**

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ubicación privilegiada del lugar, Dique el Jumeal, los atractivos a recorrer, y la cercanía al centro de la ciudad.</li> <li>- Actividad apta para practicar en toda época del año.</li> <li>- Servicios flexibles, de fácil acceso.</li> <li>- El espacio es público y posee gran potencial como paseo natural urbano.</li> <li>- Bicicletas debidamente equipadas y Guías entrenados y altamente cualificado.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Marca nueva difícil de posicionar rápidamente.</li> <li>- Alta dependencia de la promoción del destino.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento de interés provincial y municipal para la realización del eco parque y puesta en valor del sector.</li> <li>- Necesidad de servicio de esparcimiento y recreación en el lugar.</li> <li>- Creciente interés de la demanda turística por el deporte y el medio ambiente.</li> <li>--Planificación y legislación para preservar los recursos naturales y el medioambiente.</li> <li>- Gestión de promoción y publicidad del gobierno provincial y municipal, generando un alto arribo de turistas.</li> <li>- Clima favorable durante todo el año, para la práctica de las actividades ciclística.</li> <li>- Uso generalizado de las redes sociales y nuevas tecnologías, lo que posibilitará alcanzar a un gran número de clientes potenciales.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Potenciales competidores con similares prestaciones de servicio</li> <li>- Destino desconocido por la práctica del ciclismo, comparado a otros destinos turísticos consolidados de nuestro extenso país.</li> <li>-La elevada inflación económica que imposibilitaría mantenimiento de las unidades ciclísticas, y que lleva a incrementar las tarifas de los productos los cuales son vistas por los individuos como de elevado costo</li> <li>- Marcada estacionalidad del turismo, se concentra en fines de semana largo y festividades importantes.</li> <li>-Destino desconocido por las prácticas del turismo ciclístico.</li> </ul>

**f) LA PROPUESTA COMO UNA ESTRATEGIA SUPERADORA.**

Del análisis FODA del destino turístico San Fernando del Valle de Catamarca, permite considerar el proyecto como una alternativa adecuada en base a las fortalezas halladas, La Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, cuenta con Recursos Naturales, Circuitos Turísticos, Atractivos culturales, Gastronomía, Es un destino no masificado, Posee servicios de alojamiento y gastronomía variada, Buena accesibilidad por rutas Nacionales y Aeropuerto, el clima es favorable. Por ello se observa la necesidad de redescubrir el destino desde la óptica de paseo recorriendo e interpretando la ciudad desde la bicicleta, con un producto diferenciador que permita al turista y residentes ser partícipes en primera persona de lo vivido y valorar el patrimonio natural y cultural que lo rodea.

Respecto a las amenazas, con una buena política de estado que ya se están llevando a cabo mediante capacitaciones y nuevas diagramaciones de circuitos y productor turísticos, pueden ser superadas en corto tiempo, fomentando la creatividad y generando nuevos empleos. Respecto a la Pandemia COVIT 19 que dejó consecuencias calamitosas en el sector turístico en el año 2020, y parte del año 2021, hoy podría tomárselo como una oportunidad, ya que la gente necesita salir a disfrutar y practicar deporte que se combina con nuestra oferta.

Por todo ello se considera que el proyecto CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA, es una propuesta como estrategia superadora que viene a incrementar las actividades recreativas de nuestra ciudad, y a la vez permite disfrutar contemplando las bellezas paisajísticas e interpretando los principales atractivos turísticos al aire libre mediante el uso de la bicicleta.

#### 4- OBJETIVOS DEL PROYECTO

##### **a)- Objetivo a corto plazo (1 año)**

-Lograr posicionar el servicio en el mercado local en los próximos 6 meses mediante concreción de 600 contrataciones.

-Captar y mantener una ocupación del 60% de la capacidad disponible, que permita cubrir costos y obtener ganancias.

- Lograr una alta satisfacción de los clientes, medida mediante encuesta de satisfacción entregada a los clientes; que el 80 % de los encuestados califiquen el servicio entre 8 y 10

##### **b) Objetivo a mediano y largo plazo (2 a 5 años)**

-Durante el segundo año incrementar un 50% el número de reservas y ventas del servicio, incrementando los días de prestación del servicio.

- Implementar la certificación en gestión de la calidad, gestión ambiental y gestión de seguridad mediante el cumplimiento de la norma IRAM SECTUR 42704 Especialista en Cicloturismo.



## **5.- ESTRATEGIA DE MARKETING**

### **a.- PERFIL DEL MERCADO (ver ANEXO III)**

Para conocer el perfil del turista que visita Catamarca, se ha resuelto recurrir a una encuesta realizada por la **Dirección de Planificación de la Secretaría de Estado de Turismo provincial**, en las vacaciones de invierno del año 2019 (Previo a la pandemia) cuyo detalle estadístico de la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, se lo puede ver en **Anexo III**

#### **a- 1. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA**

El **67%** de los turistas nacionales provienen de la provincia de **Tucumán de Santiago del Estero, Salta, La Rioja y San Juan.**

#### **a- 2. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA Y SOCIAL**

Esta segmentación está dada por la agrupación de personas en base a criterios vitales y mensurables de la población como edad, sexo, ocupación, estado civil, educación, nacionalidad etc. Y en base a los datos obtenidos tenemos:

El **74 %** de los turistas, viajan en **grupo familiar o de amigos.**

El **78%** son **adultos jóvenes entre 30 y 60 años**

#### **a- 3. Segmentación comportamental:**

Tiene en cuenta grado de fidelidad, sensibilidad y actitud. En esto se registra:

El **60%** son peregrinos y devotos que **concurren una vez por año** a la provincia con motivo de esta festividad

El **70%** consume **productos religiosos y regionales**

#### **a- 4.- IDENTIFICAR EL PERFIL DE MERCADO META DEL PROYECTO**

Teniéndose en cuenta estos resultados, la demanda turística y que el producto que se ofrece requiere un determinado condicionamiento físico, la oferta está dirigida a.

**Un segmento psicográfico y conductual de hombre y mujeres entre 15 y 65 años de edad, nacionales y extranjeros que tienen gustos y preferencias parecidas, aventureros, motivados por conocer Catamarca Ciudad que les guste el deporte y la vida sana y que prefieran como medio de transporte la bicicleta.-**

## **b.- POSICIONAMIENTO DEL PROYECTO- IDEA VENDEDORA**

-“**CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA**” es un emprendimiento que brinda una experiencia turística auténtica e inolvidable basada en una aventura ciclista de alta calidad, recorriendo distintos atractivos naturales, culturales y religiosos, brindando un servicio seguro, eficiente, con personal altamente cualificado que guía el recorrido.

- En virtud de lo cual, buscará una posición por atributos fundándose en dos aspectos trascendentales que lo caracterizarán para diferenciarse y permanecer en la mente de los clientes:

-**Producto:** es una propuesta original y única desde el enfoque turístico, debido a que es creada a partir de la fusión entre la práctica de la actividad ciclista, la visita a diversos atractivos que se presentan en el destino, la visibilización de las manifestaciones culturales materiales e inmateriales, la armonía con el medio ambiente y el contacto directo con la naturaleza. Por lo tanto, provocará en los que se atrevan a efectuarlo una vivencia en primera persona descubriendo sensaciones y emociones, que quedarán grabadas en sus retinas.

-**Personal:** se seleccionará mano de obra con alto nivel de especialización. Los mismos deberán ser profesionales, idóneos de la actividad ciclista deportiva y guías en la Ciudad de Catamarca, debiendo contar con ciertas cualidades como, amabilidad, tacto, equilibrio emocional, dominio de sí mismo, compostura en los modos, ánimo jovial, alegre y paciencia; además de habilidad comunicativa; y capacidad de transmitir sensaciones y emociones durante el paseo, para que los turistas no solo se muevan en bicicleta por la ciudad, sino que vivan la ciudad a través de ella. La ciudad en sí misma, no es objeto de ser entendida, sino las prácticas materiales y discursivas que en ella ocurren, donde la movilidad es una dinámica y no una categoría. No solo será una excursión, también será un aprendizaje de nuestra historia y cultura a través del guía.-

## **c. Marca Turística**

Para Blain et al. (2005-337), la marca turística es el conjunto de actividades de marketing, encaminadas a apoyar la creación de un nombre, símbolo o cualquier otro gráfico que identifica y diferencia un destino, que transmite de forma continua la expectativa de una experiencia asociada únicamente a ese lugar, que sirve para consolidar y reforzar la conexión emocional entre el visitante y el destino, y que reduce costes y riesgos para el consumidor.

Conforme a ello se optó por una marca nominal ilustrada, que represente la actividad que se ofrecerá a la comunidad en general presentándolo como símbolo de lealtad y

fidelidad, que se traducirá en mayores ingresos económicos y rentabilidad tanto para la empresa como para el destino

### **MARCA DEL PRODUCTO**

#### ***CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA***



#### **Descripción del logotipo:**

El logotipo como representación gráfica de la marca está formado por un logosímbolo compuesto por la silueta de una persona en bicicleta cuyas dos ruedas forman las letras “C C”, construcción tipográfica de los caracteres que componen la palabra “Cicloturismo urbano Catamarca”

Debajo aparece la palabra “Cicloturismo urbano Catamarca”, como parte integral del logotipo, para dar identidad al emprendimiento en un entorno competitivo.

**La silueta de la persona en bicicleta representa el atributo personal cualificado, idóneo de la actividad ciclística deportiva y guía turístico en la Ciudad de Catamarca.**

En los colores escogidos para logotipo la intención es propiciar e inducir el atributo de **Producto** como una propuesta original y única desde el enfoque turístico, debido a que es creada a partir de la fusión entre la práctica de la actividad ciclística, la visita a diversos atractivos que se presentan en el destino, la armonía con el medio ambiente y el contacto directo con la naturaleza, descubriendo sensaciones y emociones, que quedarán grabadas en la retina de los turistas

El azul pálido, profundo que tiene el cielo en SFVC los días limpios.

El amarillo, el violeta/rojo/intenso y verde son las distintas tonalidades que tiene nuestra naturaleza.

El amarronado es por los tejidos, el adobe y la tierra en SFVC.

**SLOGAN:** Estas acciones estarán sustentadas por su slogan **“Interpretando Catamarca desde el ciclismo”**. Esto se vincula con el posicionamiento elegido que es por atributo, de aspectos

trascendentales que lo caracterizarán “Producto y Personal”, para que los turistas en su recorrido ciclista, interpreten las manifestaciones culturales, y la armonía con el medio ambiente. Será un aprendizaje de nuestra historia y nuestra cultura en el paseo.

### MARCA DEL DESTINO



Como así también a la Ciudad de San Fernando del valle de Catamarca



**#** DEFINE TU  
**NORTE**

**d. OTRAS ACCIONES:**

**FIDELIZACION:** La fidelización tiene como fin obtener por medio de ciertas estrategias, que el consumidor más allá que haya adquirido con anterioridad un producto o servicio de la empresa, el mismo siga eligiéndolo debido a que superó sus expectativas.

En este propósito de fidelización se focaliza “Cicloturismo Urbano Catamarca”, en búsqueda de que el cliente aunque haya partido satisfecho, regrese nuevamente.

Cicloturismo Urbano Catamarca se basará en las siguientes estrategias:

**-Programa de fidelización:** Se nombrará cliente VIP de acuerdo a los puntos obtenidos por usar el servicio habitualmente, aparte de hacerles regalos especiales como por ejemplo merchandising: gorra, remeras, birome, anotador, llavero, marcador.

**-Crear una comunidad de clientes en las redes sociales:** como complemento a una buena comunicación y feedback, en la cual pueden interactuar experiencias, comentarios e información sobre las actividades brindadas.

**- Buscar la excelencia en el servicio al cliente:** Para lograr la satisfacción completa del cliente, en el periodo de postventa se enviará e-mail para conocer su satisfacción o insatisfacción o cuales son los puntos a mejorar.

## **6.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO**

### **a.- Característica del producto innovador**

#### **PRODUCTO TURISTICO: CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA**

Conforme a la clasificación de Roberto Bullón; (Espacio turístico RC Bullón - Ed. Trillas, México, 2006) -el proyecto turístico **“Cicloturismo urbano Catamarca”** pertenece tanto a un “proyecto de acondicionamiento del espacio turístico”, y a un “proyecto de apoyo a la práctica de actividades turísticas”

-Proyecto de acondicionamiento del espacio turístico, en el sentido que se debe incorporar equipamientos (Bicicletas) e instalaciones: Local comercial debidamente equipado que está construyendo el estado municipal, y servirán de base a la prestación de un servicio ciclístico a turistas y residentes.

La adquisición del equipamiento ciclístico y toda la indumentaria, para la prestación del servicio de excursión, será asumido por el propio emprendimiento privado con el aporte de una línea de crédito del estado provincial con una tasa de interés diferenciada; en tanto el local debidamente acondicionado, propiedad del estado municipal, será alquilado.

- Es un Proyecto de apoyo a las prácticas de actividades turísticas buscando la promoción, difusión de Catamarca Capital como destino turístico, y el fomento de las actividades deportivas, ofreciendo un servicio de excursión diferente al convencional en medios motorizados, aprovechando el potencial que ostentan los atractivos naturales y culturales, donde se busca una variante fundada en una experiencia turística auténtica destinada tanto a turistas y/o excursionistas como también a residentes, con guías experimentados que transmiten el significado de la cultura y la historia local.

### **b.- Modalidades**

#### **Excursiones en bicicletas: CICLOTURISMO URBANO CATAMARCA**

Reconociendo la singularidad, la longevidad y la versatilidad de la bicicleta que lleva en uso dos siglos, que constituye en medio de transporte sostenible, sencillo asequible, fiable, limpio y ecológico, que contribuye a la gestión ambiental y beneficia la salud, se decide promover el uso de la bicicleta como medio de transporte en la ciudad, siendo también un desafío político relevante, con gran aceptación de la sociedad.

- Se pretende ofrecer un servicio seguro, eficiente, y de alta calidad de paseo en bicicleta, recorriendo distintos atractivos naturales, culturales y religiosos, brindando un producto de excelencia.

Se contará con bicicletas de distintos tamaños y rodados, debidamente equipadas para transportar a menores para dar la posibilidad a todo tipo de personas sin distinción alguna, implementando un programa de inclusión en todos los aspectos humanos.

### c.- Niveles de prestación

-Este recorrido denominado **“interpretando Catamarca en Bicicleta”** consiste en una salida grupal con servicio de guía profesional desde las instalaciones ubicadas en un local acondicionado y alquilado en inmediaciones del Dique El Jumeal.

-Salidas los días Viernes, Sábados, domingos y feriados con cupo mínimo de 8 personas y máximo 25 personas a hs. 08,30 y hs 16,30

-Recorrido total del circuito 18 km aprox.

-Tiempo de la excursión 3 ½ hs..

- El uso de las bicicletas está limitado al recorrido marcado en el paseo, que es de gran belleza escénica, abarca distintos atractivos, y da un marcado sesgo recreacional.

### CIRCUITO DEL RRECORRIDO: “Cicloturismo Urbano Catamarca”



**FOTO:** Mapa Catamarca Capital sector Oeste

**REFERENCIAS:** Recorrido del circuito “Cicloturismo Urbano Catamarca”

Recorrido de ida:



Regreso a lugar de origen



**1er Tramo:** Salida desde el dique el Jumeal por Avenida Juan Pablo Segundo en sentido sur Oeste hasta Avenida Ocampo recorriendo y disfrutando las serranías del lugar con su topografía ondulada, que define un margen importante por su naturaleza. Una zona privilegiada desde donde se puede apreciar vistas panorámicas hacia la ciudad como también al espejo de agua, en un recorrido entretenido una distancia de 4 kilómetros, donde continuamos por avenida Ocampo hacia el Oeste, ya en Ruta provincial N° 4, llegamos al sitio arqueológico denominado “Pueblo perdida de la quebrada” que consiste en un conjunto de ruinas arqueológicas sobre una meseta a 700 m.s.n.m. rodeada por el Rio El Tala donde se observan recintos construidos con piedra y barro, habitaciones, talleres, corrales etc. Donde habitaban pobladores originarios de la cultura aguada entre los S. IV y V.

Al ingreso cuenta con un centro de interpretación



Foto: Centro de interpretación pueblo perdido de la quebrada





Foto: Sitio Arqueológico Pueblo perdido de la quebrada.

**2do. Tramo:** Desde este lugar, bajamos hacia el Este por Avenida Enrique Ocampo por el lapso de 4 km. hasta llegar al **“Paseo General Navarro”**, es un lugar que desde inicios de la ciudad ha convocado a la sociedad a sus paseos. En principio (1.857 - 1859) era la cabecera de la Ciudad y fue construido un estanque para proveer de agua a los habitantes. Allí concurrían la sociedad se convocaba para pasear y escuchar los sonos melódicos de lavanda de música en los días de retreta, o participar de alguna celebración popular los días patrios o de otros tipos de fiestas.

El 12 de Abril de 1.891 frente a la actual calle Camilo Melét, se realizó la coronación pontificia de la imagen Nuestra Señora del Valle, dispuesta por el Papa León XIII. Y realizada por el Mons. Pablo Padilla y Bárcena, Obispo de Salta.

El paseo sufrió varias modificaciones, ya no existe el estanque que fue el principal atractivo de aquella época. Actualmente se presenta como una propuesta moderna y fue puesta en valor con una hermosa fuente donde el agua es protagonista como en sus inicios, se encuentra en movimiento. Los chorros saltan y generan el Spray; refresca e ioniza el aire generando una sensación de alegría, se ha colocado un carrusel, se ha respetado los árboles centenarios y se ha dotado el lugar con tecnología led.



**Foto:** Paseo General Navarro.

**3er. Tramo:** Continuando con nuestro recorrido nos dirigimos por Avenida Virgen del Valle hacia el Norte por un tramo de 5km. hasta llegar a la gruta Virgen del Valle, lugar donde fue encontrada nuestra madre del Valle entre los años 1.618 y 1.620



**Foto:** Gruta Virgen del Valle - Catamarca

**4to. Tramo:** Desde este lugar regresamos nuevamente a nuestro origen por Avenida Virgen del Valle hasta Avenida México (O) y nuevamente por Av. Bartolomé de Castro hasta la base en el dique el Jumeal en un recorrido de 5 km.



**FOTO:** Dique el Jumeal con vista panorámica a la Ciudad

#### **d.- Otros temas relevantes del producto**

- **Descripción Técnica** La localización estratégica del proyecto será en la margen este del dique el Jumeal, ciudad de Catamarca, sobre Avenida “Juan Pablo II”, la cual es de dominio Municipal, y cuenta con las siguientes instalaciones:

- Estacionamiento
- Recepción
- Depósito de artículos para uso diario de actividades ciclísticas
- Oficina de Administración
- Baños para Hombres
- Baños para Mujeres

#### **Equipamientos e instalaciones con las que contará cada área:**

El servicio ofrecido a los clientes debe ser seguro, eficiente y de alta calidad, ya que unos de los objetivos principales del presente proyecto es brindar un producto de excelencia a los consumidores de las actividades náuticas deportivas.

**El Estacionamiento** para vehículos, se situará en ambos laterales del ingreso al centro, será una superficie libre, y contará con una capacidad para albergar 15 vehículos simultáneamente y será de dominio público.

**La Recepción**, ubicada en el sector de entrada, se estableció con el objetivo de contratar las actividades ciclísticas ofrecidas por el servicio, por ello se sitúa en la parte frontal del edificio, sobre la Av. Juan Pablo II, ya que existirá una conexión directa con el ingreso principal al lugar.

**El Depósito de artículos para uso diario**, se diseñó con el fin de guardar todos aquellos materiales técnicos imprescindibles para la práctica de las actividades ciclísticas.

**La Oficina de Administración**, estará detrás de la recepción. La misma se encargará de las tareas administrativas pertinentes de acuerdo a la actividad comercial a desarrollar.

**Los Baños de Hombres y mujeres**, se ubicará en la parte posterior del edificio, su función será satisfacer las necesidades físicas y de aseo.

### **Estructura Organizacional RR.HH.:**

**Propietario / Recepcionistas** y responsable legal del servicio Cicloturismo urbano Catamarca, además de efectuar tareas administrativas y ventas, encargadas/os de reservas, ventas y marketing de los servicios.

**2 Guías profesionales** en turismo, idóneos en ciclismo

### **Protocolo Covid-19:**

-Se procederá al registro de todas las personas antes de iniciar la actividad, según fase y legislación vigente con Nombres Apellidos, DNI N°, Teléfono, y lugar de procedencia.

-El personal empleará equipo de protección personal (barbijo, mascara facial y alcohol)

-Se dispondrá de alcohol para visitantes.

-Se procederá a medición de temperatura con termómetros infrarrojo a participantes antes de iniciar el paseo

- Obligatorio uso del barbijo y elementos sanitizantes

-Respetar distanciamiento social establecido

-Desinfección de bicicletas antes y después de cada excursión.

## **7.- POLITICA DE COMUNICACIÓN**

La comunicación cumple un rol fundamental para dar a conocer el producto “*Cicloturismo Urbano Catamarca*”; es una necesidad para hacerse conocer y lograr una imagen propia que identifique y diferencie, lograr y afianzar un vínculo con el cliente consumidor.

En general se incluirá el servicio ofrecido, y la ubicación del emprendimiento y el recorrido del Paseo en las referencias del plano de la ciudad.

**a- PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Se empleará

-Publicidad Online (banners publicados en la página web y en redes sociales de “*Cicloturismo urbano Catamarca*”: Facebook e Instagram).

-Anuncios en diversos medios locales de comunicación.

-Jingles publicitarios en programas de radio (FM Valle Viejo)

-Distribución de folletos y panfletos en hoteles, lugares de hospedajes, Agencias de viajes, Turismo provincial y municipal, casillas de información turística y en diversos eventos locales (Fiestas de la Virgen, Festival Nacional del Poncho etc.)

-Envíos de mails a clientes fidelizados y clientes potenciales informando novedades y promociones.

-Utilización y difusión de código QR, que da acceso al folleto del servicio, Escaneando con la cámara de un teléfono celular inteligente el código QR, tendrá acceso a la marca, el mapa y el folleto disponible para su descarga.

### **b. Publicidad- Herramientas creativas- Comunicaciones masivas**

#### **Acciones publicitarias y promocionales.**

Esta política de comunicación se llevará a cabo a través de distintas herramientas que conforman el mix comunicacional.

**La Publicidad:** se diseñará para crear una impresión mental favorable al consumidor potencial y así inducirá el desplazamiento de su mente hacia la compra (Rossiter y Percy 1997)

Se trata de incidir sobre las actitudes de los potenciales clientes, informando, persuadiendo, y recordando por medio de la campaña publicitaria que se realizará a través de los distintos medios de comunicación.

### **c. Promociones- Herramientas creativas- Folletos-beneficios**

En relación a la promoción de ventas, estará orientada al consumidor final con el objeto de impulsar las reservas de la actividad.

Se procurará estimular al cliente potencial a la compra del producto a través de: mayor cantidad de pases del producto por un menor precio, por ejemplo la clásica promoción 2 x 1; también haciendo descuentos por grupos, clientes habituales, cupones o vales de descuentos distribuidos en periódicos y revistas de la región.

### **PROMO 2X1**



### **VOUCHER PROMO 2 X 1**



#### **d. COMUNICACIONES DIRECTAS**

##### **MARKETING DIRECTO:**

El propósito es fidelizar al cliente, donde se plantea la utilización de e-mail a fin de obtener un vínculo con el cliente basado en el valor de la confianza.

Los mail se enviarán de la base de datos genuinos obtenidos de los propios clientes por medio de las encuestas efectuadas, solicitud de tarifas, y acciones promocionales.

La intención de implementar esta técnica es establecer una relación directa con el cliente, con mails totalmente personalizados, llamándole por su nombre de pila y que contengan contenidos vinculados a las actividades ciclisticas, como las diferentes travesías, nuevos circuitos, o alguna promoción vigente.

##### **e.- SITIO WEB:**

Se creará y se lanzará el sitio web de “**Cicloturismo Urbano Catamarca**” ([www.ciclotur.catamarca.com](http://www.ciclotur.catamarca.com)) para tener una presencia formal en la web, con las actividades ciclisticas propuestas. También estará la publicación en la página oficial de turismo de la ciudad capital (<https://sfvc.travel>) y en el sitio web de turismo de la provincia (<https://www.turismo.catamarca.gob.ar>).

La página web se montará mediante el sistema de gestión de contenidos WordPress, la cual ofrece plantillas fáciles de usar para diseñar el sitio deseado, y a su vez uno puede obtener un dominio propio, lo cual es beneficioso para el **Cicloturismo urbano Catamarca**, y amigable para el usuario, facilitando su ingreso y permanencia.

La web será el instrumento de marketing digital, destinada a ser un canal de información y promoción de las actividades ciclisticas, atrayendo usuarios mediante la generación de este tipo de contenidos, que les aporte valor y así convertirlos en clientes. Esta es una estrategia fundamental para conseguir más vistos, ser conocidos y ser comprados. Es importante ocupar los primeros lugares en la búsqueda de productos turísticos, para lo cual debe existir una selección óptima de palabras claves, teniendo en cuenta la popularidad de las keyword (frases o palabras claves en buscadores), competencias por las keyword, y relación de las keyword con el contenido del site. En base a lo expuesto, se pensó en el siguiente conjunto de palabras: disfrutar Catamarca, ciclismo en Catamarca, que hacer en Catamarca, excursión en Catamarca.

**f. OTRAS:****REDES SOCIALES:**

Son espacios compuestos por comunidades de individuos que les permite interactuar o vincularse entre sí de forma asincrónica o sincrónica.

Dentro de este contexto se escogió crear un perfil que represente al negocio en redes genéricas como Facebook e Instagram.

La incorporación de estas nuevas herramientas de comunicación permitirá establecer relaciones más estrechas e interactivas con los clientes, derivando así en la participación activa de los mismos alrededor de la marca del producto ofrecido, compartiendo sus experiencias en textos o imágenes, recordando dichas actividades. Por esa razón se enfatizará en compartir información relevante de las actividades que se presentan donde se publicará el programa de actividades a realizar, promociones, eventos importantes etc. al igual que imágenes y videos de alta calidad para captar a potenciales clientes.

**COMUNICACIÓN INTERNA:**

La comunicación entre el propietario y sus empleados, se efectuará por distintos medios como ser mediante reuniones presenciales, las que se llevarán a cabo una vez al mes, o cuando se considere necesario para informar novedades o plantear algún problema y viabilizar su respectiva solución. También se harán comunicaciones vía mail, WhatsApp, telefónicas y/o notificaciones mediante memorándum.

**COMUNICACIONES EXTERNAS: Relaciones Públicas**

Esta herramienta está dirigida a:

- **Entes gubernamentales:** organismos de gobierno relacionados al turismo ej. A nivel local Secretaria Municipal de turismo, o provincial: Ministerio de cultura y turismo.

- **Cámara y asociaciones de turismo:** Organismos que tratan los temas concernientes al turismo.

-**Periodismo especializado:** medios locales, nacionales, internacionales, digitales o impresos que poseen gran incidencia en transmitir la información.

Se invitara a todos ellos como así también a los recepcionistas de hoteles, para dar a conocer el producto y que disfruten también las excursiones.



## **8.- POLITICA DE COMERCIALIZACIÓN**

### **a.- COMO SE COMERCIALIZARA EL PROYECTO**

Para competir en el mercado, se ha planteado el uso de diversos canales de venta, para lograr alcanzar el mayor número de potenciales consumidores:

### **b.- CANALES DE VENTA:**

**CANALES DIRECTOS:** Es el que efectúa el propio emprendimiento **“Cicloturismo urbano Catamarca”**, contactándose directamente con el potencial cliente final, esto beneficia a la empresa, en razón que tiene el control total del canal, y logra el 100% de las ganancias por la venta concretada.

Bajo esta modalidad, se determinan las siguientes:

-Contratación In-situ, en el punto de venta de las actividades.

-Reservas on-line (mercado pago y paypal) a través de la página web. ([www.ciclotur.catamarca.com](http://www.ciclotur.catamarca.com))

-Reservas por redes sociales: Facebook e Instagram. También vía telefónica, WhatsApp, y mail.

**“Cicloturismo urbano Catamarca”**, apuesta por canales de comercialización que emplean ciertas herramientas virtuales como es el caso de las reservas directas por medio de la página web ([www.ciclotur.catamarca.com](http://www.ciclotur.catamarca.com)), sumado a las redes sociales de Facebook e Instagram.

La importancia de activar estos canales es la accesibilidad que los potenciales clientes, pueden tener para contratar el servicio de *Cicloturismo Urbano Catamarca* de modo asincrónico y desde cualquier lugar.

Entre las ventajas existentes se puede mencionar:

Posibilidad de ampliar la base de datos de clientes reales y potenciales, pudiendo expandir las reservas.

Facilita tener un horario comercial de 24 hs. Al día todos los días del año gracias al entorno on-line.

Permite mejorar la comunicación con los clientes, atender sus peticiones y preguntas, lo cual permite mayor confianza y fidelización.

En la página web se plasmará la descripción detallada de las actividades y circuitos a realizar, acompañada por una galería de imágenes y videos de alta resolución de la experiencia turística, con las tarifas actualizadas.

En las redes sociales, además de subir diariamente imágenes y videos de las prácticas con el detalle descriptivo de las mismas, se dispondrá los datos de contactos del servicio (Dirección, teléfono, WhatsApp, mail)

**CANALES INDIRECTOS:**

Son las ventas efectuadas por intermediarios entre la empresa y el consumidor final, el cual dependiendo del número de intermediarios existentes puede ser largo o corto.

Se adoptó este tipo de canal bajo la modalidad corta, con intención de atraer turistas nacionales e internacionales, obteniendo un posicionamiento superior frente a los competidores.

-Agencias de viajes minoristas de turismo receptivo, pudiendo así atraer turistas que tratan mediante agencias, de lo cual la reserva se efectuará mediante una comisión fija del 20% por actividad contratada.

**c.- QUIENES INTERMEDIARAN CON EL CLIENTE:**

Serán las empresas de viajes y turismo receptivo, que ofrecerán el servicio en sus respectivos sitios web. Esta operatoria ayudará a posicionar el servicio ya que por el momento es la única actividad en esta modalidad ciclística que se ofrece en la capital de Catamarca.

## **7.- POLITICAS DE PRECIO.**

Teniendo en cuenta que la Política de precio, es un conjunto de principios para establecer un determinado **valor**, establecidos de forma consiente para los bienes y servicios, y que ayuden a alcanzar los objetivos de la empresa, para determinar el precio correspondiente.

La fijación de precio se basa en la estrategia de líder y pionero en este tipo de servicios en esta Ciudad, brindando al mercado un producto que pretende posicionarse en la mente de los clientes con un producto diferenciado, que sea percibido por sus atributos, se pretende brindar un servicio que cubran sus expectativas y le otorguen mayor valor, logrando ventajas comparativas y competitivas. También se han considerado los costos fijos y variables de este proyecto.

### **a.- ESTRUCTURA DE COSTOS**

- Equipamiento técnico (bicicletas, vehículo de apoyo, elementos de higiene y seguridad)
- Salarios, cargas sociales y aportes patronales del personal.
- Alquiler de local.
- Servicios varios (energía eléctrica, teléfono, agua, internet)
- Póliza de emergencia médica
- póliza de responsabilidad civil y accidentes personales.
- Impuestos y tasas municipales
- Insumos y limpiezas de oficina
- Gastos de administración
- Publicidad y promoción.
- Uniformes del personal
- Capacitación del personal.
- Mantenimiento de equipos.

### **PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL**

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Bicicletas, cascos y chalecos</b>	<b>25</b>	<b>\$ 60.000</b>	<b>\$ 1.500.000</b>

<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>			
<b>ESTRUCTURA DE GASTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Salarios, cargas sociales y aportes patronales del personal</b>	<b>2</b>	<b>\$ 48.000</b>	<b>\$ 96.000</b>
-Alquiler de local	1	\$ 15.000	\$ 15.000
-Servicios varios (energía eléctrica, teléfono, agua, internet)	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Póliza de emergencia médica	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Póliza de responsabilidad civil y accidentes personales	1	\$ 6.000	\$ 6.000
Impuestos y tasas municipales	1	\$ 1.000	\$ 1.000
-Insumos y limpiezas de oficina	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Gastos de administración	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Publicidad y promoción	1	\$ 20.000	\$ 20.000
<b>GASTO TOTAL APROX.</b>			<b>\$ 154.000</b>

**COSTOS VARIABLES:**

- Mixes de frutos secos y agua mineral
- Comisiones por venta (Agencias de viajes 20%)
- Combustible
- Reparación y mantenimiento (Mecánico, gomero etc)
- Merchandising.

**b. FIJACIÓN DE PRECIOS:****Precios Comparativos Temporada Otoño 2022:**

Si bien no existe por el momento un servicio ciclístico para hacer una comparación; en éste caso se ha considerado el valor de una excursión en vehículos motorizados, que recorre los mismos atractivos y tiene un valor \$ 1.800 por personas

**TARIFA DEL SERVICIO DE EXCURSIONES “Cicloturismo urbano Catamarca”**

1 persona	\$ 1.200
2 personas	\$ 2.000
3 personas	\$ 2.700
4 personas	\$ 3.500

**c.- ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA:**

“Cicloturismo urbano Catamarca”, fue ideado para ser puesto en funcionamiento durante todo el año, debido a que el ciclismo puede practicarse con total normalidad, independientemente de la temperatura ambiente, salvo cuestiones climáticas por fuertes tormentas.

Para mitigar la temporada baja que comprende la época de verano, se estima presentar descuentos y promociones tanto para turistas y residentes locales.

## **10.- CALIDAD TURISTICA.**

La OMT(2003) entiende la calidad del turismo como: "El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como **la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural**".

### **a.- COMO MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CIENTE:**

Dentro de este marco, el objetivo principal de "**Cicloturismo urbano Catamarca**", es que según la percepción del cliente, la realidad ofrecida, sea igual o superior a la expectativa de éste, así se estaría alcanzando una calidad en la actividad brindada. Por eso es que no solo se limitará a un mero paseo en bicicleta por los distintos atractivos de la ciudad y sus alrededores, sino que será una experiencia vivencial colmada de emociones y sensaciones, que se sustanciarán en el tiempo que se extienda el recorrido brindado.

Asimismo la calidad estará sujeta a la "**norma IRAM-SECTUR 42530 Servicios turísticos del sector de Cicloturismo**", perteneciente a la actividad del turismo activo, considerando de forma integral todos los aspectos atinentes a la prestación de servicios, la gestión de calidad, la gestión ambiental, y la gestión de seguridad.

### **b.- DISTINTOS MEDIOS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN**

Se establecen las siguientes herramientas para evaluar y medir la satisfacción del cliente:

**-Libro de quejas y sugerencias:** Se lo dispondrá en formato físico, esto posibilitará mejorar la relación con los consumidores usuarios.

**-Encuesta de satisfacción:** una vez finalizada la experiencia.

**-Redes sociales:** Facebook e Instagram, mediante recomendaciones y calificaciones. Se empleará como herramienta fundamental para conocer las opiniones, ideas, comentarios de los usuarios respecto a la actividad practicada para así efectuar las mejoras necesarias de la calidad brindada.

### **c.- MOMENTO Y MANERA EN QUE SE HARÁ LLEGAR LA ENCUESTA**

**-Encuesta de satisfacción:** una vez finalizada la experiencia se realizara in-situ, o vía e-mail, utilizando esta técnica que permite conocer el grado de satisfacción de los clientes mediante el cuestionario creado para tal fin.

Una vez obtenidos todos los datos arrojados por diversos métodos propuestos, se los procesará analizándolos, convirtiéndolos en información relevantes, resultando una referencia para definir las acciones de mejora.

Los resultados obtenidos permitirán explorar y conocer la satisfacción tanto de turistas como residentes respecto del servicio y calidad ofrecida por la actividad ciclística en la ciudad, y así mantener el principio de mejora continua en la calidad de la experiencia turística brindada.

**d.- FORMULARIO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN**

Fecha:

SEXO: Masculino  Femenino

EDAD  Años

**¿Cuál es la principal motivación que lo llevó a realizar esta actividad?**

Bienestar  personal  Aventura

Otros ¿Cuál?.....

**¿Podría decir con quien lo efectuó?**

Solo  En pareja

En familia  Con amigos

**¿Recomendaría nuestra actividad a otras personas?**

Si  No

**Alguna sugerencia, idea, opinión: ¿Cómo podemos mejorar?**

.....

.....

**Por favor Califique de 1 a 10 los siguientes aspectos:**

La oferta de actividades.....	<input type="text"/>
El precio en relación al servicio ofrecido.....	<input type="text"/>
Atención y predisposición del personal.....	<input type="text"/>
Estado de las unidades ciclísticas.....	<input type="text"/>
Información recibida sobre nuestra oferta.....	<input type="text"/>
Limpieza e higiene.....	<input type="text"/>
Grado de satisfacción general.....	<input type="text"/>

Si desea recibir información sobre nuestras actividades y servicio déjenos su e-mail.....

¡Agradecemos su colaboración!



## **11.- CONCLUSIONES**

“*Cicloturismo urbano Catamarca*”, busca reforzar la oferta turística de la Ciudad, brindando un producto fundado en la revalorización de su patrimonio natural, cultural e histórico, como así, en generar sensibilidad turística en la comunidad de acogida.

### **A.- EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO**

Técnicamente el proyecto es viable, no hay obstáculos a superar, la Ciudad está planificada y ordenada, cuenta con ciclovías y bicisendas ya construidas y otras en construcción; hay mucha actividad ciclística; las cualidades urbanas y medioambientales son aptas, buen clima, paisaje agradable, y pocas precipitaciones; no existen extremos sociales, Catamarca se caracteriza por la simpatía de sus residentes, el índice de inseguridad bajo.

Comercialmente el mercado es sensible al uso del ciclismo, esta tendencia ocupa un lugar central a nivel mundial, es un modo más seguro de transporte, genera hábitos saludables (OMS 2004), por lo que sería de gran aceptación en lo social. El uso de la bicicleta otorga salud, dinamismo, convivencia y autonomía de grupo. La dimensión corpórea sensorial, es central para analizar las prácticas cotidianas, y frente a los dictados de la sociedad, potencia la libertad, la autonomía personal y la autogestión.

La sostenibilidad ambiental implica la conservación y el respeto de los recursos y valores naturales que son la base de la propia actividad turística y cuya existencia debe ser garantizada en el futuro, para el propio sostenimiento de la actividad, y para asegurar el disfrute del medio por parte de las generaciones venideras.

Desde la planificación y ordenación territorial por parte del municipio local se ha tenido en cuenta la cualificación y valoración de los recursos naturales y culturales, tratando de mantener y preservar la calidad ambiental y paisajística del entorno

En el uso recreativo de los recursos con valor ambiental, se incluye este proyecto, considerando que el ciclismo es sustentable como forma de combatir el cambio climático y pacificar el tránsito.

Además se pretende difundir hábitos de comportamientos adecuados, tratando de impulsar un modelo de desarrollo que contemple los pilares de la sostenibilidad.

El desafío es claro pero complejo, hacer posible el negocio turístico dentro del respeto a la participación de la comunidad local.

Se plantean las siguientes cuestiones: Preservar la identidad cultural, urbana, paisajística, y ambiental del territorio turístico.

La comunidad local, adquiere desde el municipio un valor trascendental, porque es un ámbito donde son posibles las propuestas que en la práctica den significado a las personas que viven en el destino ya que es el lugar desde donde exclusivamente se da la

visualización real de la sostenibilidad ambiental y la autenticidad cultural de la práctica turística.

Al ser parte de un proyecto público, liderado por los estados provincial y municipal, las obras básicas de infraestructura y servicios benefician a toda la comunidad local y lleva a una mejora de la zona donde se desarrolla el proyecto (Iluminación, pavimento, ciclovías, bicusendas, veredas etc.) donde de manera particular los mayores beneficiados serán los habitantes del lugar y también será oportuno para realizar algún emprendimiento privado.

Desde este proyecto, se tratará de llevar a cabo la práctica mediando una convivencia equilibrada y pacífica, gestionando la promoción turística y la competitividad en todas las escalas de destino, sostenibilidad ambiental y autenticidad cultural como factor clave.

#### **b.- CONCLUSIÓN FINAL:**

Teniendo en cuenta que la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, cuenta con los servicios básicos fundamentales para la recepción de turistas, pero se carece de servicios de entretenimiento y diversión, la idea es incursionar con un servicio de **Cicloturismo**, consistente en excursiones recorriendo gran parte de la ciudad y sus principales atractivos.

Esta actividad viene a reforzar la oferta turística actual, brindando un producto fundado en la revalorización del patrimonio natural, cultural e histórico; genera sensibilidad turística en nuestra comunidad residente, crea nuevos puestos de trabajo y oportunidades de nuevos emprendimientos comerciales en los circuitos donde se llevará a cabo nuestra actividad, mejorando la situación económica de los actores que se involucren.

El servicio de excursiones en bicicletas denominado **“Cicloturismo urbano Catamarca”**, viene a modificar la gestión del turismo, ofreciendo un nuevo servicio y diferente, es un modo más seguro, sustentable y genera hábitos saludable, puede practicarse todo el año, salvo condiciones climáticas, marcando así la ruptura de la estacionalidad, lo cual se presenta por el momento como un servicio único, autentico, basado en crear una experiencia que permita al turista y residente que sea participe en primera persona de lo vivido.

Al ser el marco geográfico donde se desarrollara el proyecto una combinación entre el ejido urbano y el entorno paisajístico natural, el “ecomarketing” sería la mejor promoción para la comercialización del producto desde una concepción sostenible y de calidad ambiental,

Esta experiencia se funda en contemplar el paisaje natural circundante, promover una recreación responsable al aire libre, entender la ciudad, vivir la ciudad, sus prácticas, sus atractivos, culturales, históricos, su dinámica a través de la movilidad en bicicleta,

siendo éste el producto que perciba el cliente comparándolo con otros (por ejemplo excursiones en vehículos de pasajeros) y que pueda tomar una decisión preferencial.

## **BIBLIOGRAFIA**

- BAZÁN ARMANDO RAÚL (1.992) Historia de Catamarca– Editorial Plus ultra
- DÍAZ EDUARDO ALBERTO(2015)Apuntes de cátedra: Política y Planificación turística -
- RINALDI FERNANDO JAVIER (2018) Revista Transporte y territorio/19 ISSN 1852-717517[17-34] El Biciactivismo en ciudades emergentes.
- Ministerio de Infraestructura y Obras Civiles de Catamarca - Expte. (IF-625382/2020), Dirección provincial de estudio y proyecto: “Revitalización del circuito turístico Dique el Jumeal”
- DE POI WALTER (2016)Apuntes de Marketing de Servicios Turísticos.
  - KOTLER, Y ARMSTRONG (2012). Marketing 14°. Ed. Naucalpan de Juárez, México: Editorial Pearson.
  - PORTER, MICHAEL. Estrategia Competitiva. CECSA.
  - PORTER, MICHAEL. Ventaja Competitiva de las Naciones.
  - CARRO – URRIZA (2012) APUNTES DE CATEDRA: formulación y evaluación de proyectos
  - TESIS: Oferta y demanda turística y recreativa en el Valle de Lerma. Provincia de Salta - Mariana López Martínez
  - Apuntes de cátedra: TURISMO Y AMBIENTE. Copyright © 1999 Organización Mundial del Turismo Agenda para Planificadores Locales: TURISMO SOSTENIBLE Y GESTION MUNICIPAL Edición para América Latina y El Caribe ISBN: 92-844-0313-8 Publicado por la Organización Mundial del Turismo Madrid, España
  - RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Juan Diego (2020)LA BICICLETA: EJE TRANSFORMADOR DE LA MOVILIDAD BOGOTANA EN TIEMPOS DE PANDEMIA
  - FOLGADO FERNÁNDEZ, JOSÉ ANTONIO; OLIVEIRA DUARTE, PAULO ALEXANDRE; HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, JOSÉ MANUEL(2011) `-IMAGEN DEL DESTINO Y MARCA TURÍSTICA: SINERGIAS E IMPLICACIONES Tourism & Management Studies, vol. 1, 2011, pp. 904-914 Universidad de do Algarve Faro, Portugal
  - ROBERTO BOULLON (2005)Planificación de los Destinos Turísticos - Editorial trillas
  - ROBERTO BOULLON ( 2002) El Sistema Turístico - Editorial Trillas

### **Consultas páginas web**

Turismo S.F.V.C <https://sfvc.travel/>

[https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/proy\\_1025\\_depto\\_catamarca.xls](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/proy_1025_depto_catamarca.xls)

<https://www.entornoturistico.com/cicloturismo/>

<https://doi.org/10.17561/rae.v0i16.3034> Lorenzi Fernández, E., & Ortega Botella, D. (2016). El reto de la movilidad sostenible. Del cuerpo ciclista al espacio urbano y su observación etnográfica. *Antropología Experimental*, (16).

<https://www.youtube.com/watch?v=N8XjvnKg32M>

PROYECTO: Así será la Gruta de la Virgen del Valle

## UNIVERSIDAD FASTA

### Facultad de Ciencias Económicas

### LICENCIATURA EN TURISMO

### Trabajo de Graduación

## ANEXO I

### CARACTERISTICAS DEL DESTINO

En la descripción del historiador Armando Raúl Bazán (1.996)

Un cielo diáfano con poca nubosidad; un sol espléndido, tibio en el invierno, y abrazador en el dilatado verano; la presencia constante de la montaña como horizonte o contorno; una tierra fuerte matizada de verdor en oasis donde brota el milagro del agua: Valles, faldeos montañosos y pampas de altura. Estos son los rasgos fisiográficos predominantes de Catamarca, que impresionan la retina de los turistas.

El territorio provincial tiene una superficie de 102.602 Km. cuadrados, cubierto en un 70% por relieve montañoso.

Enclavada en la región histórica del Tucumán, hoy conocida como el Noroeste Argentino, limita al norte con la provincia de Salta, al Este con las provincias de Tucumán y Santiago del Estero; al Sur con las provincias de Córdoba y la Rioja y al Oeste con la república de Chile cuyo límite es la cordillera de los andes.

**Catamarca:** el vocablo según el historiador Lafone Quevedo proviene de origen Quechua, y su etimología deriva de las voces “Cata” equivalente a falda o ladera y “marca” fortaleza en la frontera.

El padre Miguel Mossi sostiene que la palabra Catamarca viene de origen Aimara y significa pueblo pequeño.

El territorio afecta una forma irregular con una especie de base al norte, y un vértice al sur, se desarrolla desde la Cordillera de los andes, hasta introducirse como una suerte de cuña en las salinas grandes, zona compartida con Santiago del Estero, Córdoba, y la Rioja.

Su continente físico está estructurado en diversas zonas fitogeográficas:

-El parque chaqueño seco al Este

-El Valle central donde se encuentra la capital provincial

-Los valles de altura al Oeste y

-La región de la puna al Nor Oeste. Esta altiplanicie desértica de más de tres mil metros de altitud, se extiende desde Bolivia hasta Catamarca, incluyendo las tierras occidentales de Salta y Jujuy.

Los cordones montañosos de Ancasti y Ambato, pertenecen al sistema de las sierras pampeanas, atraviesan su territorio de Norte a Sur y se erigen como barreras naturales que dificultan las comunicaciones terrestres, tanto para su circulación interna, cuanto para su conexión con otras provincias del noroeste.

Por este motivo Catamarca es provincia de cuestras, entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

-Cuesta el Totoral (Ruta Nacional 38) para salir a Tucumán.

-Cuesta el Portezuelo (Ruta Provincial Nº 2) para acceder a los pueblos del Este y Santiago del Estero,

-Cuesta de la Chilca (Ruta provincial Nº 1) para ir a Andalgalá

-Quebrada de la Cébila (Ruta Nacional 60) que conduce a los departamentos de Pomán, Belén y Tinogasta, pudiendo pasar a Chile a través del Paso de San Francisco.

-Cuesta de los Ángeles en el departamento Capayan,

-Cuesta de Capillitas en el Departamento Andalgalá

Las únicas comunicaciones expeditas son las rutas que conducen al sur y unen la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca con las provincias de Córdoba y La Rioja.

Federico Raúl Argerich (Historiador), define con acierto esa situación de aislamiento cuando expresa que Catamarca es una sucesión de muros ciclópeos (enormes bloques de montañas) que encierran y encadenan a las asociaciones humanas, a los hombres y a sus espíritus, a la economía lugareña, a su historia y a su futuro.

La Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, nombre que le dio su fundador don Mate de Luna, gobernador del antiguo Tucumán, está ubicada a 1.600 km de la Ciudad de Buenos, a 450 de Córdoba, 240 de Tucumán y a solo 150 km de la Rioja.

El camino que lleva a Capital Federal, tan defensorio de posibilidades diversas en un país de funcionamiento centralista, es demasiado largo. Este determinismo geográfico y también político, no afecta solamente a Catamarca, es una desventaja que comparten las demás provincias del Norte, lo cual origina un confinamiento mediterráneo, en una nación volcada hacia el Atlántico.

El corazón verde de la provincia, beneficiado con riego meteórico abundante, está enclavado en los departamentos Paclín, Ambato y Andalgalá. Ahí están las villas Turísticas el Rodeo, Balcozna, la Puerta, Las Juntas, el bolsón y las estancias que gozan de microclimas privilegiados durante el cálido verano.

Catamarca tiene una población de 420.000 habitantes aproximadamente según el INDEC Catamarca; la densidad demográfica es baja de 4 habitantes por km cuadrados, y por razón de un proceso que afecta en mayor o menor medida a todo el país, se ha

operado un fenómeno de concentración que ha radicado en la capital más del 42 % del caudal demográfico provincial. Ella tiene 185.250 habitantes; marcando un rudo contraste con el departamento Antofagasta de la Sierra, comprendido en la región de la puna, es vasto desierto de 28.000 km cuadrados que alberga solamente 1.670 habitantes.

Allí la instalación humana se concentra en los poblados de El Peñón, Nacimientos, Antofalla y la Villa de Antofagasta. En ese ámbito geográfico, los contrastes térmicos son notables durante el día y en invierno se registran temperaturas de 10 grados bajo cero. Ahí está el Salar del Hombre Muerto y el yacimiento de litio más importante del país, con una superficie de 642 km cuadrados.

En la provincia de Catamarca, el régimen de lluvias disminuye de Este a Oeste, y tiene las características del clima continental por la escasa influencia de los océanos atlántico y pacífico, debido al efecto barrera de los cordones montañosos.

En la llanura del este, limítrofe con la provincia de Santiago del Estero, promedia entre los 500 y 700 mm anuales; en el valle Central entre 300 y 500 mm anuales, y en los valles altos del Oeste, no superan los 180 mm anuales.

Este factor climático determina que el desarrollo agrícola solo puede llevarse a cabo en los sitios beneficiados con riego artificial, provenientes de ríos, arroyos, y agua subterránea extraída por bombeo.

Los ríos más caudalosos son el Rio Abaucan, Rio Belén, y Rio Santa María en la cuenca del Oeste.

El Rio del Valle en la cuenca central; y los Rios Sumampa, Icaño, alijilan, albigasta en la zona del Este.

Desde los años 50, los caudales hídricos se han sistematizado parcialmente mediante la construcción de varios diques entre los cuales se mencionan:

Dique Motegasta en el departamento la Paz;

Dique Ipizca en el departamento Ancasti;

Dique la Cañada en el departamento San Rosa;

Dique de Pirquitas en el departamento Fray Mamerto Esquiú;

Dique el Jumeal en el departamento Capital

Dique el bolsón en el departamento Ancasti y la paz

Dique Collagasta en el departamento el Alto

Dique Sumampa en el departamento Paclin

Las montañas catamarqueñas, dominantes en el relieve del suelo, atesoran en sus entrañas importantes yacimientos de oro, plata, cobre, estaño y molibdeno. Los primeros trabajos mineros datan de la época precolombina; los habitantes de las cultura Aguada y Diaguita trabajaron algunos de esos metales para fabricar objetos de uso ceremonial o suntuario, caso del cobre y el oro, y también poseyeron la metalurgia del bronce.



En la segunda mitad del siglo pasado, la minería del cobre, oro y plata se constituyó en la industria más importante de la provincia, merced a las explotaciones desarrolladas en la zona de bajo la Alumbreira, y Farallón Negro; el mineral es procesado con avanzada tecnología, al igual que la extracción del Litio en Salar del Hombre Muerto –Antofagasta de la Sierra.

Este es el escenario físico donde ha transcurrido la experiencia histórica de los catamarqueños. Con sus ventajas y condicionamientos, en este hábitat se sucedieron las culturas aborígenes, la colonización española y la civilización criolla.

**FOTO:** Mapa provincia de Catamarca



La Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, fundada el 5 de Julio de 1.683 por don Fernando Mendoza Mate de Luna, en los faldeos oriental del cordón montañoso El Ambato, y en la margen derecha del Rio El Valle, es la capital de la provincia de Catamarca; es un destino que se encuentra en etapa de desarrollo turístico; tiene una variada oferta de alojamientos, encontrándose registrados treinta y siete (37)

establecimientos de distintas categoría, que van desde hoteles de 4 estrellas, hostels, residencias, cabañas, etc. Con una cantidad de 1.094 habitaciones, haciendo un total de 2.875 plazas además de los camping.

En cuanto a la oferta gastronómica, hay bares, parrillas y restaurantes, que ofrecen sus riquezas gastronómicas, la mayoría asociadas a las producciones locales y a las comunidades de la provincia que producen y elaboran los ingredientes para los platos que atraen a los visitantes.

**En cuanto a los atractivos**, hay una variada oferta para recorrer, de las cuales se puede visitar las construcciones antiguas diseñadas por el Arquitecto LUIS CARAVATI (1.859 – 1.885) entre otras; que con un estilo italiano da forma a la ciudad, las cuales fueron puestas en valor como centros culturales y museos, destacándose las siguientes:

- Catedral Basílica Nuestra Señora del Valle
- Paseo General Navarro
- Plaza 25 de Mayo
- Casa de Gobierno
- Hospital San Juan Bautista (Escuela Vocacional de Artes)
- Seminario diocesano
- Escuela Nacional Clara J. Armstrong
- Colegio Nacional
- Iglesia y convento franciscano

**MUSEOS:** donde se puede apreciar arqueología, historia, arte y cultura

- Museo Virgen del Valle
- Museo Arqueológico Adán Quiroga
- Museo Histórico de Catamarca
- La casa de la cultura
- Museo de bellas artes “Laureano Brizuela”
- Museo Fiesta Nacional del Poncho
- Casa Caravati (Museo de la ciudad)

También están los circuitos cercanos que se pueden recorrer como ser:

- Gruta de la Virgen del Valle
- Dique el Jumeal
- Sitio Arqueológico pueblo perdido de la quebrada.

Y visitar locales de artesanías y producción regional entre las que se destacan:

- Casa de la Puna

- Fábrica de Alfombras.
- Bodegas michango
- Comercios de productos regionales.

A pesar de estos atractivos, y haciendo un análisis de problema del destino, conforme a los datos recolectados y establecidos en análisis FODA, se puede establecer lo siguiente:

-La oferta de Servicios de alojamiento y comida, es suficiente y con una variada oferta.

- El nivel de los servicios prestados, es aceptable.

- Actualmente debido a la pandemia que afecta a nivel mundial por el Covit. 19, el mercado de turistas está muy restringido, pero anterior a esto se apreciaba un mercado variable conforme a la oferta del destino.

-El sector turístico es competitivo en relación con otros destinos.

-Existe un alto nivel de ociosidad ya que tenemos una marcada estacionalidad del turismo que por lo general se concentra en vacaciones de invierno por la Fiesta Nacional e Internacional del Poncho; y en las festividades de la Virgen del Valle (Abril y diciembre)

-La Ciudad Capital de Catamarca y en especial la provincia toda, trabaja para posicionarse turísticamente a nivel nacional e internacional mundial bajo el slogan **“Catamarca bella por naturaleza”**

-Otras cuestiones relevantes: Dentro del valle central, y cercano a la Ciudad capital existen importantes atractivos como ser

-Cuesta del Portezuelo

-Casa Natal de Fray Mamerto Esquiú

-Dique de Pirquitas

-Los pueblos del departamento Ambato entre las que se encuentran las villas veraniegas de El Rodeo, Las Juntas, La Puerta, y toda la belleza paisajística enmarcada por los cordones montañosos de El Ambato y el Ancasti; es un destino no masificado, Buena accesibilidad por rutas Nacionales, con aeropuerto nacional distante a 20 km.

Tiene potencialidad como sede de eventos deportivos y culturales, se presenta como un destino seguro. No hay extremos social alto, **y hay una tendencia del mercado al turismo activo, rural, aventura, y bienestar, pero llegado el momento hay una carencia de servicios de entretenimiento y diversión al no haber prestadores de servicio para turismo activo.** (Lo que Sergio Molina denomina en el sistema turístico: equipamientos e instalaciones)

Ante ésta situación existe voluntad de integración entre sectores público y privado y decisión para definir la planificación turística en conjunto, y en consecuencia se está

trabajando para la modificación del dique El Jumeal, y convertirlo en un “eco parque”, y remodelación de la gruta Virgen del Valle, ambos ubicados en el sector Oeste de la Ciudad, donde estará localizado este proyecto a denominar **“Cicloturismo urbano Catamarca”**

Son obras trascendentales para la ciudad, donde se busca la revitalización del circuito turístico, con servicios de mejoramientos para actividades recreativas, culturales y religiosas, promover los desplazamientos con vehículos no motorizados.

**UNIVERSIDAD FASTA****Facultad de Ciencias Económicas****LICENCIATURA EN TURISMO****Trabajo de Graduación****ANEXO II**

MEMORIA DESCRIPTIVA

OBRA. REVITALIZACIÓN DEL CIRCUITO TURISTICO DIQUE EL JUMEAL

DPTO.CAPITAL – PROVINCIA DE CATAMARCA

**OBRA:** Revitalización del circuito turístico dique el Jumeal.

**DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:** El sitio se encuentra ubicado en el sector Oeste de la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, dentro de un sistema urbano, de lugares que se viene gestando a lo largo de todo el circuito camino al dique el Jumeal, un paseo lineal que recorre el cerro y del cual se van desprendiendo espacios de permanencia como miradores hacia la ciudad.

Se ha diseñado un nuevo margen al territorio de El Jumeal, ante la necesidad de definirlo como un nuevo parque ordenado y estructurado para proteger su identidad, rescatando y resaltando aún más su condición de pulmón verde y borde Oeste de la ciudad.

El territorio que abarca El Jumeal, tiene conexión directa con la ciudad, con su topografía ondulada, que define un margen importante por su naturaleza. Una zona privilegiada desde donde se puede apreciar vistas panorámicas hacia la ciudad como también al espejo de agua.

**LA INTERVENCIÓN**

El diseño de todo el parque urbano propuesto abarca desde la intersección de Avenida Ocampo por la calle principal de El Jumeal, hasta la intersección de Av. Arturo Illia, continuando por el perilago, retomando la avenida Bartolomé de castro.

Las distintas actividades que se proponen, se desarrolla en todo el recorrido mencionado y se articulan con LA NATURALEZA, LA CIUDAD, y la infraestructura propuesta.

El proyecto de intervención incluye el desarrollo de infraestructura en todo el recorrido, más la incorporación de equipamiento público y urbano apto para realizar diversas actividades **RECREATIVAS, CULTURALES Y DEPORTIVAS.**

**OBJETIVOS GENERALES:**

-Mantener la flora y la vegetación autóctona en su estado natural, interviniendo selectivamente, evitando la tala indiscriminada.

- Asegurar la supervivencia de especies nativas arbóreas de bajas frecuencias, evitando el cambio en la composición de la fauna.

- Valorizar la singularidad del territorio.

- Hacer prevalecer el equipamiento cultural articulado, con una propuesta de ocio contemplativo, deportivo ciclístico, y trekking de montaña; y acuático de equipamiento urbano polivalente.

-Proyectar una estrategia integrada a los diferentes modos de circulación vehicular y o peatonal.

- Generar la continuidad de miradores adyacentes a la circulación principal, garantizando la sucesión de ofertas de espacios abiertos en situaciones de balcón o miradores.

- Proveer locales debidamente acondicionados a prestadores de servicios.

- Instalar equipamientos de iluminación led y termotanque con paneles solares para agua caliente.

### **ACTIVIDADES PROPUESTAS**

De acuerdo a la importancia del espacio público en el ámbito urbano, como medio de generar calidad de vida, inclusión e igualdad.

#### **1 – MONTAÑA / PEDESTRE**

-Ciclovías, Mountain bike

-Circuitos para ciclovías, Cuadriciclos, motocrós.

- Senderismo, Caminatas, puente colgante, trepadas, escaladas.

-Áreas determinadas para clases de gym al aire libre

-Áreas de equipamientos fijos para gym.

- Tirolesa

#### **2 – ACTIVIDADES ACUÁTICAS/ zona del dique**

-Embarcadero sin motor, botes, remos, canotaje, hidropedal

-Muelle para pesca.

-Aéreas de descanso

-Mirador cascada

-Estacionamientos.

#### **3 – RECREATIVAS / ESPARCIMIENTO / CULTURALES**

- Anfiteatro / recitales eventos
- Paradores / miradores
- Bar, resto / kiosco abastecimiento
- Recorrido y visitas guiadas a sitio arqueológico.
- Misa / procesión Virgen del Valle como Turismo religioso.

**FUENTE:** Expte. IF-625382/2020 Del Ministerio de Infraestructura y Obras Civiles de Catamarca, Dirección provincial de estudio y proyecto – Gobierno de Catamarca



## UNIVERSIDAD FASTA

### Facultad de Ciencias Económicas

### LICENCIATURA EN TURISMO

### Trabajo de Graduación

## ANEXO III

### PERFIL DEL MERCADO

Entendiendo como “**Mercado**” al conjunto de potenciales clientes con necesidades y deseos y poder adquisitivo suficiente para adquirir mi producto o servicio; se ha resuelto recurrir a una encuesta realizada por la **Dirección de Planificación de la Secretaría de Estado de Turismo provincial**.

En las vacaciones de invierno hasta el año 2019 y por el lapso de 50 años consecutivos, se realiza el Festival Nacional e internacional del Poncho, el evento mayor de la provincia y del país en esta época, donde Catamarca muestra su cultura, sus artistas, gastronomía, creatividad en artesanías etc. Y...

Dos veces al año, la provincia de Catamarca celebra la fiesta de su Patrona, la **Virgen del Valle**. La primera de las celebraciones se hace en el mes de abril, el segundo domingo después de Pascua, y la segunda el día de la Virgen de la Inmaculada Concepción el 8 de diciembre.

Las procesiones que se llevan a cabo para venerarla son de las más multitudinarias del Norte Argentino

En el año 1974 por Decreto 856/74, el presidente de la nación declaró Patrona Nacional del Turismo a la Inmaculada Virgen del Valle de Catamarca. , visto el anhelo expresado por el Poder Ejecutivo de la Provincia de Catamarca, interpretando con ello el fervor religioso de su pueblo hacia la Inmaculada y venerada Virgen del Valle.

Catamarca en estas fechas se viste de fiesta, y se convierte en un importante centro receptor de turistas donde miles de feligreses llegan a los pies de María para cumplir promesas por los favores recibidos o simplemente por ser devotos de la Virgen del Valle.

Colmando al 100 por ciento, la capacidad hotelera del valle central, dando como resultado un importante Impacto económico y un creciente desarrollo turístico en nuestra provincia, generando un vínculo ideal de la profesión de fe y el deseo de conocer y contemplar las bellezas de la tierra nativa, acompañada de la hospitalidad lugareña.

A partir de este gran acontecimiento se llevó a cabo un trabajo de relevamiento de la demanda turística, para lo cual se desarrolló una investigación cualitativa y cuantitativa mediante la técnica de encuestas personalizadas formuladas por la **Dirección de Planificación de la Secretaría de Estado de Turismo provincial**, las cuales se tomaron en puntos estratégicos de la ciudad como la Catedral, Gruta de la Virgen del Valle, Plaza 25

de mayo, casco céntrico, zonas de mayor concentración hotelera de la ciudad y terminal de ómnibus.

Con la intención de evaluar principalmente el perfil de turista se estableció una muestra de 300 encuestas, con un cronograma de relevamiento de 2 días, distribuidos en 4 horas por la mañana y 4 horas por la tarde en cada día.

### **Resumen Ejecutivo**

Como resultado del trabajo de relevamiento de información llevada a cabo durante los días de las festividades Marianas, se registró

- Un total de **139.082 turistas** (religiosos y peregrinos) a la ciudad capital, sede del evento religioso.

- El **67%** de los turistas nacionales provienen de la provincia de **Tucumán y de Santiago del Estero, Salta, La Rioja y San Juan.**

- El **74 %** de los turistas que concurrieron a este evento, viajan en **grupo familiar o de amigos.**

- El **78%** son **adultos jóvenes 30 y 60 años**

- El **61%** elige **alojamiento pago**

- El **88%** utiliza **transporte terrestre pago**

- El **60%** tuvo conocimiento del evento por **recomendaciones de amigos o familiares (boca a boca)**

- El **60%** son peregrinos y devotos que **concurren una vez por año** a la provincia con motivo de esta festividad

- El **70%** consume **productos religiosos y regionales**

- El **53%** realiza **únicamente actividades religiosas**

- La **estadía promedio** fue de **2 días**

- El **gasto promedio** estuvo de entre **\$1800 y \$2500 diarios.**

### **Datos de la Demanda Turística**

#### **Perfil de Turista**

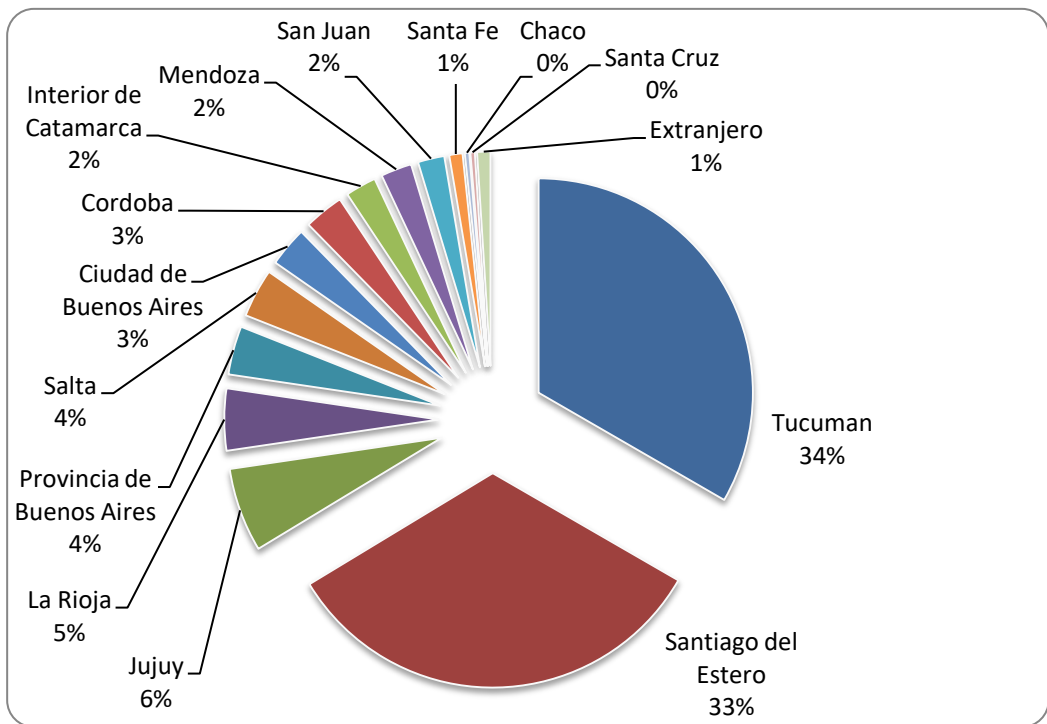
Esta variable, que incluye diversos indicadores, permite analizar las características, expectativas y apreciaciones del turista que arriba a Catamarca para esta festividad.

Entre los indicadores se incluyen procedencia, grupo con el que viaje, edad, tipo de alojamiento y medio de transporte elegido, medio de información por el que toma conocimiento del evento, frecuencia con visita el destino, compras y actividades que realiza, nivel de satisfacción en los principales servicios consumidos, gasto y estadía promedio.

#### **Procedencia**

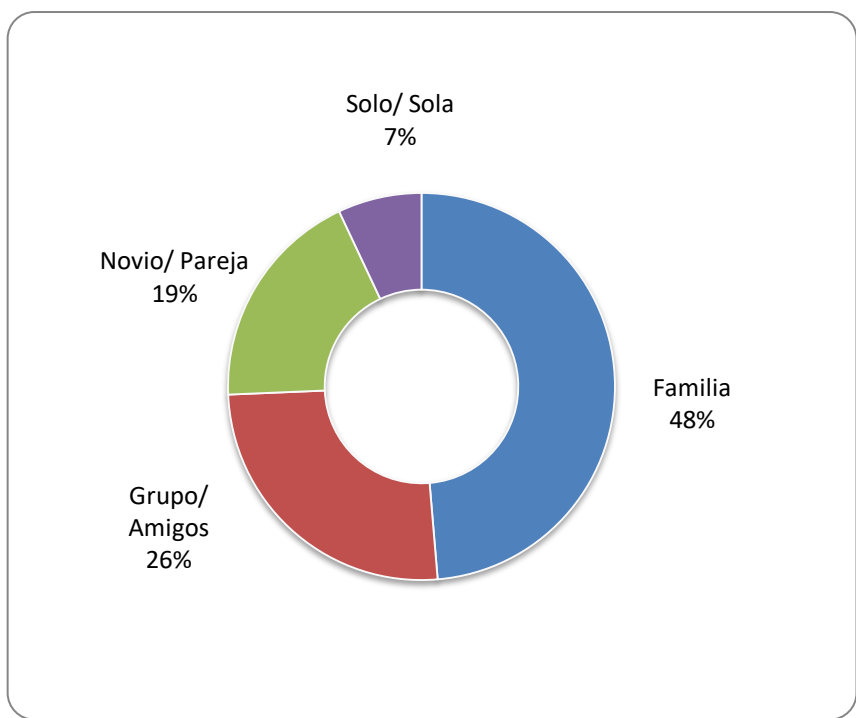
Este indicador nos permitió evaluar tanto el área de influencia natural de este acontecimiento religioso, como así también las áreas circundantes donde impacta el suceso,

generalmente motivado por feligreses radicados en otras localidades o por turistas culturales con alta sensibilidad por manifestaciones de la cultura popular



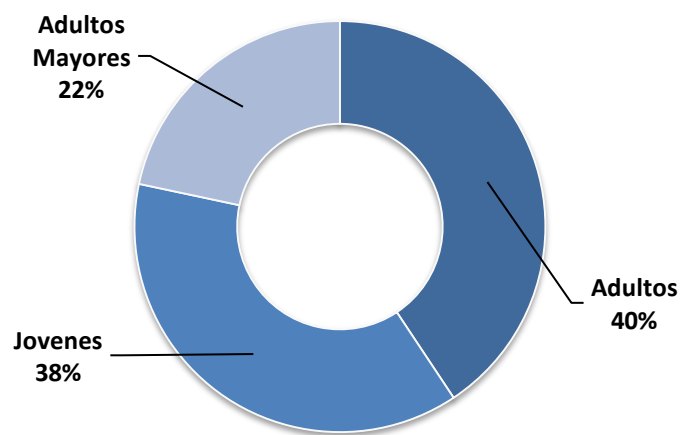
**GRUPO DE VIAJE**

Este indicador nos permitió evaluar la conformación del grupo de viaje, el cual es coherente con la motivación del viaje y la afinidad de los integrantes del mismo.



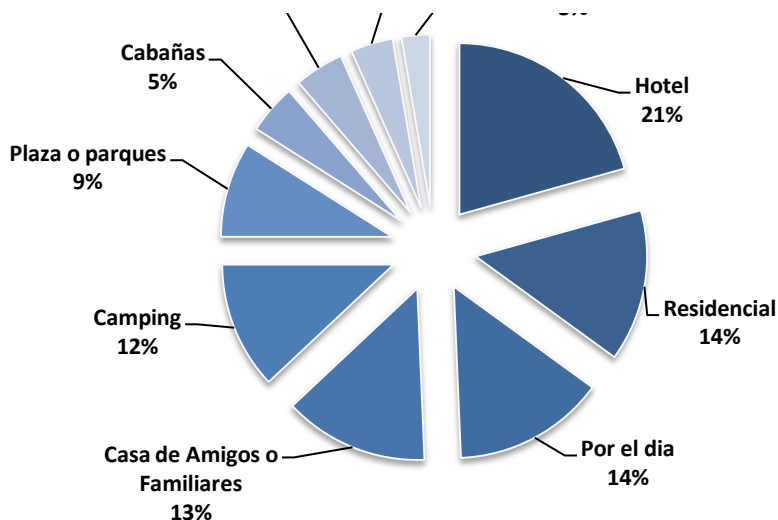
## EDAD

Este indicador nos permitió evaluar los segmentos etarios que concurren a este evento, y que permiten definir los servicios turísticos, que deberán estar disponibles para satisfacer las necesidades de cada grupo.



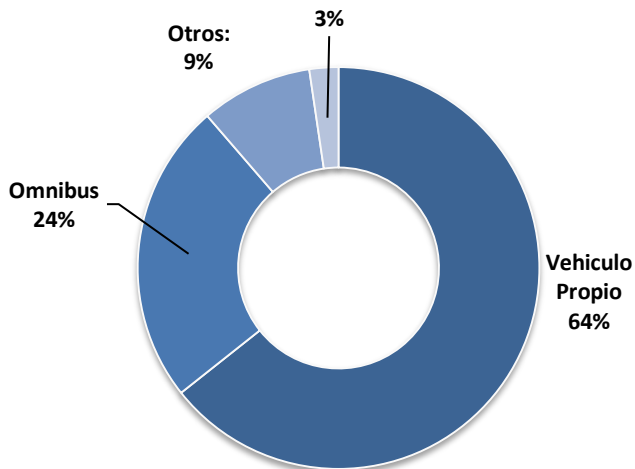
### TIPO DE ALOJAMIENTO

Este indicador nos permitió evaluar los requerimientos en materia de alojamiento, lo que permitirá estructurar la oferta hotelera y para-hotelera acorde a este evento



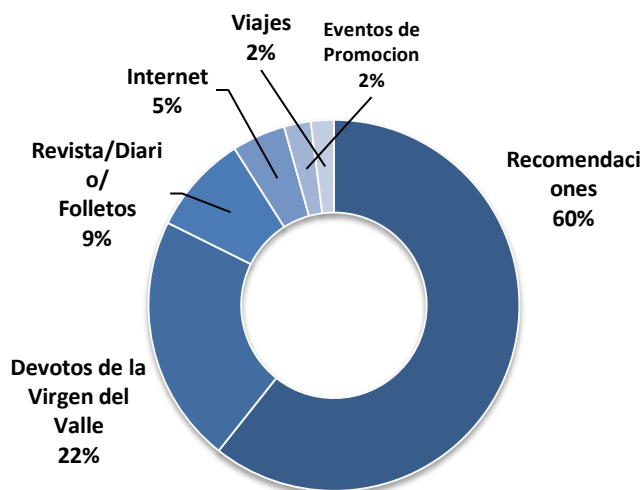
### MEDIO DE TRANSPORTE

Este indicador nos permitió evaluar los requerimientos en materia de transporte, lo que permitirá estructurar la oferta de flotas de transporte de línea, o turístico acorde a este evento



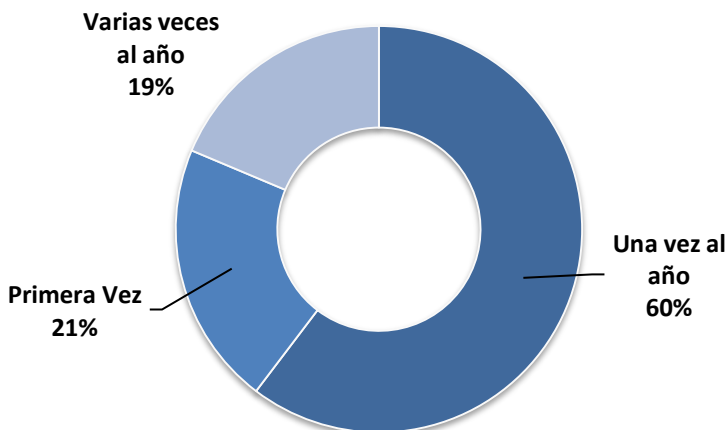
### Medio de información

Este indicador nos permitió evaluar los medios de información utilizados por el segmento de turistas religiosos, con el objeto de planificar las estrategias de marketing que posibiliten el incremento de asistentes potenciales a este evento



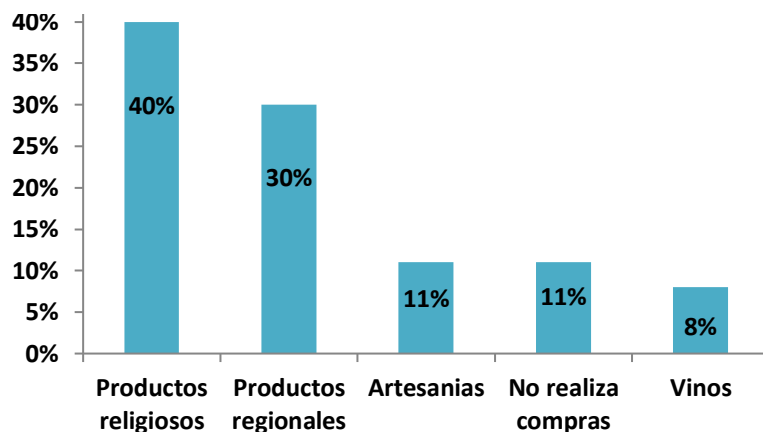
### Frecuencia de visita al destino

Este indicador nos permitió evaluar la cantidad de veces que el turista religioso asiste al destino, ya sea por este u otros motivos. Esto no posibilita definir los servicios vinculados principalmente a actividades turísticas, que deberán plantearse para lograr una mayor cantidad de días de estada en el destino



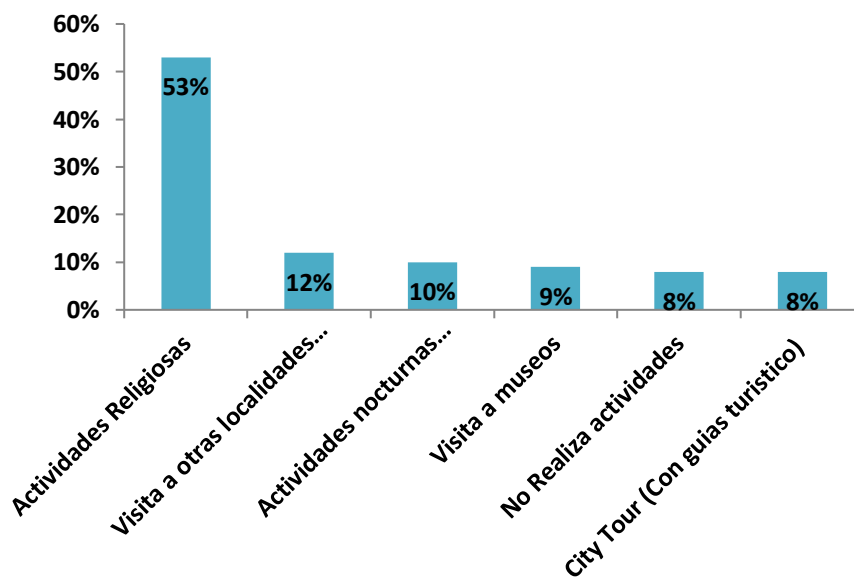
## COMPRAS

Este indicador nos permitió evaluar los productos adquiridos por los turistas religiosos durante el evento, con el objeto de planificar estrategias de promoción y venta con las asociaciones de comercio locales.



## ACTIVIDADES

Este indicador nos permitió evaluar las actividades preferidas por los turistas religiosos, con el objeto de planificar juntamente con la información etaria y frecuencia de viaje, las actividades recreativas que acompañen y complementen este evento

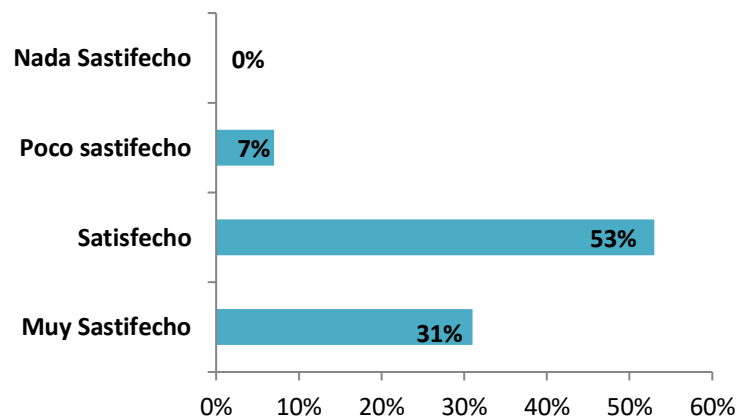


### Nivel de Satisfacción

La atracción y el mantenimiento de un flujo específico de turistas hacia un destino dependen fuertemente de la satisfacción que los mismos perciban en su estadía. La satisfacción es un factor que afecta directamente la imagen de un destino, el regreso del turista y la recomendación a otros potenciales turistas.

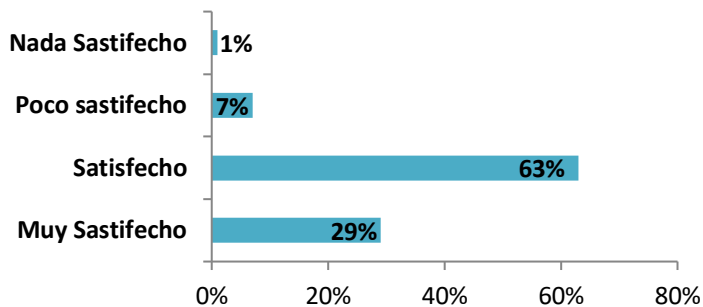
Para ello en el estudio de campo que se realizó sobre la demanda, también de relevo el nivel de satisfacción que presentan con respecto a importantes factores sobre el destino y sus servicios.

### Alojamiento



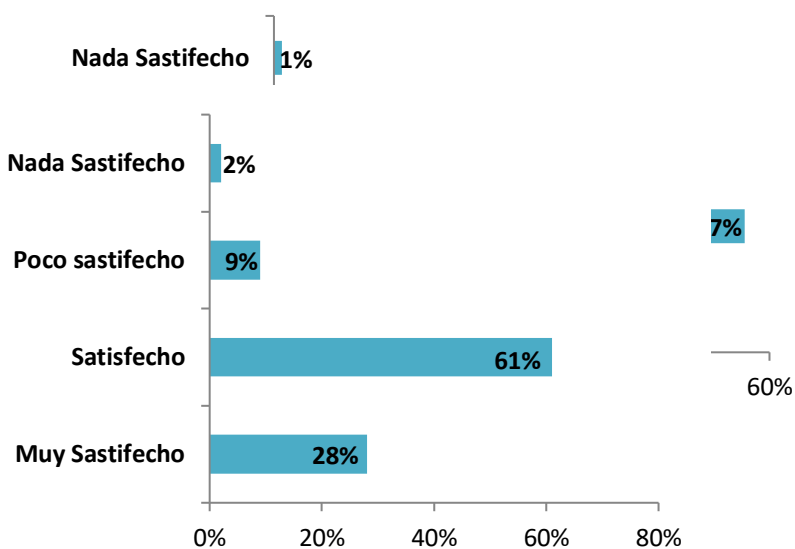


**Gastronomía**

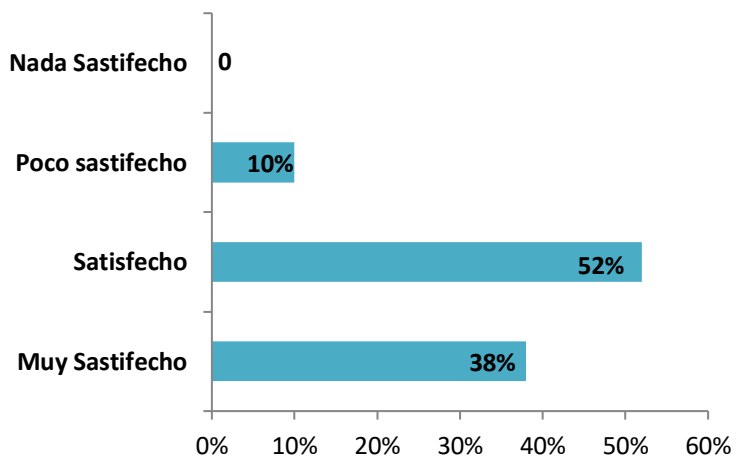


**SEGURIDAD**

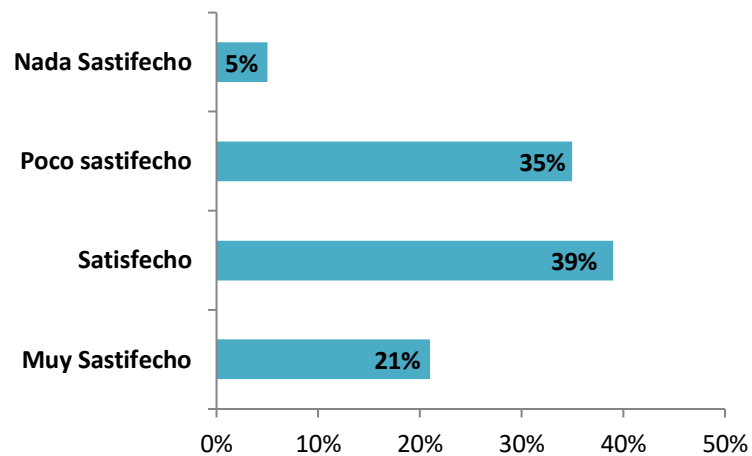
**Accesibilidad**



**Limpieza**



### Información Turística



### Estadía promedio

La estadía promedio que se obtiene luego del relevamiento y procesamiento de datos es de **2 Noches** de estadía. La mayoría de los turistas arriban a la provincia un día antes de la procesión de la Virgen del Valle y vuelven a su hogar el día siguiente. Cabe destacar que la festividad coincidió con un día sábado, por lo cual la mayoría del ingreso turístico estuvo concentrado en los días viernes y sábado, y el domingo se produjo el mayor egreso turístico.

### Gasto promedio

El gasto promedio es el gasto por día que realizan los turistas en el destino durante el evento y abarca traslado, alojamiento, gastronomía y actividades realizadas durante el mismo. En este evento se relevó que el gasto promedio por persona estuvo entre **\$2. 800 y \$3.500**, para los turistas que consumen el mismo varía dependiendo el medio de transporte que utiliza y el tipo de alojamiento.

Asimismo se relevó que el peregrino que se alberga en casas de familia, refugios, hostels, campings y otros varios gastó alrededor de **\$ 1.600** por día.

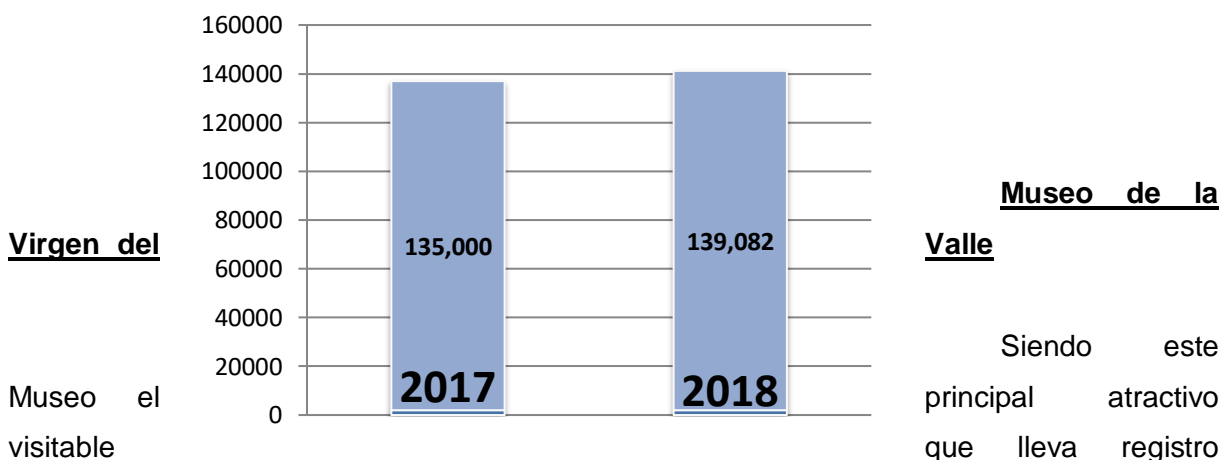
### Flujo de turistas

El flujo de turistas relevado fue:

▪ **138.570 ingresos por camineras de la ciudad Capital** ( datos obtenidos de la Policía Caminera de Catamarca)

▪ **512 ingresos por el Aeropuerto Felipe Varela**

### Cuadro comparativo del flujo de turistas año anterior



Siendo este principal atractivo que lleva registro estadístico de visitantes, se procedió a relevar datos de ingresantes, con el fin de contar con información adicional sobre el flujo turístico del evento.

Dicho museo se encuentra ubicado en el predio adyacente a la Catedral Basílica de la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, e informó un ingreso de **1.300 personas** durante los días del evento

### Planta Turística

#### Servicios turísticos

Para la información de oferta de servicios turísticos, se han considerado únicamente los Departamentos que conforman el área de influencia de este evento, los cuales se

encuentran cercanos la ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, donde se encuentra localizada la Catedral Basílica y Gruta de la Virgen del Valle.

### Alojamiento

Departamentos	Cantidad de Establecimientos	Cantidad de Habitaciones	Cantidad de Plazas
Capital	33	1.031	2.457
Ambato	16	151	605
Capayán	4	37	89
Fray M. Esquiú	6	36	177
Paclín	4	32	93
Valle Viejo	9	75	241
<b>Totales</b>	<b>72</b>	<b>1.362</b>	<b>3.662</b>

### Recomendaciones

Los encuestadores solicitaron a los turistas encuestados, sugerencias y recomendaciones para mejorar la oferta turística del destino

Entre las recomendaciones relevadas se destacan:

- **Instalar baños químicos en plazas y campings**
- **Disponer de informantes turísticos en los puntos más convocantes**
- **Ampliación de horarios de atención de bares y restaurantes durante los días del evento**
- **Implementar alguna actividad recreativa: Náutica, ciclística, aerosilla etc.**

Se pudo observar que los turistas se encontraban mayormente conformes y a gusto, la mayoría manifestó una mejor organización del evento y condiciones del destino, respecto de años anteriores.

## **CARACTERISTICAS DEL CLIENTE**

### **CONCLUSIÓN:**

Teniéndose en cuenta estos resultados, la demanda turística y que el producto que se ofrece requiere un determinado condicionamiento físico, la oferta está dirigida a:

**Un segmento psicográfico y conductual de hombre y mujeres entre 15 y 65 años de edad, nacionales y extranjeros que tienen gustos y preferencias parecidas, aventureros, motivados por conocer Catamarca Ciudad que les guste el deporte y la vida sana y que prefieran como medio de transporte la bicicleta.-**