

Trabajo Final de graduación:
Evaluación de un proyecto Turístico.

Trayecto formativo: *Ciclo de complementación,
Licenciatura en Turismo.*

Proyecto: *BiciAndo (Cicloturismo)*



Tutora: *Ana Carolina Beber*

Estudiante: *Basgall Juan Francisco*

Fecha de entrega: 03 de Agosto del 2020

Introducción

El trabajo final de Licenciatura en Turismo que se comparte a continuación, se enmarca en la presentación de un Plan de Marketing elaborado sobre un proyecto turístico de carácter: innovador, sustentable y con criterios de accesibilidad. Considerando y analizando su relación con la pandemia de Covid-19 y el desarrollo turístico.

La idea que da pie a la elaboración del proyecto-servicio de excursiones sustentables en bicicleta (BiciAndo), resulta de la articulación de tres temáticas específicas: Desarrollo sustentable-sostenible, Cicloturismo y accesibilidad turística. Se considera además, que estas temáticas son parte (en cierto modo) de las tendencias actuales del ámbito turístico tanto local como global, y es por eso que desarrollar una propuesta con estas características resulta oportuno y gratificante.

Este trabajo pretende brindar a lo largo de su desarrollo, una serie de puntos que son necesarios considerar a la hora de analizar la propuesta de (como indica el slogan de BiciAndo) “*excursiones sustentables*” de Cicloturismo, y que permiten manifestar y exponer: características del destino dónde se desarrollaría la propuesta, análisis FODA (del destino y del proyecto), objetivos y demás tópicos de análisis que se requieren para la formulación de un plan de marketing.

Además, a la hora de recabar información para la elaboración y fundamentación de la propuesta, se ha recurrido a variadas fuentes (indicadas en el ítems Bibliografía) que incluye bibliografía universitaria, sitios web, artículos periodísticos, ensayos, e incluso entrevistas con responsable del área “Turismo” de la localidad- destino donde se pretende llevar a cabo la propuesta. En relación a esta última fuente de información mencionada, cabe aclarar que ha surgido cierta dificultad de hallar información oficial-estadística, ya que el municipio local no cuenta con relevamientos y datos estadísticos elaborados.

Finalmente, se tiene entonces como objetivo del presente trabajo final de ciclo de Licenciatura en Turismo, presentar un Plan de Marketing que dé a conocer un emprendimiento turístico propuesto desde el sector privado (prevista su puesta en marcha a más tardar, en el mes de Diciembre del corriente año), basado en una propuesta innovadora con preceptos de sostenibilidad socio-ambiental, que pretende brindar un servicio de “*excursiones sustentables*” de Cicloturismo; en un contexto de reserva natural provincial localizada en el corazón de las sierras de Córdoba (específicamente, en la localidad-destino San Antonio de Arredondo, Valle de Punilla).

Plan de Marketing

Índice

Capítulo 1: Resumen Ejecutivo	Página 07
Nombre del Proyecto: BiciAndo (Cicloturismo)	
Breve resumen de la idea del proyecto	Página 08
Destino donde se desarrollará el proyecto	Página 09
a) Características del destino	
b) Estado de desarrollo del Turismo local	Página 11
Capítulo 2: Análisis FODA	Página 15
FODA (1) Destino	
FODA (2) Proyecto	
Justificación de la Idea, basada en una síntesis de FODA N°1 Y FODA N°2	Página 17
Capítulo 3: Objetivos del Proyecto	Página 21
Capítulo 4: Descripción del servicio	Página 22
Principales características del servicio	Página 23
Niveles de prestación	
Modalidades	
Apartados de relevancia sobre el proyecto	Página 24
a) Descripción detallada y específica del servicio propuesto	
b) Procedimiento y detalles sobre la prestación del servicio	Página 25
Tabla de descripción de circuitos	Página 28
Capítulo 5: Perfil del Mercado	Página 29
Capítulo 6: Estrategia de Marketing	Página 32
Capítulo 7: Política de precios	Página 37
Capítulo 8: Política de comunicación	Página 40
Contenido del sitio web del proyecto	Página 42
Acciones en redes sociales	Página 43
Otras acciones para la comunicación	Página 46
Sobre la presencia en portales y sitios web	Página 48
Capítulo 9: Política de comercialización	Página 49
Detalle de los canales de comercialización del servicio	Página 50
Canales específicos para la comercialización del servicio	Página 51
Capítulo 10: Calidad turística	Página 54
Formulario de encuesta de satisfacción	Página 55
Conclusiones	Página 56
Bibliografía	Página 58
Anexos	Página 61
Anexo I- Localización Geográfica del Destino	
Anexo II- Entrevista	Página 64
Anexo III- Descripción detallada de cada circuito de Cicloturismo	Página 66
Anexo IV- Plano de circuitos	Página 76
Anexo V - Imágenes del destino	Página 79

Capítulo 1: Resumen Ejecutivo

- **Nombre del Proyecto:** BiciAndo (Cicloturismo)



● Breve resumen de la idea del proyecto

El proyecto consta en impulsar la propuesta de que la empresa *BiciAndo* ofrezca servicios de excursiones sustentables de Cicloturismo (Turismo Activo y Eco Turismo) en la localidad municipal San Antonio de Arredondo, provincia de Córdoba; mencionada localidad se haya localizada en la Reserva Natural Provincial “Valle del Cóndor”.

Mencionada propuesta es ofertada, entonces, desde el sector privado; constando de variados recorridos turísticos en bicicleta (simples o dobles, según se requiera para casos particulares), en grupos que no superan las diez personas, acompañado de un guía intérprete y al ritmo de magníficos paisajes compuestos por patrimonios naturales y culturales de la reserva-localidad.

Se destaca que dichos circuitos son estratégicamente planificados respecto a la gestión territorial y la accesibilidad de personas ciegas, disminuidas visuales y sorda-muda. Buscando además de la inclusión social, el poder preservar el medio ambiente nativo mediante la interesante compañía de un guía interprete.

Estos recorridos son destinados a varios segmentos del mercado, buscando promover esta práctica llamada “Cicloturismo” durante todo el año, dentro del ejido de la localidad-destino. Pretendiendo además, disminuir la estacionalidad turística local y promover un turismo socio-ambientalmente amigable, accesible e inclusivo; en definitiva: sustentable y sostenible.

● Destino donde se desarrollará el proyecto

El proyecto se desarrollaría en la localidad serrana situada al sur del valle de Punilla (Provincia de Córdoba) “San Antonio de Arredondo”. Localidad al pie de las Sierras Grandes y en pleno valle serrano conocido como Punilla. El destino posee alto valor paisajístico constituido por numerosos recursos naturales y culturales, favoreciendo su preservación por encontrarse enmarcado dentro de la Reserva Natural Provincial “Valle del Cóndor”



Bandera municipal de San Antonio de Arredondo

a) Características del destino

A 5 kilómetros de la peatonal de Villa Carlos Paz, se encuentra San Antonio de Arredondo. Esta localidad pertenece a la región sur del Departamento de Punilla. Ubicada sobre la Ruta Provincial Nº 14, que nos lleva hacia las Altas Cumbres, el valle de paravachasca o Capital (mediante el nuevo camino “bajada de las Altas Cumbres”¹). Es la primera localidad que encontramos saliendo al sur de Villa Carlos Paz hacia uno de los circuitos turísticos de mayor importancia de la Provincia de Córdoba (Camino a Traslasierras, que nos une con Mina Clavero, circuito religioso del Peregrino).

Cabe destacar que el Valle de Punilla y las Sierras Grandes (espacios geográficos propios del contexto donde se localiza la localidad-destino San Antonio de Arredondo) se caracteriza por ser una zona muy concurrida por turistas, debido a la accesibilidad en infraestructura vial (ruta provincial, nacional y caminos “vecinales”) pero sobre todo por el contexto serrano-rural y su alto valor escénico y paisajístico repleto de historias que se remontan desde tiempos prehispánicos.

Reconociendo entonces que la localidad anteriormente mencionada posee mucha afluencia de turistas reconocidos como demanda, que acceden a la zona para realizar diversas

¹ Artículo informativo localizado en: <https://www.lavoz.com.ar/regionales/nueva-bajada-de-altas-cumbres-se-desbordo-de-curiosos>

prácticas deportivas y turísticas tales como: “Ecoturismo y Turismo Activo”. Ejemplo de actividades concretas de esta modalidad turística son: Escalada y progresión en roca, Mountain Bike, Cicloturismo, Trekking, Cabalgatas, Senderismo, Avistaje de Flora y Fauna, Safari fotográfico, etc.

El Río San Antonio con aguas cristalinas y bellas playas, refleja la naturaleza viva, en un área de contacto entre la montaña y la llanura. Junto al arroyo Las Jarrillas y el río San Antonio, principal afluente del lago San Roque, se asientan una serie de balnearios para disfrutar en familia, con amigos o en pareja. Son unos cuatro kilómetros de playa donde los visitantes pueden hacer uso de asadores y mesas, un área de estacionamiento y una pista sanitaria para realizar actividades al aire libre. ¿El plus? Sobre el margen del río, en verano, se realizan recitales, eventos deportivos y cine móvil.

Podemos realizar Trekking, ya que gran parte de las Sierras de Córdoba es accesible para todas las edades y condiciones físicas. Un Safari fotográfico con millones de imágenes que esperan ser descubiertas. Cabalgatas, una travesía a caballo o un simple paseo unido a las sensaciones que nos va proporcionando el paisaje. Ciclismo, cuya ruta ideal es camino a las Jarillas donde practicar realizando turismo o andar en vehículos todo terreno.

El Turismo religioso, con el recorrido hasta la cruz en el cerro y la Capilla que data de 1891. La Iglesia de la Residencia Franciscana y la Abadía de las Hermanas Benedictinas. San Antonio de Arredondo tiene paz y tranquilidad, un paisaje autóctono, una historia marcada en su patrimonio como por ejemplo los algarrobos más antiguos.

Finalmente, San Antonio de Arredondo ofrece alternativas recreativas para todos los gustos. Caminar entre pequeñas cascadas y llegar hasta playas de arena, recorrer senderos de montaña y subir el cerro de La Cruz son sólo algunas. También, es un escenario perfecto para las cabalgatas, los paseos en bici, y las caminatas saludables².

*“Rincones de mucha tranquilidad, balnearios y un circuito religioso, son algunos de los imperdibles en San Antonio de Arredondo, a poca distancia de Córdoba Capital”.*³

² Información localizada en: <https://www.sanantonio.gob.ar/?q=turismo>

³ Frase extraída del sitio: <https://www.cordobaturismo.gob.ar/localidad/san-antonio-de-arredondo/>

b) Estado de desarrollo del Turismo local

En primer lugar, es menester contextualizar el estado de desarrollo del valle turístico (Punilla) donde se localiza el destino San Antonio de Arredondo.

Uno de los picos de ocupación lo tiene el Valle de Punilla, conformado por un sinnúmero de pueblos que tienen como as de espadas a Villa Carlos Paz.

En ese corredor concentra alrededor de 45% de la oferta total de plazas hoteleras y su nivel de ocupación llegó, en las primeras dos semanas de enero, al 75%.⁴

En líneas generales, la oferta de servicios que posee (la localidad-destino) en lo que respecta particularmente al transporte, indica por un lado el transporte interurbano (utilizado para acceder-egresar de/hasta Córdoba Capital por ejemplo) basado en la prestación de cinco empresas: entre ellas se reconoce Sarmiento, Fono Bus, Transporte Santa Fé, Coata y Sierras de Córdoba; y el servicio de transporte interno-local, para dirigirse a diferentes puntos de la ciudad fué implementado a cargo del municipio local pero en el mes de Enero del corriente año ha dejado de funcionar por decisión de la intendente local.

En lo que respecta al servicio de gastronomía, se localizan locales principalmente sobre la avenida principal (Avenida Cura Brochero) y la costanera del río San Antonio (Avenida Héroes de Malvinas), caracterizado por diversos locales gastronómicos que ofrecen alimentos de comidas rápidas, minutas, parrilladas y pastas; con posibilidad de comer in situ.

La oferta de alojamiento turístico es variada, ya que incluyen actualmente dos campings, decenas de casas y departamentos, “cabañas”⁵ como también hotelería (no superando esta última, los diez establecimientos en su totalidad). Hasta el presente logra responder a la demanda de alojamiento en la localidad sin necesidad de “derivar” a otras localidades (afirma una informante turística local anónima).

En síntesis, en vista de lo ocurre y se aprecia cada temporada pasada, se puede conjeturar que la oferta de servicios existentes (mencionados anteriormente) resulta suficiente e incluso logra responder y atender la demanda no contenida y excedente (cuando colapsa la capacidad de alojamiento) de la localidad turística vecina Villa Carlos Paz, posicionándose San Antonio de Arredondo incluso, como localidad “dormitorio”.

⁴ Localización: <https://www.losandes.com.ar/article/view?slug=cordoba-el-valle-de-punilla-al-tope-de-visitantes-este-verano>

⁵ Base de datos localizada en: <https://www.sanantonio.gob.ar/www.sanantonio.gob.ar/?q=cabanas-habilitadas>

En lo que respecta a la calidad de los servicios ofrecidos en la localidad, se toma como referencia el sitio web *Tripadvisor* para considerar la opinión de clientes de diferentes alojamientos de la localidad en análisis, cabiendo destacar que tanto en “hotelería” como en el rubro “casa y departamento” o “cabañas”, existe poca referenciación de los huéspedes; principalmente por no contar los establecimientos con este sistema de indicadores de calidad basada en comentarios de clientes.

No obstante los pocos alojamientos que aparecen en la página mencionada están referenciados con una Muy buen y Excelente calidad en el servicio de alojamiento brindado, y según afirman informantes turísticos anónimos dependientes del municipio:

Los turistas no suelen hacer reclamos respecto a los alojamientos donde se hospedan, por eso creemos que es de calidad muy buena y aceptable ya que incluso repiten su estadía allí y cada año viene más gente a la localidad” y argumentan que: “la oferta y calidad es variada, desde hotel boutique y complejos de cabañas con piscinas hasta hoteles tradicionales o pequeños departamentos son parte de la oferta y al parecer son de muy aceptable calidad; fundamentalmente los habilitados y controlados por el municipio local.

En lo que respecta a servicios turísticos gastronómicos, la oferta no es muy diversificada ni se caracteriza por gastronomía gourmet sino más bien tipo tradicional. Del servicio de transporte no se posee información sobre la calidad del mismo.

La localidad- destino posee un mercado caracterizado por un segmento “de masas” cuyas características se basa en el tradicional sol y playa – familiar, parejas y grupos de amigos. Este mercado surge principalmente por el desborde de la capacidad de carga en la localidad vecina Villa Carlos Paz y por un específico segmento de mercado que busca cercanía a la mencionada localidad de renombre turístico intentando conjugar su estadía con la tranquilidad de la naturaleza de San Antonio de Arredondo.

Por otra parte, el sector turístico de la localidad-destino no es competitivo en relación a destinos maduros como Villa Carlos Paz, pero si en relación a otros destinos cercanos como Icho cruz, Mayu Sumaj, Tala Huasi y Cuesta Blanca. Con estos últimos posee similitudes pero respecto a la competitividad, tiene un factor diferenciador relevante que se basa en la planta turística e infraestructura; como también atractivos naturales y por sobretodo culturales.

Quizá, su cercanía a Villa Carlos Paz puede ser un factor motivacional para ser elegido como destino de estadía, pero también por el mismo motivo puede ser factor de no elección del destino.

Un punto interesante a mencionar es respecto a los niveles de ociosidad. Se reconoce la estacionalidad como problemática y como un factor clave para planificar de manera estratégica, y pensar el destino con miras a un potencial flujo turístico continuo durante todo el año; mediante el empleo del ordenamiento territorial y de nuevas propuestas turísticas (tanto del sector privado como público) que se gestarían de manera incipiente en la localidad. Como por ejemplo, la reciente apertura de: nuevos sitios gastronómicos, nuevos establecimiento de alojamientos turísticos y nuevos eventos turísticos organizados por la municipalidad.

Los niveles son marcados y se identifican los meses de Temporada alta estival (entre la última semana de diciembre y mediados de febrero). Y luego niveles intermedios en lo que respecta a afluencia turística reconociendo semana santa y fines de semana largo; y quizá la segunda y tercer semana de “vacaciones de Julio”. Y por último, el nivel más bajo de actividad turística (propuesta estacional a disminuir) consta del resto de los fines de semana y meses del año, por ejemplo abril, mayo, junio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y la mayoría de las semanas del mes de Diciembre.

Finalmente, el destino no cuenta con una marca-lugar considerablemente reconocida, pero en los últimos años y gracias a la infraestructura vial y participación en FIT (Feria Internacional de Turismo), el destino se ha vuelto más visible y aún más promocionado a nivel nacional como internacional.

No obstante, surge la necesidad de mencionar ciertos “datos sobre la demanda” obtenidos mediante una entrevista⁶ telefónica a Suarez P.; quien está a cargo del área de Turismo (perteneciente al departamento “Turismo, deporte y Cultura”) de la localidad de San Antonio de Arredondo.

Tomando datos pertinentes referidos al apartado en análisis, Suarez comenta que aún no tienen datos estadísticos formales y oficializados sobre Turismo local, pero afirma que: “la procedencia de los turistas que llegan a la localidad son mayoritariamente un 70% de la provincia de Buenos Aires, luego siguen (un 20%) los procedentes de la Provincia de Santa Fé; luego el resto (10%) de otras provincias”.

Y agrega que:

El tipo de turista que la localidad recibe se orienta a un Turismo familiar, en un 95% de los casos. Además, También se reconoce la importancia del Turismo religioso en la localidad y la visita de extranjeros (entre ellos brasileros, colombianos, franceses y alemanes) que participan en eventos deportivos llevados a cabo en la localidad.

⁶ Ver entrevista completa en apartado Anexo III.

Respecto a las motivaciones de los turistas que visitan la localidad, dice Suarez que “Las motivaciones de los mismos son el disfrute de los puntos panorámicos y de la naturaleza del lugar”. Y en rasgos generales, las características que identifican al público turista al que apuntan desde el municipio y al que accede a la localidad, son las siguientes:

Desde la muni se orienta a Turismo Naturaleza, se trata de preservar los recursos (que son el principal atractivo que tenemos) orientado a actividades de turismo aventura y naturaleza, dando la posibilidad de realizar actividades físicas tranquilas: circuitos en bicicleta, senderismo, trekking, cabalgatas. Estamos más orientado al turismo aventura o naturaleza. Y agrega: “con la intención de promover la preservación existen intenciones de aprobar proyectos privados de turismo rural y aventura. La idea sigue siendo respetar y dar a conocer los recursos que tenemos a los visitantes (Suarez, P, comunicación telefónica, 21 de Mayo de 2020).

Reflexionando sobre la información proporcionada por la responsable del área de Turismo de la localidad-destino, se considera pertinente y oportuno llevar a cabo el proyecto e impulsar la propuesta de BiciAndo (Cicloturismo) “*excursiones sustentables*” dentro del ejido municipal de la localidad San Antonio de Arredondo. Ya que coinciden las características de actividades turísticas al cual apuntan desde el municipio como también las referidas al público turista que accede a la localidad, indicando un perfil de turistas que buscan valorizar los recursos patrimoniales (naturales y culturales), el contacto con la naturaleza y el disfrute del paisaje como también la práctica de actividades turísticas que requieren de movilidad física. Además, menciona la entrevistada, que están analizando la aprobación de proyectos turísticos que surjan de la iniciativa privada, considerando esto como un aspecto favorable para el proyecto.

En conclusión, se cree que se puede aprovechar el tipo de turistas, las motivaciones de ellos y sus procedencias, como también las orientaciones de las políticas municipales en materia turística, para poder impulsar y llevar a cabo (en el destino analizado) la empresa BiciAndo y su proyecto propuesto; siendo este un contexto propicio para la actividad cicloturística y el desarrollo de excursiones sustentables y sostenibles.

Capítulo 2: Análisis FODA

FODA DEL DESTINO (1)

Fortaleza <ul style="list-style-type: none">○ Accesibilidad y punto neurálgico (vías terrestres de acceso existentes).○ Posicionamiento geográfico (centro neurálgico inter-valle).○ Cercanía al aeropuerto y ciudad capital (40km, 50min. Aprox.).○ Patrimonios y atractivos disponibles (natural y cultural).○ Diversidad de recursos (infraestructura, humano, natural/cultural, renovables y no renovables).○ Alojamientos de distintos tipos y categorías.○ Agencias de viajes que promocionan y venden el destino.○ Existencia de un departamento "Turismo, Deporte y Cultura".○ Restaurantes con capacidad adecuada y con gastronomía regional.	Oportunidad <ul style="list-style-type: none">○ Marco regulatorio del sector turístico y uso de la bicicleta.○ Tendencia de consumidores (nuevos mercados).○ Diversificación de la oferta de productos y servicios turísticos.○ Valor de la divisa extranjera.
Debilidad <ul style="list-style-type: none">○ Carencia de recurso humano técnico-profesional e idóneo en planificación y actividad turística.○ Estacionalidad turística.	Amenaza <ul style="list-style-type: none">○ Crecimiento de centros turísticos aledaños (mayor competencia).○ Inestabilidad política local, provincial y nacional.○ Políticas de fomento al sector turístico insuficientes.

FODA DEL PROYECTO (2)

Fortaleza <ul style="list-style-type: none">○ Accesibilidad al destino donde se presta el servicio.○ Patrimonios y atractivos disponibles e incluidos (naturales y culturales).○ Innovación en la oferta.○ Proyecto Inclusivo.○ Proyecto de desarrollo sustentable y sostenible.○ Guías bilingües, habilitados y capacitados en Cicloturismo.	Oportunidad <ul style="list-style-type: none">○ Marco regulatorio del sector turístico y fomento del uso de la bicicleta según ley provincial nº 10491.○ Tendencia de consumidores (eco turístico).○ Nuevas tendencias de la demanda e innovadoras formas de consumo turístico.○ Tendencia sobre la utilización de bicicleta como medio de transporte en Turismo, a causa del COVID-19.
Debilidad <ul style="list-style-type: none">○ Carencia de recurso humano técnico-profesional.○ Modalidad turística poco reconocida en la zona.○ Estacionalidad turística.○ Escasa política pública municipal de fomento○ Desconocimiento de la oferta del producto Cicloturismo.	Amenaza <ul style="list-style-type: none">○ Incremento en la oferta de otros prestadores de servicio de turismo alternativo.○ Inestabilidad socio-económica.○ Creciente oferta de productos sustitutos.

● Justificación de la Idea, basada en una síntesis de FODA N°1 Y FODA N°2

Si bien las debilidades y amenazas son considerables ya que se basan principalmente en la carencia de políticas públicas consolidadas, de fomento de la actividad turística (aparejando falta de recurso humano capacitado, estacionalidad, insuficiente planificación, etc.) necesaria para hacer frente a las amenazas posibles que atenten tanto al destino como por consiguiente al producto ofrecido (servicio de excursiones de Cicloturismo) por BiciAndo; cabe destacar que la potencialidad en lo que respecta a las oportunidades y fortalezas de este proyecto propuesto pueden ampliar el espectro de visión para posibilitar la exitosa oferta de un servicio innovador de “*excursiones sustentables*” (enmarcado en el ecoturismo, turismo alternativo, inclusivo y de aventura) que se rigen por preceptos de sostenibilidad socio ambiental, bajo la modalidad: Cicloturismo (propuesta de BiciAndo).

Reconociendo entonces las debilidades como desafíos y las amenazas como instancias de ejercicio para la prudencia, se podría destacar los aspectos positivos (que son muchos) que pueden ser reconocidos ni más ni menos, como base sólida y oportunidad del proyecto.

Resulta interesante resaltar dos puntos esenciales. En primera instancia, cuando me refiero (como oportunidad del proyecto) a la “Tendencia de consumidores -nuevos mercados”, pretendo poner en consideración que la tendencia del Cicloturismo en las Sierras de Córdoba se ve manifestada por el funcionario a cargo del área de Turismo Alternativo de la provincia de Córdoba; el cual reconoce y expresa en el artículo periodístico denominado *Cicloturismo: disfrutar Córdoba en dos ruedas* que: “El Cicloturismo está en auge porque a la gente le gusta mucho las actividades al aire libre” (...) “Aunque en el exterior la tradición del Cicloturismo lleva varios años, en Argentina y en Córdoba, particularmente, esta propuesta está en pleno crecimiento”.

Pero además, en relación a la tendencia de la actividad turística en análisis, a nivel internacional es reconocida la actividad Cicloturismo como una práctica próspera ya que favorece al desarrollo sostenible.

A continuación, se compartirán fragmentos relevantes de un trabajo realizado sobre la temática; su autora María Moral-Moral (2016) expresa lo siguiente:

La inexistencia de estadísticas oficiales y fuentes de información que permitan determinar el impacto real a nivel económico, social y medioambiental que representa esta modalidad turística condicionan la toma de decisiones de los *stakeholders* turísticos y limitan su implementación.

El Cicloturismo es una actividad turística intrínsecamente sostenible, (...) Con ello, el Cicloturismo se está convirtiendo en un segmento emergente que presenta grandes oportunidades para la diversificación y desarrollo turístico de los destinos.

Datos provenientes del *ECF Cycling Barometer* (2015) elaborado por la propia Federación Europea de Ciclistas Europeos (ECF) permiten constatar el grado de popularidad que representa en países como Holanda donde más del 35% de su población usa la bicicleta como medio habitual de transporte. Asimismo, destacan países como Finlandia, Suecia, Hungría o Holanda cuya población realizan un mayor número de viajes en bicicleta. Otros datos significativos, es el número de viajes realizados cada año en bicicleta en Europa estimándose en 2.295 millones (Weston *et al.*, 2012). Más recientemente, Cramer (2016) sitúa en un 20% el incremento anual del Cicloturismo, mientras que el impacto económico generado se sitúa en unos ingresos brutos anuales superiores a 44.000 millones de euros, siendo el gasto diario del Cicloturista de 35 euros frente a los 10 euros del turista que emplea el coche como medio de transporte⁷.

Otro estudio realizado sobre el Cicloturismo a cargo de Macià Serra i Serra (p.188), indica que:

Las dos últimas décadas han visto surgir con fuerza un nuevo turismo que no solo busca descubrir un nuevo lugar, sino también recorrerlo en bicicleta: el Cicloturismo. Este, aunque tiene poco impacto en el conjunto del mercado turístico, puede tener un papel relevante en las estrategias de desarrollo turístico sostenible y la desconcentración territorial del impacto. Muchas regiones quieren atraer un perfil de visitante que no contamine, con un alto nivel adquisitivo, que esté interesado en la naturaleza e historia del lugar y que reparta su gasto a lo largo del recorrido.

Los datos que se proporcionan en los últimos dos trabajos citados, son referidos al contexto Europeo. Encontrar información al respecto en el contexto Latinoamericano por ejemplo, sería ideal como modo de aproximación a una referencia más cercana; pero la información escasea y no logro encontrar la necesaria para ser más preciso y proporcionar datos de manera más certera.

En segundo lugar, es oportuno el desarrollo de este proyecto de Cicloturismo ya que el contexto social, político y económico mundial se encuentra atravesado por una pandemia provocada por un virus denominado COVID-19. Ante este panorama de propensión social al contagio, la actividad turística no se queda atrás; y proponer oportunamente actividades alternativas (como por ejemplo el Cicloturismo, que posee puntos a favor en lo referido a

⁷ El trabajo de donde se extrajo la información es un sitio web que no indica número de página.

aspectos sanitarios) ambientadas en este contexto sanitario, es de suma importancia y consideración a la hora de reactivar la actividad turística durante y post pandemia.

En este escenario actual, impreciso e inestable (producto del evento: pandemia), surge en Argentina una propuesta de la ONG “Argenbici”⁸ sobre el uso de la bicicleta como vehículo beneficioso para la sociedad.

Si bien el documento consta de diez propuestas dirigidas a gobiernos locales para planificar la movilidad en tiempos de pandemia; considero oportuno poder tomar alguna de ellas posibles de relacionar con el desarrollo del proyecto de Cicloturismo BiciAndo (“*excursiones sustentables*”).

Reconociendo entonces a la movilidad en bicicleta (y su variable de realizar turismo en dicho transporte) como una oportunidad en lo que respecta al proyecto en sí mismo, viéndose favorecido por la particularidad del desplazamiento no masivo, no asinado y en contexto de aire libre; alentando así la prevención del contagio del COVID-19. Posiblemente la actividad turística en pandemia y post-pandemia debería orientarse a prácticas y actividades con estas características.

Algunos de los aspectos relevantes en relación a las propuestas anteriormente mencionadas refieren (en líneas generales) a:

Promover y difundir (...) el uso de la bicicleta en viajes (...) para liberar el transporte público. Agregar carriles, ampliar veredas, (...) Planificar, junto a las organizaciones ciclistas locales, la traza de ciclovías provisorias y seguras que unan puntos de actividades importantes y/o de circulación constante.

También proponen medidas como el reducir la velocidad de vehículos motorizados. (...) Generar campañas de concientización y seguridad vial. (...) promover y difundir un plan de enseñanza pública para personas que quieran aprender a moverse en bicicleta.

Además, a modo de complemento informativo, según un artículo periodístico *¿Por qué la bicicleta puede ser una oportunidad en la ciudad después de la pandemia?* Se destaca el siguiente comentario:

Es momento para valorar e impulsar un nuevo espacio para la bicicleta y el ciclismo en la sociedad y la ciudad. (...) La bicicleta puede ser una oportunidad para la movilidad durante y sobre todo, después de la pandemia. (...) Se están generando condiciones preferenciales para facilitar su uso masivo. (...) Está demostrando sus grandes ventajas colectivas e individuales.

⁸ El archivo .pdf (Argenbici, 2020. *10 propuestas para gobiernos locales para planificar la movilidad en tiempos de pandemia*) es posible de descargar ingresando al Facebook o Twitter de la ONG Argenbici.

Además, un artículo publicado en internet sobre el COVID-19, bicicleta y Latinoamérica (Club N+1, 2020), indica que la OMS (Organización Mundial de la Salud):

Recomendó a la población mundial usar la bicicleta para movilizarse camino a sus trabajos, y desde luego cumplir con una cuota de actividad física en medio de la emergencia mundial". (...) "Por lo pronto sabemos que evitar las aglomeraciones es importante, por tanto, cualquier medida que reduzca la cercanía física entre las personas —en, por ejemplo, los buses y automóviles de transporte— ayudará en la contención.

Finalmente, se cree que vale considerar el carácter innovador del proyecto de "excursiones sustentables", ya que no se ofrece en la zona servicios de similares características.

Además resulta oportuno tener en cuenta la ley provincial que refiere al fomento del uso de la bicicleta en ámbitos urbanos y rurales, la creciente tendencia de acceso a este tipo de actividad turística por un público aún mayor que tiempos atrás, la disposición de recursos y atractivos naturales y culturales disponibles en el destino (pudiendo en grupos reducidos generar una instancia de visibilización y concientización ambiental mediante el acompañamiento de un guía interprete multilinguaje; propiciando una actividad turística responsable, sustentable y sostenible), como también la accesibilidad a la localidad en lo que respecta a obras viales de infraestructura que facilitan el poder acceder al servicio ofrecido por BiciAndo (excursiones de Cicloturismo sustentable) en cualquier momento del año.

Reconocer entonces el Cicloturismo como una actividad turística de caracteres sustentables, de bajo impacto negativo ambiental y de fuerte componente participativo y experiencial (ecoturismo, turismo aventura y turismo activo), con miras al desarrollo sostenible del turismo; es reconocer este proyecto de excursiones propuesto como una oportunidad para el desarrollo turístico local de alcance internacional... con miras a un futuro sostenible desde el presente sustentable.

Un futuro con perspectiva de desarrollo turístico integral y planificado, basado en una oferta de calidad apto para un amplio abanico de segmentos poblacionales que pretende la integración de quienes muchas veces son "no incluidos" en las excursiones convencionales. Considerando el Turismo como un Derecho, de igual importancia es que la actividad propuesta promueva y fomente la mejora en la calidad de vida de los turistas como también de la comunidad anfitriona.

Capítulo 3: Objetivos del Proyecto

Corto plazo:

- Poner en funcionamiento un emprendimiento privado de circuitos guiados de Cicloturismo, que esté en modo operativo para el mes de Diciembre del año 2020.
- Lograr poner en marcha el plan de comunicación del emprendimiento BiciAndo (particularmente el sitio web y redes sociales), a partir del mes de Septiembre del año 2020; con publicaciones diarias y contenido actualizado.

Mediano plazo:

- Obtener el reconocimiento como mejor producto de Cicloturismo de la provincia de Córdoba (Argentina) para diciembre del año 2023, mediante la calificación numérica en la plataforma de calidad Trip Advisor.
- Incrementar un 70% la contratación anual de servicios de Cicloturismo brindado por BiciAndo, para el mes de Diciembre del tercer año.

Largo Plazo:

- Lograr que para el año 2025, el 70% de las prestaciones del servicio de excursiones de Cicloturismo *BiciAndo*, sean a turistas extranjeros (procedentes de países norte y sudamericanos, europeos y asiáticos).
- Obtener el reconocimiento certificado (ISO 21103 – 21101) del producto basado en prácticas sustentables y sostenibles para el mes de Enero del quinto año.

Capítulo 4: Descripción del servicio

BiciAndo es una empresa creada con el objetivo de brindar una experiencia turística sustentable mediante la prestación del servicio de excursiones en bicicleta (simple o doble, para el caso de la prestación del servicio considerando criterios de accesibilidad turística) con un guía intérprete acompañante, en un atractivo destino turístico (San Antonio de Arredondo) situado en una reserva natural en plena serranías cordobesas y a solo diez minutos de Villa Carlos Paz o treinta minutos de la capital provincial.

A tan solo 100metros (en dirección sur) del centro de información turística de la localidad-destino por sobre la misma avenida (Cura Brochero s/n), se localiza el local comercial de atención al cliente, pudiendo allí mismo contratar las excursiones; siendo además, ese mismo punto el inicio y finalización de los recorridos.

La propuesta se basa en la realización de excursiones de Cicloturismo en grupo (de máximo diez personas), en múltiples circuitos según sus dificultades y duración del recorrido (2 full day, 2 part day, 2 Easy – las seis propuestas en la modalidad “accesible” con bicicleta doble, cartilla braille y/o lenguaje de señas); siempre acompañado por un guía intérprete ambiental habilitado en el contexto apacible que brinda la reserva provincial Valle del Cóndor.

BiciAndo proyecta, busca proponer e impulsar la oferta de un producto innovador, sustentable, accesible y facilitador de múltiples beneficios tanto para el público turista como para el destino y la comunidad local. El sentido fundamental de la prestación del servicio de excursiones es poder fomentar prácticas turísticas responsables con miras a la sostenibilidad socio ambiental. Alentando además, la oferta regional de circuitos en bicicleta para una amplia variedad de público incluyendo un guion interpretativo con contenido basado en la revalorización de los recursos naturales y culturales.

Las excursiones de Cicloturismo ofrecidas por BiciAndo, se encuentran previstas llevarlas a cabo de martes a domingos durante los meses de Diciembre y Abril, fines de semana largo y todo el mes de Julio. Las excursiones se realizan salvo condiciones climáticas o meteorológicas adversas, que imposibiliten poder llevar a cabo la actividad o se considere un potencial riesgo su realización.

● Principales características del servicio

- Propuesta innovadora en la región.
- Producto sustentable y sostenible.
- Propuesta turística inclusiva y accesible.
- Oferta ampliamente diversificada (abarca e incluye diversos segmentos de mercado pudiendo disminuir la estacionalidad).

● Niveles de prestación

Los niveles de prestación se basan en la graduación de dificultad según duración por longitud de cada recorrido, ofreciendo dos recorridos de gradualidad “difícil”, dos “moderado” y dos “fácil”; cualquiera de los anteriores se puede realizar en formato “accesible” sin variar el precio del mismo. Este último incluye cartilla braille y bicicleta doble según el caso.

Esta clasificación corresponde a la duración de la excursión, longitud del recorrido y gradualidad de desnivel acumulado.

● Modalidades

La modalidad de prestación es de tipo “personalizada” basándose en grupos reducidos de hasta 8 personas, considerando excepciones que no superen las diez personas por grupo. Teniendo en cuenta adaptaciones en lo que respecta a idioma, requerimientos particulares como bici doble (para disminuidos visuales), cartilla braille o configuraciones específicas sobre circuitos temáticos o necesidades específicas.

Y también se considera como modalidad, el tipo de prestación “generalizada” refiriéndose esta, a grupos heterogéneos constituidos espontáneamente.

● Apartados de relevancia sobre el proyecto

Es interesante destacar, que cabe la posibilidad de promover a futuro, gestiones de sponsoreo o patrocinio a la hora de costear insumos, bicicletas, cartelería, etc. Reconociendo tal gestión como un modo de intercambio que generaría un beneficio económico en lo que respecta a los costos en la prestación del servicio.

Además, resulta relevante expresar los siguientes puntos que especifican las características del *servicio de excursiones sustentables* propuestas, para su mayor comprensión:

a) Descripción detallada y específica del servicio propuesto:

- Para prestar el servicio trabajan tres personas, conformando un equipo compuesto por dos guías monotributistas contratados por excursión, y el dueño de la empresa quien se encarga de gestiones y labores varias. Este último está encargado de promocionar y comercializar la actividad en el local, en redes sociales y sitio web, realizar informe estadístico sobre encuestas y también realizar mantenimiento de las bicicletas.
- El servicio de excursiones que se ofrece, consta de una amplia variedad de recorridos (dos recorridos Easy, dos recorridos part day y dos recorridos full day, cualquiera de ellos también en la modalidad inclusiva con bicicleta doble tándem) en bicicleta por caminos y senderos de la localidad-reserva (San Antonio de Arredondo- Valle del Cóndor), guiados por un guía profesional especializado y habilitado en Cicloturismo; con un guion informativo en diversos formatos (castellano, portugués, inglés y lenguaje de señas y cartilla braille).

Ampliando la información respecto a los recorridos que se ofrecen, los mismos constan de excursiones **full day** (día completo, iniciando el recorrido a las 10am y finalizándolo a las 16hs), **part day** (medio día, pudiendo optar por turno mañana – de 9 a 12hs- o turno tarde – de 16 a 19hs) o **Easy** (apacible paseo de solo 1.30hs. durante el turno mañana o turno tarde, con igual horario de salida que en Part Day); según el requerimiento del público turista. Dándose inicio a las mismas en el local comercial ubicado a solo 100metros (en dirección sur, sobre el mismo sentido de circulación) del centro de información turística de la localidad, ubicado sobre la Avenida J. G Brochero justo en el arco de bienvenida a la localidad.

- El equipamiento e insumos que brinda BiciAndo para la realización de las excursiones incluye: 10 bicicletas (Tipo Mountain Bike 27 velocidades – rodado 29 y dos bicicletas tipo tándem doble rodado 26 con 27 velocidades), cascos, protector visual y chaleco reflectivo para poder realizar la excursión de forma segura y bajo requerimientos legales; según establece Ley Nacional de Tránsito N° 24449⁹.

No obstante, se solicita a cada turista (para realizar la excursión) el siguiente equipo personal: Lentes de Sol, protector- pantalla solar, campera rompe viento, calzado cerrado, agua y snack (más detalles en posterior punto “b) Procedimiento de la prestación del servicio”).

Este proyecto surge y se fundamenta al reconocer la carencia en la oferta de circuitos para práctica de Cicloturismo de manera legal, confiable y responsable. Con miras al ofrecimiento de un servicio turístico de calidad basado en preceptos de desarrollo sustentable-sostenible, generando el reconocimiento nacional e internacional.

b) Procedimiento y detalles sobre la prestación del servicio

- Los recorridos ofrecidos inician y finalizan en el local comercial (allí también se pueden contratar las excursiones), a solo 100 metros en dirección sur sobre la misma avenida (Cura Brochero), donde se localiza la oficina de información turística de la localidad San Antonio de Arredondo (690msnm). Localizada esta en el ingreso norte de la ciudad; dirección: Av. Cura Brochero s/n. En la oficina de información Turística local, el municipio facilitará un espacio para colocar un banner publicitario sobre una vitrina y un escritorio para depositar folletería en formato papel.
- Las excursiones se encuentran “abiertas al público” de Martes a Domingo (Lunes en casos de excepcionales con previo aviso) desde el horario de la primer excursión matutina hasta el horario de la última excursión del turno vespertino.
- En caso de calor excesivo o extraordinario, lloviznas, lluvias o tormentas; se suspenden las excursiones pudiendo reprogramarlas o reintegrar el dinero si fuese necesario.
- La contratación del servicio de excursión puede ser de manera individual o en grupo, no obstante se estipulan cupos mínimos de 5 personas para realizar la exclusión.
- Las salidas son fijas, constando (como se menciona anteriormente) de un número mínimo de participantes para dar inicio en los horarios predefinidos.

⁹ En complemento, Ley N° 10491 promoción y fomento del uso de la bicicleta, como medio de transporte alternativo, en ámbito provincial (urbano y rural). Y la Ley Provincial (Córdoba) de Tránsito N° 8560.

- Están previstas hasta cuatro salidas por día, pudiendo ser 2 por la mañana y 2 por la tarde (en las modalidades combinadas Easy y/o part day) o tres salidas diarias (1 full day más 1 por la mañana y 1 por la tarde, en las modalidades Easy o part day).

Cabe mencionar que cada excursión puede incluir de manera simultánea en el servicio, la combinación de bicicletas simples y dobles; si fuese necesaria la utilización de las mismas (tándem doble) para su formato accesible.

- Se solicita al excursionista (efectuada la contratación) que lleve una mochila con: crema protectora solar, cámara fotográfica, lentes de sol, gorra o sombrero deportivo, agua, frutas y alimentos incluyendo también una ficha médica con carácter de declaración jurada (posible de completar en formato digital o papel).

Se solicita utilizar zapatillas y (en caso de meteorología inestable) campera rompe vientos e incluso buzo o campera micro polar; ya que las condiciones meteorológicas en las sierras pueden ser variables e imprevistas.

- En el transcurso de los recorridos planificados (ya sean por asfalto o ripio), se realizarán paradas técnicas (tiempo promedio estimado por cada una, 15 minutos) en sitios estratégicos de los circuitos para descansar, hidratarse, alimentarse, (aclaración: el servicio no incluye almuerzo previsto en excursiones Full Day 1 y 2) tomar fotografías y realizar una guiada interpretativa sobre el paisaje y los recursos naturales y culturales disponibles.
- Una vez finalizado el servicio, se le entregará el Merchandising (bandas reflectivas plásticas con el logo del servicio y calcomanías con el logo del servicio) y una encuesta anónima y en formato papel a cada cliente, para manifestar su nivel de satisfacción en cuanto al servicio recibido; también tendrán la opción de puntuar y referenciar el servicio brindado por la empresa en sitio web oficial, como también en la fan page de Facebook y Tripadvisor. En los mismos sitios webs y redes sociales se compartirán (con el consentimiento previo de cada turista) fotografías de la excursión y un breve relato de la experiencia compartida.
- Respecto a lo que la empresa facilita (como complemento al último punto de “**a** Descripción detallada y específica del servicio propuesto”) a cada excursionista, se agrega el detalle: seguro contra riesgos por accidente, asistencia médica, servicio de personal capacitado y habilitado para realizar actividades de Turismo Alternativo y de Aventura; equipado con radio VHF, binoculares, guía de identificación de aves, elementos para la comunicación (guión informativo en sistema de escritura braille e imágenes digitales) y botiquín de primeros auxilios.

Además la empresa provee también (a modo de préstamo, como fue indicado en el anterior punto **“a) Descripción detallada y específica del servicio propuesto”**) la bicicleta y elementos de seguridad previstos por ley para circular en bicicleta (casco, protector visual, chaleco reflectivo, luces y espejo). Se otorga y obsequia Merchandising (bandas reflectivas plásticas con el logo del servicio y calcomanías con el logo del servicio) y folleteria informativa en formato papel como también digital.

- **Tabla de descripción de circuitos**

	Duración	Recorrido total	Tramo menor recorrido	Tramo mayor recorrido	Dificultad	Terreno asfalto/ripio	Altura alcanzada
Full day 1	6hs.	35,5km.	2km.	15km.	difícil	35Km/ 500mts.	995msnm.
Full day 2	6hs.	30km.	2km.	8km.	difícil	25,5Km/500mts	900msnm.
Part day 1	3hs.	20km.	2km.	5km.	moderada	19,5km/500mts	850msnm
Part day 2	3hs.	20km.	2km.	5km.	moderada	16km/4km.	900msnm
Easy 1	1 hora y 30min.	5 km.	2km.	5km.	fácil	5km	750msnm
Easy 2	1 hora y 30 min.	5km.	2km.	5km.	fácil	2km/3km.	750msnm

Descripción detallada de los circuitos (Ver Anexo III).

Capítulo 5: Perfil del Mercado

Según el modulo teórico de marketing turístico, Kotler afirma (p.74) que:

“la segmentación de mercados es la división de un mercado en grupos distintos de clientes que pueden requerir diferentes productos o mezclas de mercadotecnia”.

El servicio propuesto se orienta hacia una estrategia de **segmentación no diferenciada**, ya que es un mismo servicio (excursiones sustentables en bicicleta) para todo el mercado meta (no realizando diferenciación de estrategias de marketing por segmentos).

El servicio de excursión sustentable ofrecido posee tres niveles de dificultad (en su prestación) y dos variables cada nivel; en total son seis recorridos distintos posibles de realizar en bicicletas simples o combinado con bicicletas dobles (en la misma excursión). En los mismos, se incluyen todas las variables presentadas en las segmentaciones expuestas a continuación; el servicio, la comunicación, la comercialización y el precio (salvo descuentos para residentes locales o “vecinos” -desarrollado al final del apartado “política de precio”-) es el mismo.

Segmentación geográfica:

- Turistas nacionales: provenientes de grandes centros urbanos de la republica Argentina (Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Capital federal y Gran Buenos Aires, Rosario, Córdoba Capital) y de las demás ciudades distribuidas en las provincias Argentinas (principalmente de la provincia de: Santa Fé, Buenos Aires, Entre Ríos, Corrientes, Tierra del Fuego, La Pampa, Neuquén, Mendoza, San Juan, Jujuy, Salta, Formosa, Chaco, etc.).
- Turistas internacionales (extranjeros): provenientes de otros puntos del continente americano, como por ejemplo: Brasil, Chile, Uruguay, Estados Unidos, México y Paraguay. De países Asiáticos como: China, Japón, Corea, Taiwán, etc. Y también procedentes del continente europeo como Alemania, Francia, Inglaterra, Italia, etc.
- Población local y comunidades próximas al destino (reconocidas en este trabajo como “aledañas”: Icho Cruz, Mayú Sumaj, Cuesta Blanca, Villa Carlos Paz, Córdoba Capital, etc. Y las restantes provincias dentro de la provincia de Córdoba).

Segmentación demográfica y social:

- Familias, grupos de amigos, parejas y solitarios.
- Sin distinción de sexo y comprendido entre la edad de 18 a 50 años.
- Clase socioeconómica media-alta: Personas con la capacidad económica de abonar el arancel correspondiente a la prestación del servicio de turismo alternativo; específicamente Cicloturismo con Guía intérprete.

Segmentación comportamental:

- Segmentos motivados por vivir la experiencia de realizar un paseo en bicicleta guiado y con contenido de educación ambiental “al aire libre”. Interesados en realizar una actividad turística por entornos serranos, de tipo aventura que requiere esfuerzo físico. Además, para aquellos que quieran (en grupos reducidos) disfrutar de paisajes y conocer los recursos naturales y culturales que los recorridos ofrecen.

El público objetivo del servicio propuesto, se encuentra dirigido e incluye a todos los segmentos (y su correspondiente perfil) de los turistas que llegan a la zona serrana del sur del Valle de Punilla y la ciudad capital provincial, incluso (principalmente) a aquellos que acceden a la localidad específica San Antonio de Arredondo.

Se establece como mercado meta, un público de procedencia nacional (proveniente de provincias como Buenos Aires, Santa Fé, Entre Ríos, Chaco, Formosa, La Pampa, Tierra del Fuego, etc.) e internacional (de países americanos como Estados Unidos, México, Paraguay, Uruguay, Brasil, Chile, etc. –de países Europeos como: Francia, Italia, Alemania, Suiza, Inglaterra, etc. – y finalmente de países Asiáticos como: China, Japón, Corea, Taiwán, etc.); como también poblaciones aledañas (haciendo referencia en este caso a localidades próximas al destino, pudiendo ser del mismo Valle o Valles vecinos; como por ejemplo: Alta Gracia, Villa General Belgrano, Mina Clavero, Tanti, Cosquín, La Falda, La Cumbre, Capilla del Monte, Córdoba Capital, etc.) y comunidad local. Específicamente de clase socioeconómica media-alta, comprendida en edades entre 18 a 50 años (sexo indistinto); grupos de amigos, familias, parejas, solitarios; que les interesa constituir y participar de actividades deportivas (Cicloturismo) al aire libre en grupos reducidos (máximo diez personas).

Quienes integran estos grupos pueden ser personas cuyo interés además, es llevar a cabo prácticas turísticas sustentables acordes al desarrollo sostenible (en contexto de reservas naturales por ejemplo); buscando conocer respetuosamente y aprender de la naturaleza y la cultura local.

Perfil del mercado meta:

- Turistas procedentes de otros: países, provincias (argentinas), localidades (del interior de la provincia de Córdoba). Residentes de la localidad destino.
- Personas entre 18 y 50 años.
- Familias, amigos, parejas o solitarios. Sin distinción de sexo.
- Nivel socioeconómico medio-alto.
- Interés por actividad física- deportiva, específicamente en bicicleta.
- Interés en conocer reservas naturales (contacto con el paisaje serrano y la naturaleza).
- Pretende conocer y aprender sobre la historia y la cultura local.
- Busca realizar actividad turística en grupos reducidos.

Capítulo 6: Estrategia de Marketing

El Posicionamiento del proyecto se basa en el tipo: **Atributos**.

Afirma De Poi, W. en el material bibliográfico de la cátedra Marketing de Servicios Turísticos:

“Este tipo de posicionamiento hace hincapié en los **atributos** percibidos por los clientes. El atributo es una característica que se relaciona con el producto. Se fundamenta en el análisis de las características físicas o pseudo físicas” (p.126).

Se considera el mencionado tipo de posicionamiento, ya que el proyecto consta de una propuesta *innovadora (excursiones programadas en bicicleta con acompañamiento guiado), diferente (con recursos de adaptabilidad para casos de discapacidad y con un guion interpretativo del patrimonio y los recursos naturales-culturales; en un contexto de reserva natural provincial) y de calidad singular en la prestación* ya que genera múltiples beneficios y ventajas socio-ambientales (para el turista, para la comunidad local y para el destino turístico en sí mismo). Por eso se reconoce como atributo principal el carácter **sustentable** del proyecto BiciAndo, basado en preceptos de desarrollo sostenible y prácticas turísticas activas, ecológicas y responsables.

Según el sitio web e-marketing & consumo, en su presentación en formato Slideshare sobre la temática “estrategias de posicionamiento” indica los siguientes aspectos que BiciAndo también contempla:

- 1- La *diferenciación* como factor importante del posicionamiento.
- 2- *Posicionarse junto a la mayoría* no suele ofrecer ninguna ventaja.
- 3- El mejor posicionamiento es aquel que no es imitable.

Y por último, 4) El posicionamiento de nuestra marca tiene que proporcionar *beneficios* que sean relevantes para el consumidor.

En este último caso, reconocer los beneficios socio-ambientales que genera realizar “*excursiones sustentables*” fundamentalmente para el turista, al vivir una experiencia activa y saludable en un contexto de reserva natural con un vehículo no contaminante.

Se busca entonces, que la percepción de la marca BiciAndo se asocie directamente al atributo diferenciador de ser “*excursiones sustentables*” al ser la alternativa que ofrece la práctica recreativa de Cicloturismo, como una propuesta ecológica, activa y además: distinta.

Es decir, reconocer el servicio como meramente sustentable, como una actividad que genera beneficios en el turista y a la sostenibilidad del destino del que tanto se disfruta.

Reconociendo más que “un gasto” en contratar la excursión sea “una inversión” en realizar una actividad turística responsable y comprometida con el cuidado ambiental, que aporta ventajas y beneficios al bienestar personal y a la mejora en la calidad de vida socio-ambiental del destino turístico.

Entre los **atributos** se puede reconocer:

- 1) los referidos al uso del vehículo Bicicleta para realizar una excursión.
- 2) los referidos al acompañamiento guiado, con un guion interpretativo del recurso patrimonial natural y cultural; incluyendo normas de seguridad y calidad preestablecida legalmente.
- 3) que se lleva a cabo en grupos reducidos y con posibilidad de adaptabilidad con bicicletas dobles para no videntes o disminuidos visuales, como también la utilización de otros recursos de comunicación inclusiva.
- 4) que la prestación del servicio posee variables en lo que respecta a diferentes dificultades de recorridos.
- 5) los recorridos se llevan a cabo dentro de una reserva natural provincial.
- 6) que a modo de englobar los anteriores puntos, la propuesta persigue la realización de una *práctica turística responsable* en pos de un **desarrollo turístico sustentable y sostenible**, ya que se busca reconocer:

- el respeto a la comunidad local por el bajo impacto ecológico (disminución de contaminación lumínica, sonora, congestión del tránsito-vehicular y espacios públicos e incluso nula emisión de Gases de efecto invernadero) generado al utilizar la bicicleta como medio para realizar las excursiones.
- los beneficios al Cicloturista que vive una experiencia basada en una práctica deportiva-saludable, de integración social (debido a que se trata de una actividad que se realiza en grupo en un ambiente sano y de camaradería) y realizando una actividad en un contexto de reserva natural provincial.
- Y por sobre todo, el beneficio aportado al medio ambiente (y sus recursos patrimoniales) mediante la oferta de circuitos planificados en relación a la gestión ambiental; posibilitando una práctica turística responsable y sustentable a base de la disminución del impacto ambiental negativo en el destino y la revalorización de recursos culturales.

Pretendiendo crear (en síntesis) conciencia integral sobre la filosofía y las posibles prácticas promotoras de la sustentabilidad y sostenibilidad socio-ambiental; buscando satisfacer una necesidad de crecimiento exponencial en la actividad turística activa y responsable.

La propuesta entonces, se fundamenta en crear una imagen integral del servicio basada en la múltiple oferta de recorridos sustentables y ambientalmente responsables de Cicloturismo, identificada tal, como una práctica motor de preceptos ecológicos y sanitarios (específicamente requerido para el contexto de pandemia covid-19) que proporciona múltiples y variados beneficios socio-ambientales (de allí el slogan “*Excursiones sustentables*”), cuyas características son la realización de una actividad (excursión) en grupos reducidos, a precios competitivos, accesibles y ventajosos (Tarifa de excursión por persona: Easy\$1000AR.- Part-time\$ 1500AR. - Fulltime\$2000AR.). Durante todo el año (algunos meses solo fines de semana largo – Mayo, Junio, Agosto, Septiembre, Octubre y Noviembre-) y para el público diverso que incluye aquellas personas que muchas veces requieren de condiciones de adaptabilidad y accesibilidad específica para poder realizar excursiones; pretendiendo abrir la posibilidad a la inclusión e integración social al considerar la realización de excursiones con personas disminuidas visualmente, ciegas o sordomudos (en bicicletas dobles sin costo adicional).

Todo lo anterior, posee además la particularidad, que se ofrecen recorridos acompañados por un guía intérprete profesional y habilitado por el Estado provincial, transcurriendo por senderos y caminos que permiten descubrir atractivos inolvidables dentro de un entorno enmarcado como área protegida (declarado reserva natural provincial “Valle del Cóndor”), sitios tranquilos y seguros, de alto valor paisajístico y patrimonial en lo que respecta sus recursos naturales y culturales.

La **Marca del Producto** es *BiciAndo (Cicloturismo)*, siendo este un producto fuertemente vivencial, innovador y de tendencia turística por ser:

- ✓ Personalizado
- ✓ Accesible
- ✓ Inclusivo
- ✓ Activo
- ✓ En contacto con la naturaleza
- ✓ Sustentable



Se ofrecerá el servicio como una **oportunidad diferenciada**, basada en una experiencia integral de realizar y vivir el **Cicloturismo de la mano de BiciAndo**. Reconociendo los múltiples beneficios de realizar una **actividad turística responsable** con el ambiente y la cultura del lugar al que se visita; por sobre todo considerando la **ventaja económica y de seguridad** que proporciona contratar el servicio BiciAndo en relación al alquiler individual de una bicicleta.

En síntesis, se pretende que el turista reconozca BiciAndo por sus atributos diferenciadores, que contrate e **invierta en un servicio de excursiones sustentables que proporciona beneficios personales, comunitarios, naturales y culturales**. Ofreciéndole la oportunidad de realizar recorridos en bicicleta con un guía interprete ambiental, y que además pueda articular la actividad física, la sociabilidad, el contacto con la naturaleza y la cultura del lugar (en pos de su revalorización y respeto) y por sobretodo la **conciencia sustentable** en un marco de prácticas turísticas responsables; siendo él o ella **partícipes y protagonistas de su propia aventura en bicicleta, en plena serranía cordobesa**.

Por otro lado, para hacer referencia a la **marca turística** del destino, se considera relevante mencionar la marca turística pero de nivel macro regional, haciendo referencia en este caso, a la de la provincia de Córdoba. La misma es *“Córdoba... Todo lo que Querés, todo el año”*¹⁰.

En relación a la marca provincial, se considera oportuno destacar aspectos concretos que el proyecto BiciAndo propone, es decir, reconocer que el mismo busca ofrecer *“todo el año”* actividades para que el turista *“viva la naturaleza”*. Concluyendo este apartado, cabe destacar entonces que la Marca Turística del Destino donde se desarrolla el proyecto (*San Antonio de Arredondo*), es la manifestada en la imagen a continuación presentada; acompañada por la frase *“Vive la naturaleza”*¹¹.

12



¹⁰ Ubicación: <https://www.cordobaturismo.gov.ar/>

¹¹ Ubicación: <https://www.sanantonio.gob.ar/?q=turismo>

¹² **Marca del destino donde se desarrollarán las excursiones de BiciAndo.** No se ha encontrado una imagen de alta calidad, la expuesta es recorte del plano digital de la ciudad. Único lugar donde se manifiesta la marca del destino *“San Antonio de Arredondo, Vive la Naturaleza”*.

La estrategia de relación con los clientes y demás acciones, se basa en la calidad en la atención y la prestación del servicio de modo integral. Basándose en la participación activa del turista, en la prestación de un recorrido inclusivo y personalizado que se centra en el reconocimiento individual del cliente, con un guion informativo didáctico y entretenido, buscando fidelizar la relación con el cliente para que perdure por un largo periodo de tiempo, para que promocióne “de boca en boca” e incluso, regrese a contratar el servicio.

Algunas de las **estrategias de relación con el cliente** que se pueden considerar (incluyendo las anteriores mencionadas) son:

- ✓ Entrega se Merchandising como “obsequio”.
- ✓ El trato humano y personalizado, basándose en la empatía.
- ✓ Nombrar al cliente, recurrencia al sentido del humor respetuoso y educación al comunicarse.
- ✓ Responder a la brevedad el Whatsapp, sitio web o consulta en las redes sociales.
- ✓ Brindar una experiencia positiva inolvidable, basada en pequeños detalles a lo largo del recorrido (relatos anecdóticos, momentos de aventura que no ponga en riesgo al turista, sensación de confianza en el guía, etc.).
- ✓ Proponer la crítica constructiva del producto, pudiendo receptar abiertamente las “quejas” u opiniones negativas del turista que realizo la excursión (considerando esto una oportunidad de mejora y fidelización).
- ✓ Mantener contacto con el turista luego de haber realizado la excursión mediante redes sociales o Whatsapp, enviando saludos eventuales y amistosos, promociones, etc.
- ✓ Y por sobre todo, ser honesto (no ofrecer algo que no existe como también cumplir con la palabra), flexible (adaptarse en la medida de lo posible a la demanda y sus necesidades) y con buenas intenciones para permitir que el cliente confíe; y lo siga haciendo para poder volver a contratar el servicio.

Capítulo 7: Política de precios

- **Inversión inicial**

- Bicicletas (8 simples, 2 tándem dobles): \$ 300.000 AR.
 - Radio y elementos de comunicación: \$4.000 AR.
 - Cascos y elementos-accesorios para bicicleta: \$ 10.000 AR
 - Botiquín de primeros auxilios: \$ 3.500 AR.
 - Binoculares y guía de observación de aves: \$4.000 AR.
 - Banner y folletería: \$ 5.500AR.
 - Vestimenta empleado (pantalón, zapatillas, gorro, remera y campera micro polar y rompe viento): \$ 35.000AR.
 - Diseño de plataforma e-commerce, Isologotipo, sitio web y redes sociales: \$20.000AR
 - Celular: \$20.000AR.
 - Alquiler local: \$10.000AR.
 - Habilitaciones comerciales: \$25.000AR.
 - Honorarios Contador: \$10.000AR.
- Total de inversión inicial: \$ 447.000AR.**

- **Estructura de Costos**

Los guías son monotributistas

Valor del guía excursión “Easy”: \$1500AR (por excursión).

Valor del guía part time: \$2000AR (por excursión).

Valor del guía full time: \$3000AR (por excursión).

- **Costos mensuales:**

- Seguros de bicicleta¹³ (10): \$3000AR.
- Honorarios Contador: \$4000AR.
- Impuestos: \$5000AR.
- Servicio de asistencia médica privada (con ambulancia para Turistas): \$1500AR.
- Publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Google): \$8.000AR (mensual).
- Costo mantenimiento página web: \$3.500AR (mensual).

¹³ Cotización de bicicleta, ubicación: <https://www.aseguraronline.com/seguros-para-bicicletas/>

- Varios (impresión encuesta, lapicera, etc.): \$500AR (mensual).
- Alquiler de espacio físico: \$10.000AR.
- Servicio de telefonía móvil: \$2000AR.
- Seguros contra accidentes personales (turistas), seguro de vida (turistas) y seguro de responsabilidad civil (Guía) es un costo a cargo de cada guía: \$0AR.

Total costos mensuales: \$ 37.500AR.

➤ **Costos anuales:**

- Mantenimiento de bicicletas: \$20.000AR.
- Merchandising (100mts de cinta plástica reflectiva con grabado de marca + 1000 calcomanías): \$6000AR.

Total costos anuales: \$26.000AR.

• **Fijación de precios - Tarifas**¹⁴ (expresadas en Peso Argentino, valor por persona)

- Excursión Easy (ídem accesible): \$1000AR.
- Excursión Part time (ídem accesible): \$1500AR.
- Excursión Full time (ídem accesible): \$2000AR.

*El precio es planteado en base a la tarifa por excursión (según tipo) requerido por como honorario del guía, como también en relación a los costos mensuales y anuales (dividido doce) requeridos para el funcionamiento del proyecto.

**Aclaración: El dueño de la empresa es quien se encarga de realizar las gestiones comerciales y demás labores indicadas en el apartado “descripción del producto/apartado de relevancia del proyecto /descripción integral”. Esto quiere decir que la empresa no cuenta con personal en relación de dependencia (por ende, no afectación a costos mensuales), el dueño-gestor no percibiría sueldo pero si las propias ganancias.

¹⁴ **Precios comparativos** en relación a otros prestadores de servicios similares de la localidad próxima, Villa Carlos Paz, ubicación: https://www.villacarlospez.gov.ar/turismo/infotur/datos/alq_de_bicicletas_hidropedales.htm

- **Precio Comparativo:** alquiler por día entero, promedio \$350AR. Alquiler por medio día \$200AR. (Por bicicleta, sin equipamiento reglamentario para circular en bicicleta, sin servicio de Guía intérprete, sin seguros, sin servicio de asistencia médica, sin Merchandising).

En lo que respecta a la **Estacionalidad de la demanda**, el proyecto BiciAndo busca ampliar el ofrecimiento de actividades de tipo excursión en la localidad San Antonio de Arredondo. Orientándose a una demanda caracterizada por requerir contacto con la naturaleza y prácticas de turismo activo y aventura; basándose entonces en la prestación del servicio durante seis meses específicos y fines de semana largos (todos momentos de temporada turística):

- Diciembre a Abril / Julio / Fines de semana largo: Turismo masivo (por ejemplo de sol y playa en época estival) constituido por familias, parejas y grupos de amigos. Comunidad local y vecinos aledaños (Cuesta Blanca, Icho Cruz, Mayú Sumaj, Cabalango, Carlos Paz, Tanti y Biale Massé).

*Se beneficiará con un treinta por ciento de descuento en la realización de las excursiones “Part day 1y2 – Full day 1y2” (sobre la tarifa de cada excursión incluyendo formato accesible) a residentes locales y aledaños/ vecinos (Cuesta Blanca, Icho Cruz, Mayú Sumaj, Cabalango, Carlos Paz, Tanti, Biale Massé y Córdoba capital), que conformen un grupo de mínimo 5(cinco) personas; y posean DNI para acreditar su domicilio-residencia.

El beneficio para residentes o “vecinos”, es válido únicamente de Lunes a Jueves.

**Se otorgará 1(un) pase liberado cada 9 integrantes-excursionistas que deseen contratar la excursión para el caso de grupos pre armados, dejando sin efecto el descuento para el caso “residentes”.

Capítulo 8: Política de comunicación

El servicio propuesto por la empresa BiciAndo, busca ser comunicado mediante el empleo de variadas herramientas no digitales y otras tantas digitales, haciendo por sobretodo hincapié en los medios digitales como: Twitter, Whatsapp, email, Instagram, Facebook, Youtube, Tripadvisor y sitio web oficial del proyecto.

Por un lado, como **recursos no digitales** para la comunicación del servicio cabe mencionar los tenidos en cuenta para emplear en:

- Vía pública (cartelería vial en avenida costanera “Héroes de Malvinas” y avenida principal “Cura Brochero” – Cartel romboidal con isologotipo del proyecto y el slogan “***Excursiones sustentables***”; a una distancia entre cada uno de 1500mts.).
- Centro de informes turístico local y de localidades vecinas e incluidas dentro del área de influencia (incluyendo Cuesta Blanca, Icho Cruz, Alta Gracia, Mina Clavero, Villa Carlos Paz, Tanti, Bialet Massé, Córdoba capital, etc.). Se colocaría (frente a la puerta de ingreso al centro de informes turístico) un banner (Tamaño: 90 cm x 1.9 mts. Vista: Simple Faz) con isologo del proyecto (parte superior), una imagen ilustrativa de paisaje y bicicleta (en parte central), el slogan “***Excursiones sustentables***” (debajo de la imagen) y por último, y la palabra “¡Seguinos!” (incluyendo al lado los iconos de Twitter, Instagram, Facebook, Youtube y TripAdvisor), incluyendo abajo la palabra “Reservas” con (al lado) el número telefónico que incluye el código de área internacional de argentina, acompañado del logo de la red social Whatsapp para sugerir comunicarse por ese medio).

Además, en la parte inferior izquierda, un código QR (con el link de acceso al sitio web de la empresa, como también en caso de no poseer conectividad a internet en el momento de escanear el código QR, se otorgará información sobre los recorridos, en formato texto, imágenes y video) y más abajo.

Además se entregarían tres flyers publicitarios (Tamaño: 15cm x 20cm) y folletería plastificada (quinientos, tamaño 10cm x 15cm), con el mismo formato y contenido que el banner.

Lo anterior indicado también le corresponde a alojamientos turísticos y agencias de viajes que participen como intermediarias en la comercialización del servicio.

Modelo de banner publicitario



¡Excursiones sustentables!

¡SEGUINOS!



Reservas: +54 9 3541 519644 

+ info

Por otro lado, en relación a los **medios y recursos digitales**, es menester destacar que en primera instancia se creará un sitio web exclusivo para la difusión del producto (www.BiciAndo.com) y además, se llevarán adelante campañas promocionales y comunicacionales vía Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, email y Youtube. Creándose además, un perfil de Tripadvisor exclusivo para gestionar la imagen de la empresa y posibilitar el feedback de los consumidores del servicio en pos del análisis de resultados y calificaciones para favorecer la mejora continua de la prestación.

Lo anteriores sitios digitales mencionados dispondrán de contenido traducido (por plataforma web DeepL /WordReference) en tres idiomas (español, portugués e inglés), además de imágenes, fotografías y contenido audiovisual.

● **Contenido del sitio web del proyecto**

- La página web oficial, tendrá una breve reseña sobre la importancia del desarrollo sostenible y su relación con el Cicloturismo, y además en (solapas desplegadas) una presentación de los tours ofrecidos incluyendo datos técnicos de los mismos para facilitar la elección del tipo de excursión deseada como también los servicios, beneficios y ventajas ofrecidas por la empresa BiciAndo. Además, cuenta este sitio con descripciones llamativas de la atención sobre cada uno de los recursos y atractivos que componen y nutren la excursión, incluyendo una galería de fotos de alta calidad presentadas por la empresa y tantas otras compartidas por los usuarios que vivieron la experiencia cicloturística BiciAndo; incluyendo videos y hasta relatos cortos e interesantes sobre la excursión.
- En relación a las redes sociales, el fácil y rápido acceso e identificación de cada red social en el sitio web, permitirá la mejora del posicionamiento orgánico de la página en los buscadores ya que las redes sociales son referencias webs de Alta Autoridad, y los vínculos desde y hacia ellas mejorar nuestra posición en los resultados de búsqueda.
- El sitio web estará disponible para poder reservar y pagar directamente, seleccionando la cantidad de usuarios que realizarán la actividad, la fecha y el horario de la excursión deseada-disponible; administrando entonces: la gestión de cobros, tarifas y disponibilidad.

Utilizando para la gestión de las mismas, un servicio informático orientado a la actividad turística, llamado “Motor de reservas” (<https://www.motordereservas.com.ar/>).

● Acciones en redes sociales

Antes de indicar las acciones previstas para cada red social, es resulta imprescindible aclarar que el gestor general y dueño de la empresa se encargará de gestionar el contenido de las redes día a día (elaborar publicaciones y hasta previendo su programación para fechas especiales, previstas, responder consultas comentarios, etc.). Esto es fundamental para asumir la conciencia sobre la importancia del trabajo en redes sociales, necesario para alentar el éxito de la empresa mediante la interacción continua con los visitantes virtuales y el público objetivo; en pos de comunicar y promocionar el servicio para generar mayor comercialización y rentabilidad por sobre la prestación.

Entonces, para ello se requiere emplear acciones integrales de social media marketing en las redes sociales activas y disponibles (anteriormente mencionadas), considerando que estos espacios virtuales suelen ser la “vidriera” de la empresa y mucho del contenido manifestado allí (comentarios, fotos y videos compartidos por consumidores por ejemplo), suele ser tomado como referencia por potenciales consumidores del servicio; influenciando de tal modo su decisión de contratación que lo compartido allí puede ser factor de decidir (o no) vivir la experiencia turística responsable BiciAndo.

Las **acciones** concretas a utilizar para cada red social consta de:

- **TripAdvisor:** En consonancia con los idiomas disponibles para los recorridos guiados, el perfil y descripción del servicio serán escritos de manera simple, concreta y atractiva; en inglés, español y portugués. Como parte de la elaboración del perfil, se estipula cargar y publicar al menos veinticinco fotografías de alta calidad, representativas de momentos de la jornada de “pedaleo” y sitios a conocer en el desarrollo de las excursiones.

Es importante aclarar, que la calificación y comentarios en esta red social sobre el servicio, será un insumo informativo valioso para la elaboración y análisis del proceso de retroalimentación pretendido para la mejora continua del servicio. Acompañado a la encuesta en formato papel que se prevé entregar finalizado el recorrido, se indicará que es valioso la realización de comentario (en esta red social por ejemplo) opinando sobre el servicio recibido.

En este caso, el empleado tiempo completo se encargará de revisar las notificaciones sobre comentarios y por supuesto dar respuesta de forma inmediata. Considerando siempre la cordialidad, optimismo y el respeto en el trato, aunque posiblemente ese no sea el modo de comunicarse de un turista insatisfecho; comentarios negativos no se

borrarían sino que solo se responden y si es necesario se pide disculpa y se ofrece un reintegro de dinero o bonificación para futuras excursiones.

- **Youtube:** se elaborarán y utilizarán en esta red social, proyecciones fílmicas audiovisuales para realizar spots publicitarios cortos (2 minutos aprox.) e impactantes (muchas imágenes del imponente paisaje serrano desde las alturas y desde el interior de las arboledas, con un breve guion subtitulado, con lenguaje de señas y hablado (en tres formatos de distintos idiomas) que explique de manera sintética el atributo sustentable del servicio BiciAndo. También documentación fílmica de los recorridos (en videos de aproximadamente 15 minutos), incluyendo en este caso una breve explicación de recorridos y sitios a visitar, indicando la modalidad y las características del servicio como también los beneficios y ventajas de contratar BiciAndo. Se estipula incluir a este formato de film, relatos de excursionistas sobre la experiencia y micro videos compartidos por los excursionistas.
- **Instagram, Facebook y Twitter:** Se realizarán publicaciones de manera diaria, alternando en información interesante (en formato video, imagen o texto) sobre turismo sustentable, movilidad sostenible, turismo, Cicloturismo, patrimonios naturales y culturales, eventos locales, efemérides, frases optimistas y alentadoras, postales, selfies con visitantes y momentos memorables, anécdotas atractivas de excursiones, promociones, sorteos, recuerdos, etc. Se dejará explícita en apartados específicos de cada red social el valor del atributo sustentable que caracteriza e identifica al servicio BiciAndo.

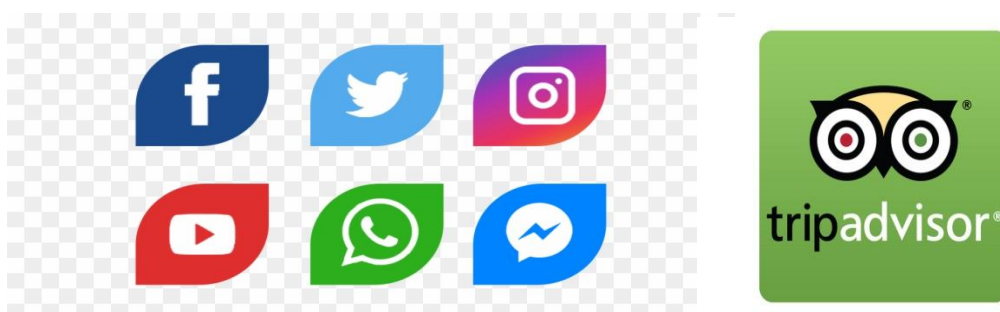
Se evaluará según la estadística que facilita cada red social (utilizando incluso para este caso y el del sitio web del proyecto, el servicio de la herramienta Google analytics), los horarios para publicar, los días; como también la direccionalidad de la publicidad y el público objetivo.

Se pretende que la página sea visible sobretodo, por la frecuencia diaria de “aparecer” en historias y muros. Pero evitando generar saturación, se alternará el formato de las publicaciones pudiendo visualizar textos cortos (no más de treinta caracteres), imágenes impactantes (excelente calidad integral de fotografía o imágenes elaboradas en lo respectivo a pixeles, coloración, etc.) y videos de corta duración (máximo tres minutos).

- **Whatsapp y e-mail (vía gmail):** Mensajes de difusión dirigidos a: *clientes antiguos o potenciales (difusión direccionada), *Agencias de viaje y alojamientos turísticos de la

localidad (incluyendo las localidades vecinas o de zonas de influencia anteriormente mencionado) para que puedan reconocer y ofrecer el servicio como parte de la propuesta turística sustentable de la zona. También por ejemplo, se considera el empleo de un email formal para invitar al personal de alojamientos o empresas turísticas locales (o de la zona de influencia del servicio) a realizar Famtours. Incluyendo en este tipo de acciones, la invitación a periodistas de los principales medios de información desde donde procede el flujo turístico que llega a la localidad (tanto nacional como internacional, previamente indicado), proponiendo entonces un Fampress para que puedan conocer (y dar a conocer) el producto mediante la realización misma de los recorridos de Cicloturismo ofrecido por BiciAndo.

Haciendo referencia a otro enfoque sobre lo digital, se pretende implementar el uso de “**folletería digital**”, la cual se basa en poder comunicar el contenido manifestado en el modelo banner (anteriormente mencionado) y enlaces a videos e imágenes de los recorridos de Cicloturismo ofrecidos y realizados, mediante la facilitación de Código QR¹⁵. Parte del contenido manifestado en el sitio web y en las redes sociales, se basará en imágenes compartidas por los propios participantes-excursionistas que hayan realizado recorridos con BiciAndo; otorgando la posibilidad de difundir momentos de la excursión y facilitar el contacto e interacción con cada turista.



Los anteriores iconos serán los representativos de cada red social disponible, en el sitio web de la empresa BiciAndo.

¹⁵ La propuesta del producto a ofrecer (BiciAndo) tiende a la sostenibilidad de manera integral, es decir promueve la consideración de una publicidad ambientalmente amigable; pretendiendo alternativas de promoción que busquen disminuir el número de impresiones de miles de folletos de papel plastificado, sumamente contaminante e invitando a acceder al folleto publicitario del producto de manera digital mediante el escaneo de un Código QR.

● Otras acciones para la comunicación

Se pretende además, utilizar las redes sociales mencionadas y el sitio web para difundir y comunicar el servicio, mediante: charlas virtuales gratuitas y abiertas al público sobre temáticas diversas (relacionadas al turismo, el ambiente y la salud), como también propuestas participativas en concursos, publicidad paga (orientada al perfil del mercado meta), sorteos, beneficios para fechas específicas (paga uno, disfrutan dos) y trivias que a modo de premio otorguen beneficios a la hora de adquirir el servicio.

Se estipulan otras acciones promocionales pensadas específicamente para la comunidad local o residentes vecinos (Cuesta Blanca, Icho Cruz, Mayú Sumaj, Cabalango, Carlos Paz, Tanti y Bialet Massé, Córdoba Capital, etc.) otorgando un treinta por ciento de descuento, al acreditar su domicilio y residencia (con el DNI) como también, la invitación gratuita a diversos actores involucrados en la actividad turística local (por ejemplo trabajadores gastronómicos, guías de turismo, estudiantes de turismo, informantes turísticos, trabajadores del sector alojamiento, etc.).



@BICI ANDO
CICLOTURISMO



Excursiones SUSTENTABLES



San Antonio de Arredondo/ Córdoba /Argentina

#sustentable#turismo#turismosostenible#Cordobaargentina#paisaje#bike#textursion#turism#aventura#adventure#naturaleza#nature#ciclismo#biking#cycling

La imagen indicada, es un modelo de publicación de Facebook e Instagram.

● Sobre la presencia en portales y sitios web

Se prevé la presencia del proyecto en sitios web gubernamentales (portal web oficial de la municipalidad de San Antonio de Arredondo, en el sitio web oficial de Villa Carlos Paz y en el sitio web oficial de Agencia Córdoba Turismo) mediante la inclusión de BiciAndo, en el listado de prestadores de la actividad específica “Cicloturismo” debidamente registrados y habilitados por el ente provincial de turismo alternativo.

También se tiene en cuenta a la hora de “hacer presencia”, la propuesta de realizar entrevistas sobre el proyecto o participación en medios periodísticos mediante artículos de opinión sobre la temática, en revistas específicas sobre turismo y/o ambiente en la provincia de Córdoba y Argentina; lo mismo para revistas relacionadas a la práctica ciclista y demás medios periodísticos específicos de las ciudades o provincias (y hasta países) de mayor procedencia turística de la localidad.

Compartiendo incluso (como alternativas de presencia en portales digitales) de manera periódica, imágenes de los recorridos en bicicleta y del proyecto en sí mismo, en diversos grupos de Facebook de ciclistas y cicloturistas; y hasta aficionados por el Cicloturismo o de actividades al aire libre.

Se considera el empleo de estrategias de **atracción de tipo Pull**, basadas en acciones de marketing que buscan la atracción del consumidor (o cliente final) hacia la marca, como también el fomento e incremento de la demanda del servicio. Sin duda que este tipo de acciones busca además conllevar a la concreción y efectuar definitivamente la reserva de la excursión (realizándola de manera directa a través de todos los sitios anteriormente indicados -8 sitios en total-).

Las campañas promocionales generadoras de la atracción indicada, buscarán dar a conocer la marca y resaltar su fundamental atributo diferenciador, los beneficios socio-ambientales sobre el tipo de actividad como también sobre las ventajas de contratar el servicio (que implica mucho más que solo alquilar una bicicleta para pasear); además por supuesto, brindar información sobre las características del servicio de excursiones en bicicleta. En este imprevisible contexto de pandemia no se sabe exactamente en qué momento se habilitará la actividad turística local, no obstante se espera comenzar con la campaña de promoción a partir del mes de septiembre (previendo dar inicio en el mes de Diciembre del 2020).

Capítulo 9: Política de comercialización

Como política de comercialización, se prevé la utilización de diversos **canales de comercialización** entre ellos los denominados “propios” (reconocidos también como directos) y “ajenos o de terceros” (reconocidos también indirectos).

Pretendiendo lograr, mediante la utilización de diversos canales de comercialización, el incremento de la actividad comercial del servicio ofrecido (de excursiones sustentables en bicicleta), buscando en definitiva el aumento exponencial y la concreción de reservas.

En relación a los **Canales Propios** o **Canales directos**: las acciones de comercialización serán llevadas a cabo mediante el sitio web del servicio (www.BiciAndo.com) y las redes sociales mencionadas (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Whatsapp, email). Se incluye en este canal directo la contratación y venta en el local comercial de la empresa, pudiendo efectivizar la reserva cara a cara con tan solo dirigirse (el turista) unos 100mts por sobre la avenida Cura Brochero (en dirección sur, desde el centro de información turística del destino) hasta llegar al local de atención comercial de BiciAndo.

Y en lo que respecta a los **Canales Ajenos (de terceros o indirectos)**; vale decir que si bien se estipula concentrar mayoritariamente las reservas mediante los anteriores canales mencionados (canales propios), es importante reconocer que se prevé trabajar comercialmente en red y contar con intermediarios que amplíen, viabilicen y posibiliten la concreción de reservas del servicio ofrecido por BiciAndo.

Para este tipo de canal, se pueden generar convenios pre-establecidos acordando por ejemplo comisiones por venta y demás condiciones de utilidad comercial. Los intermediarios participantes en este canal indirecto pueden ser: establecimientos de alojamiento y agencias de viajes mayoristas y minoristas (locales y de la zona de influencia del destino donde se ofrece el servicio, indicados en el capítulo anterior).

● Detalle de los canales de comercialización del servicio

BiciAndo posee un punto de comercialización propia “in situ” y de venta “cara a cara” en el local comercial de la empresa (sito en avenida cura Brochero s/n, a 100mts en dirección sur del centro de información turístico de San Antonio de Arredondo). Pero también a la hora de comercializar el servicio de excursiones de Cicloturismo existen terceros, ellos son establecimientos de alojamiento turístico y agencias de viajes receptoras (locales y de localidades vecinas de influencia que han sido mencionadas anteriormente) que se encuentran disponibles para ofrecer este servicio complementario a sus huéspedes o clientes, y poder en definitiva concretar reservas de excursiones sustentables brindadas por BiciAndo.

Pero además, en relación a la política de comercialización y para aggiornarse a la realidad contextual actual de la actividad turística (reconocida entre muchas cosas, por sus características de tecnología globalizada), BiciAndo apuesta fuertemente al trabajo virtual-digital en su sitio web oficial y en la utilización de plataformas específicas y redes sociales.

Sumado a lo anterior, la empresa pretende (en pos de comercializar su servicio) apostar a la tendencia creciente basada en el comercio electrónico (e-commerce). Buscando mediante este tipo de comercio, incrementar el acercamiento entre productor del servicio y consumidor potencial; estableciendo un tipo de trato directo, inmediato y personalizado mediante canales digitales y virtuales de comunicación y comercialización electrónica.

Se estipula entonces, y en relación a los canales propios (directos) y de terceros (indirectos) que: para el primer caso le correspondan el 70% de las reservas (subdividiendo este en medios digitales un 40% y para medios presenciales un 30%) y para el segundo canal el 30% restante de las reservas efectuadas.

Finalmente, se presentan algunas acciones a llevar a cabo, respectivas a las tarifas de las excursiones y a su comercialización:

- tarifas con descuentos (para residentes o casos eventuales que puedan surgir).
- comisiones o beneficios para Intermediarios (alojamientos turísticos o agencias receptoras).
- como también beneficios para clientes que acceden sin intermediarios al servicio y que deseen adquirir el producto mediante ofertas promocionales para fechas especiales, reservas con más de un mes de antelación o para los casos de grupos pre-armados que incluye un “pase libre” cada 9 personas.

Es menester mencionar, que se espera a analizar a *posteriori*, el ofrecimiento de un *pack de excursiones* a precio especial, y otras estrategias de comercialización posibles de analizar para llevar a cabo.

● **Canales específicos para la comercialización del servicio**

- **Canal 1:** Refiere al canal conformado por la participación de **intermediarios** entre BiciAndo y el consumidor final, es decir, reservas concretadas por terceros e intermediarios también reconocido como “venta indirecta”. Este canal está constituido por agencias mayoristas o minoristas receptoras, alojamientos turísticos y/o organizaciones varias (un gimnasio por ejemplo) que puedan llegar a favorecer el vínculo comercial entre el servicio de excursión y el consumidor final- excursionista. En este canal, el agente intermediario podrá generar reservas mediante el siguiente procedimiento: 1) corroborar con BiciAndo la disponibilidad de la cantidad de lugares que necesite reservar, 2) luego continuar con la reserva definitiva mediante el cobro y la transferencia inmediata (a BiciAndo) con el valor de las excursiones vendidas (descontando la comisión acordada previamente) y el envío del comprobante de transacción; 3) para luego emitir vouchers a los excursionistas que deberán entregar a la hora de realizar la excursión.

- **Canal 2:** Este canal de comercialización es reconocido como “directo”. Se basa en el empleo del **sitio web** (que incluye toda la información mencionada en el capítulo anterior) y sus funciones de reserva automática, donde con tan solo pocos “clicks” (para: selección del tipo de excursión, cantidad de lugares, horarios y fechas disponibles en almanaque, medio y forma de pago -débito automático, crédito, mercado-pago- y finalmente “aceptar” la confirmación de la reserva) se logra autogestionar de manera fácil, rápida y segura la reserva requerida; logrando efectuarla a cualquier hora y de manera instantánea. Recibiendo en el instante del pago, el comprobante de la reserva realizada.

El sitio web y sus funciones se encuentran disponibles para su operación en PC, notebook, netbook (con sistemas Windows y Linux) y Smartphone con sistema iOS, Android y Windows. Además disponibles para utilizar con sistema JAWS -software lector de pantalla para ciegos o personas con visión reducida- y versión del contenido en

tres idiomas: español, inglés y portugués. Este canal llegará de forma directa al consumidor final.

- **Canal 3:** Caracterizado por ser un canal de tipo directo, ya que las reservas son efectuadas mediante el empleo de una comunicación directa a través de **redes sociales** (específicamente para reservar Whatsapp, Facebook, Instagram, Email) que dispone el servicio BiciAndo. Donde luego de la consulta por parte del potencial excursionista y su afirmación de querer continuar en un proceso de reserva, sucede una instancia previa de concreción tentativa de la reserva del servicio BiciAndo.

Se lleva a cabo un proceso donde: 1) el personal de la empresa BiciAndo, envía un archivo .pdf con el resumen de la reserva tentativa (al cliente), detallando fecha y hora de la excursión a contratar, cantidad de lugares reservados, condición de reserva (con o sin promoción, descuentos, liberados, etc.) el monto final de la reserva y si es el caso, la descripción de la seña pretendida (50% del monto total de la reserva) y el saldo que se debe abonar el día de la excursión.

2) Una vez aceptada y confirmada la información de tipo resumen por parte del cliente, se continúa con la realización de la reserva definitiva prevista a realizar plazo que no supere los 60 minutos aproximadamente (desde el momento de enviado el resumen).

3) Debiendo entonces el cliente, realizar una transferencia bancaria o pago por mercado pago e instantáneamente enviarle al chat de la conversación con BiciAndo, el comprobante (foto o imagen) del pago por transferencia realizado.

4) Recibido el comprobante el proceso de reserva se da por concretado.

- **Canal 4:** refiere al canal directo representado en este caso por la venta personal mediante el **contacto y la comunicación 'cara a cara'** en el local de atención comercial. Basándose este, en el trato e interacción con el cliente de manera personal, pudiendo efectuar la contratación del servicio en el espacio físico de la empresa destinado para tal fin.

En síntesis. En cuanto a la política de comercialización, el servicio propuesto tendrá una presencia física-personal en el mismo lugar donde se inician y finalizan los recorridos, en su sitio web, como también presencia completa en más de cinco en redes sociales con publicaciones diarias en: Facebook, Twitter e Instagram y con un perfil activo en Tripadvisor. Destacando incluso los mensajes de difusión periódicos mediante Whatsapp, email y la “suba” semanal de videos en Youtube. Sin olvidar, la *disponibilidad de estos recursos para efectuar reservas*.

Se buscará construir un vínculo con el mercado meta, utilizando fotos, relatos y videos como principal medio para transmitir y compartir la experiencia, buscando fomentar la participación de aquellos que han vivido la experiencia BiciAndo mediante el aporte de contenido en redes; en pos de incentivar y motivar a la repitencia de la contratación de excursiones como también estimular a potenciales turistas hacia la *compra de este servicio* de Cicloturismo.

El detalle de este tipo de publicaciones y contenido compartido en redes sociales, se basa en el poder detallar las características y atributos principales del servicio (la “sustentabilidad-sostenibilidad”, sus beneficios y ventajas para el turista como para la comunidad local y el medio ambiente), los horarios de salida y las tarifas a modo de brindar información y orientar sobre como es la prestación del servicio de excursiones en bicicleta brindado por BiciAndo. Acompañado a este contenido y como remate de cada publicación, se invitará a establecer un contacto directo vía e-mail, Whatsapp y demás redes sociales (y hasta sitio web) para aprovechar la oportunidad de vivir una experiencia de Cicloturismo y *concretar una reserva de forma directa e inmediata*.

En síntesis, los canales propios o directos de comercialización que dispone BiciAndo se constituyen principalmente sobre el comercio electrónico y el empleo de redes sociales y sitio web. En segundo lugar la comercialización directa de tipo “cara a cara” o en modo presencia física personal *in situ* (en local comercial); siguiéndole en menor medida la utilización de canales indirectos basados en la intermediación de organizaciones del sector turístico.

Capítulo 10: Calidad turística

BiciAndo busca brindar un servicio que reúna las condiciones necesarias para cumplir con las medidas viales y socio ambientales de seguridad correspondientes, cuidando la integridad de las personas que realizan la actividad sin olvidar satisfacer su necesidad como turista-cliente.

Instrumentos que se pretenden emplear en este proyecto, para **medir la satisfacción del turista**, se basará en diversas fuentes de información:

- Encuesta de satisfacción en formato papel (reciclado¹⁶), **entregada en mano a cada turista (con una lapicera) al finalizar el recorrido**, explicando que en 1´ pueden realizar la encuesta cuyo fin es mejorar el servicio ofrecido.

- Referencia en red social: Invitación a que los turistas que realizaron excursión dejen comentarios a modo de referencia en página de Facebook (estableciendo la puntuación y comentario del producto), Instagram y/o en Trip Advisor.

- Libro de quejas y de sugerencias.

Luego se procederá a Recopilación de información obtenida en diferentes fuentes (respetando cada fuente por separado) para luego continuar con el ordenamiento, procesamiento y elaboración de informe estadístico con resultados sobre la satisfacción del cliente.

Cabe mencionar que los resultados obtenidos serán considerados como una instancia de retroalimentación y feedback necesario para la mejora continua, mediante el análisis detallado de aspectos positivos sobre la prestación del servicio (a considerar sobre posibles de mantener y potenciar) y aspectos sobre la prestación del servicio de carácter deficitario o negativo (aquellos posibles de mitigar y mejorar).

¹⁶ Luego de procesadas las encuestas en formato papel reciclado, las mismas serán donadas a la campaña de reciclaje que lleva a cabo el Hogar de Tránsito “Cura Brochero”, de la localidad vecina Villa Carlos Paz.

- **Formulario de encuesta de satisfacción**

Excursión (marcar lo realizado)	Valoración	¿Qué fué lo mejor?	¿Qué mejoraría?	¿Cumplió sus expectativas?
Accesible + Full day (Opc. 1 – 2)	MUY BUENA	Relación precio-calidad	Relación precio-calidad	SI
Part day (Opc. 1 - 2 -)	BUENA	Recorridos	Recorridos	NO
	REGULAR	Guía	Guía	
Easy (Opc. 1- 2)	MALA	Bicicletas	Bicicletas	
		otro	otro	

BiciAndo le agradece por su visita y tiempo para completar la encuesta, hasta pronto... ¡Te esperamos!

Conclusiones

Luego de haber recorrido diversas fuentes de información para poder profundizar sobre los diversos aspectos abordados, en relación a las temáticas que dan origen a la propuesta de servicios de “*excursiones sustentables*” (BiciAndo), se reconoce en primera instancia el carácter multidisciplinario de la actividad turística en sí misma (y en este caso propuesto específicamente) ya que para su abordaje analítico, desarrollo y fundamentación; se requiere considerar aspectos de las ciencias sociales, ciencias naturales y de las reconocidas ciencias exactas.

Se ha debido entonces, considerar aspectos relacionados con costos-tarifas, aspectos biológicos en relación a la disminución de impactos ambientales desfavorables como también aspectos relacionados a procedencia y tendencias de consumidores- turistas, etc.

Respecto al último aspecto mencionado previamente, se reconoce una tendencia de consumidores hacia propuestas turísticas atractivas que alienten al desarrollo sustentable-sostenible en destinos, como también en lo que respecta a prácticas de marcado carácter: activo, participativo y fundamentalmente en contacto con la naturaleza. Reconociendo incluso la importancia en este caso, del carácter innovador de la propuesta, ya que no existe la misma oferta (de excursiones sustentables en bicicletas, en reserva natural, con criterios de accesibilidad y precios competitivos) en la zona próxima o de influencia.

Por otro lado, y en relación estrecha al servicio propuesto, se cree también que su puesta en marcha puede ser viable por diversos motivos. Entre ellos el tipo de actividad y las características reconocidas fundamentalmente por sus atributos (indicados en el apartado que refiere al posicionamiento del mismo) basados en preceptos de sustentabilidad y sostenibilidad socio-ambiental. Y además, por su factor explícito que refiere a la accesibilidad en la prestación del servicio, posibilitando incluir a sectores de la sociedad que suelen verse imposibilitados de realizar actividades turísticas basadas en prácticas deportivas, de eco turismo y aventura.

En relación al costo de inversión, se considera que es un proyecto con posibilidades de obtener ganancias y recupero de inversión a corto plazo, considerando entre muchas cosas: la no existencia de empleado en relación de dependencia, la relación entre el valor de las tarifas (que también son competitivas en relación a la oferta similar de alquiler de bicicletas en la localidad vecina) y la cantidad de días-excursiones previstos (anualmente) a prestar el servicio.

Un aspecto relevante a considerar en esta conclusión, es lo transmitido por la responsable del área de turismo del destino, ya que manifestó que el municipio pretende alentar inversiones privadas para proyectos de turismo rural y para aquellos que buscan fomentar

actividades de turismo sustentable y de naturaleza-aventura. Considerando además, que el mercado meta del servicio propuesto se orienta mayoritariamente al público que accede a la localidad.

Además, se debe tener en cuenta los aspectos que refieren a la infraestructura y a la planta turística local, que posibilita el acceso fácil y rápido al destino (por nuevas rutas provinciales inter-valle) como también su estadía allí para quien lo desee.

Por último, y si bien el panorama es incierto aún, se estima que en período de postpandemia de covid19 (cuando se reactive la actividad turística), unas de las prácticas turísticas que serían más beneficiosas para evitar la propagación del virus, sería mediante actividades deportivas o aquellas que eviten grandes aglomeraciones de personas, que se desarrollen en espacios abiertos y entre otras cosas, o las que alienten el transporte de personas a base de la movilidad en bicicleta (por ejemplo Cicloturismo). Los cuales además de evitar contacto o cercanía con demás personas por el desplazamiento individual, la práctica ciclista genera la mejora en el estado físico y de salud de las personas; reforzando además su sistema inmunológico.

Por todo lo anterior mencionado y en líneas generales, se cree innovadora, oportuna, sanitaria, accesible y viable la oferta del servicio de “*excursiones sustentables*” BiciAndo; en la Reserva Natural provincial “Valle del Cóndor” (San Antonio de Arredondo, Sierras de Córdoba, Argentina).

Bibliografía

Diez Alberdi A. "El marco conceptual e ideológico del Turismo" (unidad didáctica II). El Turismo como respuesta psicosocial. Universidad Fasta. 2018.

Diez Alberdi A. "Código ético mundial para el Turismo" (unidad didáctica II). El Turismo como respuesta psicosocial. Universidad Fasta. 2018.

Diez Alberdi A. "Fenómenos psicosociales en la práctica del Turismo" (unidad didáctica IV). El Turismo como respuesta psicosocial. Universidad Fasta. 2018.

Argenbici. (2020). [*10 propuestas para gobiernos locales para planificar la movilidad en tiempos de pandemia*]. Ubicación: <https://www.bicivilizados.org/abi-10-propuestas-para-gobiernos-locales-para-planificar-la-movilidad-en-tiempos-de-pandemia/>

Bolaño, X. (04 de Octubre 2010). [*Estrategias de posicionamiento*]. Emarketing&consumo. Ubicación: <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>

[Cabañas habilitadas]. (s.f). n/a. Ubicación: <https://www.sanantonio.gob.ar/www.sanantonio.gob.ar/?q=cabanas-habilitadas>

Carballo L. TlyCs aplicadas al turismo, Licenciatura en Turismo. Universidad Fasta. 2019.

Carro, R. Formulación y evaluación de proyectos turísticos, Licenciatura en Turismo. Universidad Fasta. 2019.

Cicloturismo: disfrutar Córdoba en dos ruedas. (18 de diciembre de 2018). n/a. Ubicación: <https://www.lavoz.com.ar/espacio-de-marca/cicloturismo-disfrutar-cordoba-en-dos-ruedas>

Beber C. Desarrollo medioambiental del Turismo. "Desarrollo turístico sostenible" (unidad didáctica II). Universidad Fasta. Septiembre 2018.

Beber C. Desarrollo medioambiental del Turismo. "Educación ambiental y Turismo" (unidad didáctica IV).Universidad Fasta. Septiembre 2018.

Beber C. Desarrollo medioambiental del Turismo. "Modalidades de turismo sustentable" (unidad didáctica VI).Universidad Fasta. Septiembre 2018.

Club N+1. (04 de mayo 2020). [COVID19, bicis y Latinoamérica].Ubicación:
<https://nmas1.org/blog/2020/05/04/bicicleta-corona>

De Poi, W. "El Marketing estratégico" (unidad didáctica VI). Marketing de Servicio Turístico. Universidad Fasta. Noviembre 2019.

De Poi, W. "El Mix comercial" (unidad didáctica V). Marketing de Servicio Turístico. Universidad Fasta. Noviembre 2019.

Díaz E. Política y planificación turística, Licenciatura en Turismo. Universidad Fasta. 2019.

González R. Agenda política, Licenciatura en Turismo. Universidad Fasta. 2019.

La nueva bajada de las Altas Cumbres se desbordó de curiosos. (13 de Octubre, 2019 | Actualizado: 13/10/2019). n/a. Ubicación: <https://www.lavoz.com.ar/regionales/nueva-bajada-de-altas-cumbres-sedesbordo-de-curiousos>

Ley N° 8560. Ley Provincial de Tránsito. El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia de Córdoba. Sancionada: 16 de Junio, 2004.

Ley N° 8770. Ley Provincial sobre la creación de Reserva Recreativa Natural "Valle del Cóndor". El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia de Córdoba. Sancionada: 01 de Julio, 1999.

Ley N° 8801. Ley Provincial sobre Registro provincial de prestadores de servicios del turismo alternativo. El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia de Córdoba. Sancionada: 23 de Septiembre, 1999.

Ley N° 10491. Ley Provincial sobre Promoción y fomento del uso de la bicicleta, como medio de transporte alternativo, en ámbito provincial (urbano y rural). Legislatura de la Provincia de Córdoba. Sancionada: 18de Octubre, 2017.

Ley N° 24449. Ley Nacional de Tránsito. El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. Sancionada: 23 de Diciembre, 1994.

[Localidad San Antonio de Arredondo]. (s.f). n/a. Ubicación:
<https://www.cordobaturismo.gov.ar/localidad/san-antonio-de-arredondo/>

Rey M. (2004). "*Las estrategias de segmentación y posicionamiento en el mercado turístico*" (capítulo 7). Fundamentos del Marketing turístico. Comercialización aplicada.

Montezuma R. y Pardo C. (19 de Abril, 2020). [*Bicicleta y ciclismo: oportunidad única en la pospandemia / Opinión*]. Ubicación: <https://www.eltiempo.com/bogota/por-que-la-bicicleta-puede-ser-una-oportunidad-en-la-ciudad-despues-de-la-pandemia-486324>

Moral, M. (2016): [*El desarrollo del Cicloturismo como una modalidad turística sostenible*]. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016). Ubicación: <https://www.eumed.net/rev/turydes/21/cicloturismo.html>

Nuñez, C. (21 de Noviembre). [*¿Cómo y por qué segmentar el mercado de empresas y destinos turísticos?*]. INNOVATUR, Centro virtual de formación turística. Ubicación: <https://www.innovtur.com/como-y-por-que-segmentar-el-mercado-de-empresas-y-destinos-turisticos>.

Peralta D. (19 de Enero de 2020). [*Córdoba: El Valle de Punilla, al tope de visitantes este verano*]. Ubicación: <https://www.losandes.com.ar/article/view?slug=cordoba-el-valle-de-punilla-al-tope-de-visitantes-este-verano>

Romano V. Administración de recursos humanos aplicado al Turismo, Licenciatura en Turismo. Universidad Fasta. 2020.

Serra, M. (2016). [*El Cicloturismo y las vías verdes como ejemplo de turismo sostenible*]. Revista CIDOB d'Afers Internacionals n.113. Ubicación: www.cidob.org.

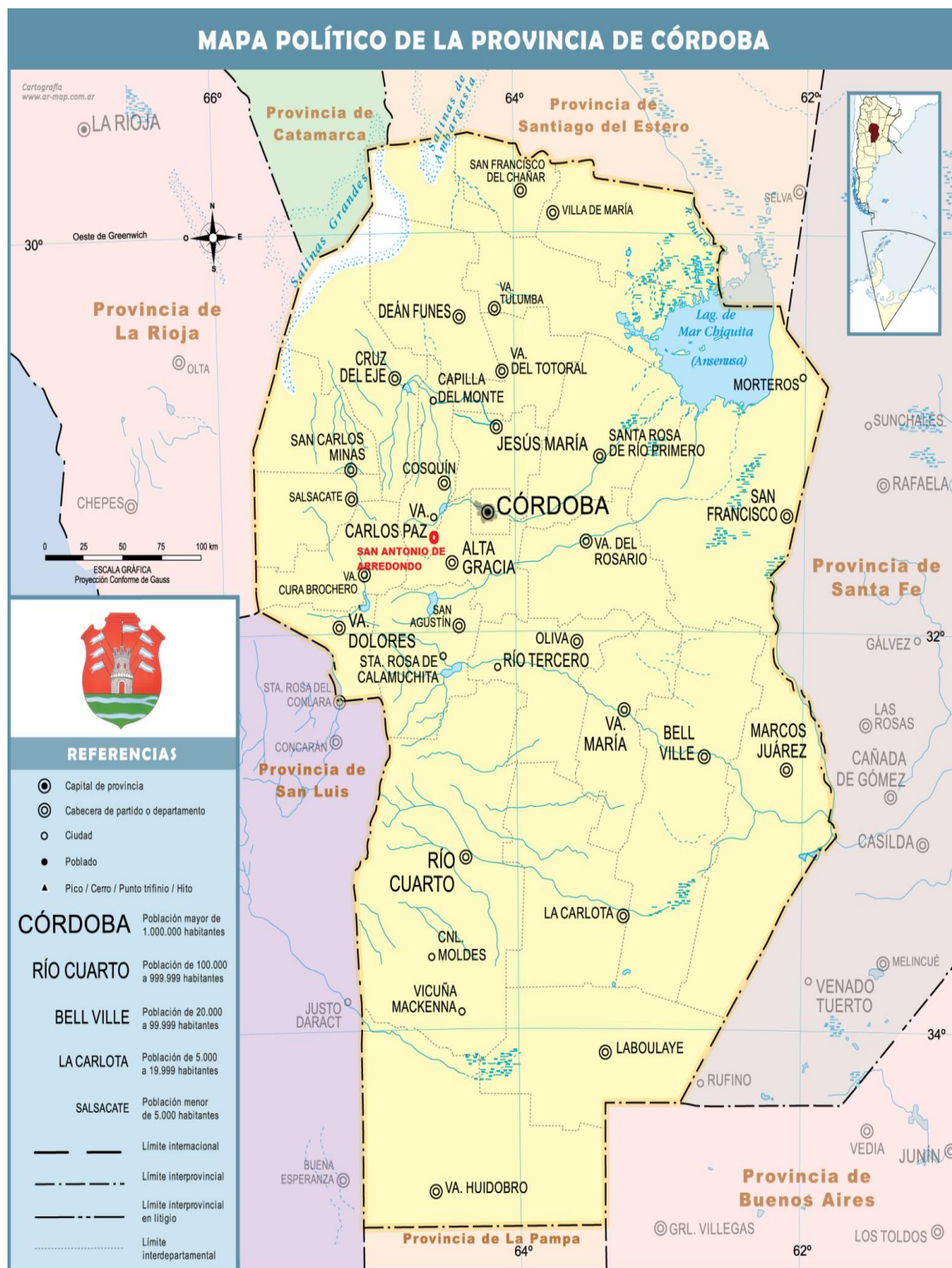
[Sistema Argentino de Calidad Turística]. (s.f). n/a, Ubicación: <https://www.argentina.gob.ar/turismo/sistema-argentino-de-calidad-turistica>

Toniut H. Dirección estratégica, Licenciatura en Turismo. Universidad Fasta. 2018.

[Turismo]. (s.f), n/a, Ubicación: <https://www.sanantonio.gob.ar/?q=turismo>

Anexos

- Anexo I - Localización geográfica del destino.



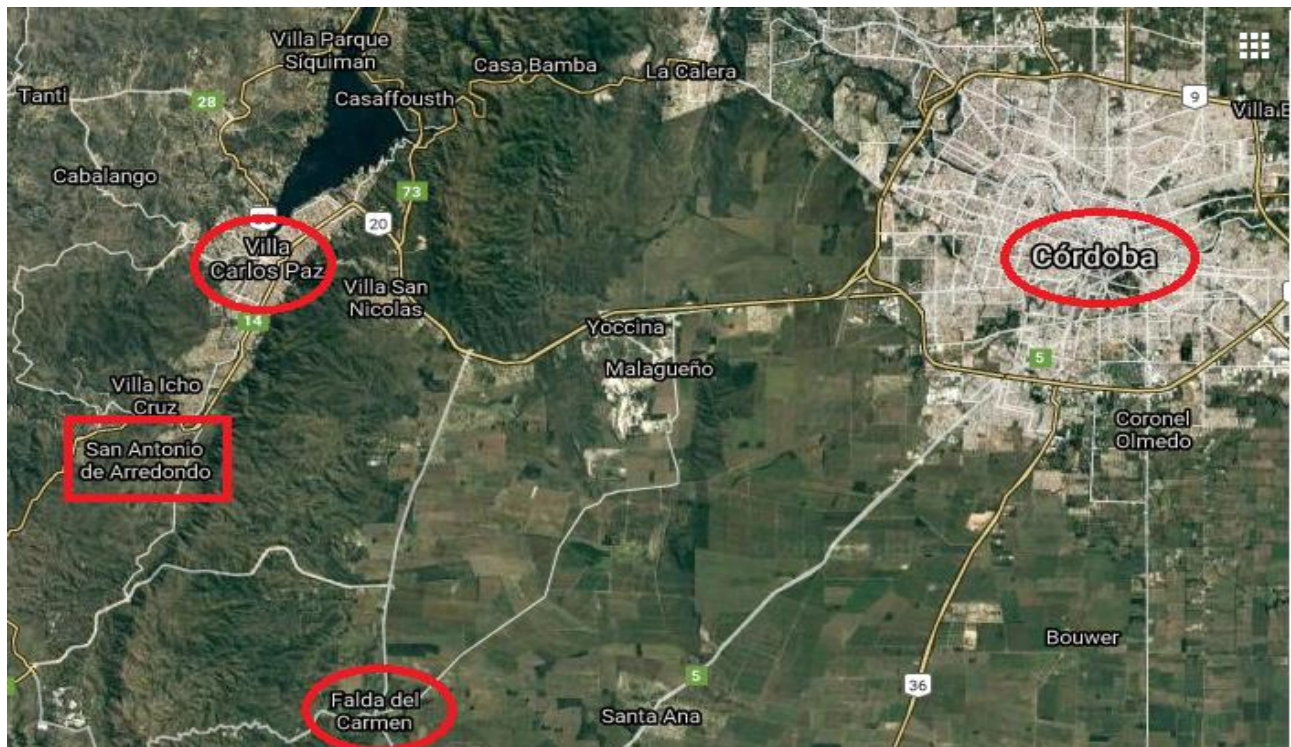
Referencias:

Circulo rojo: Localidad Villa Cura Brochero, relevante centro turistico. Distancia 125km.

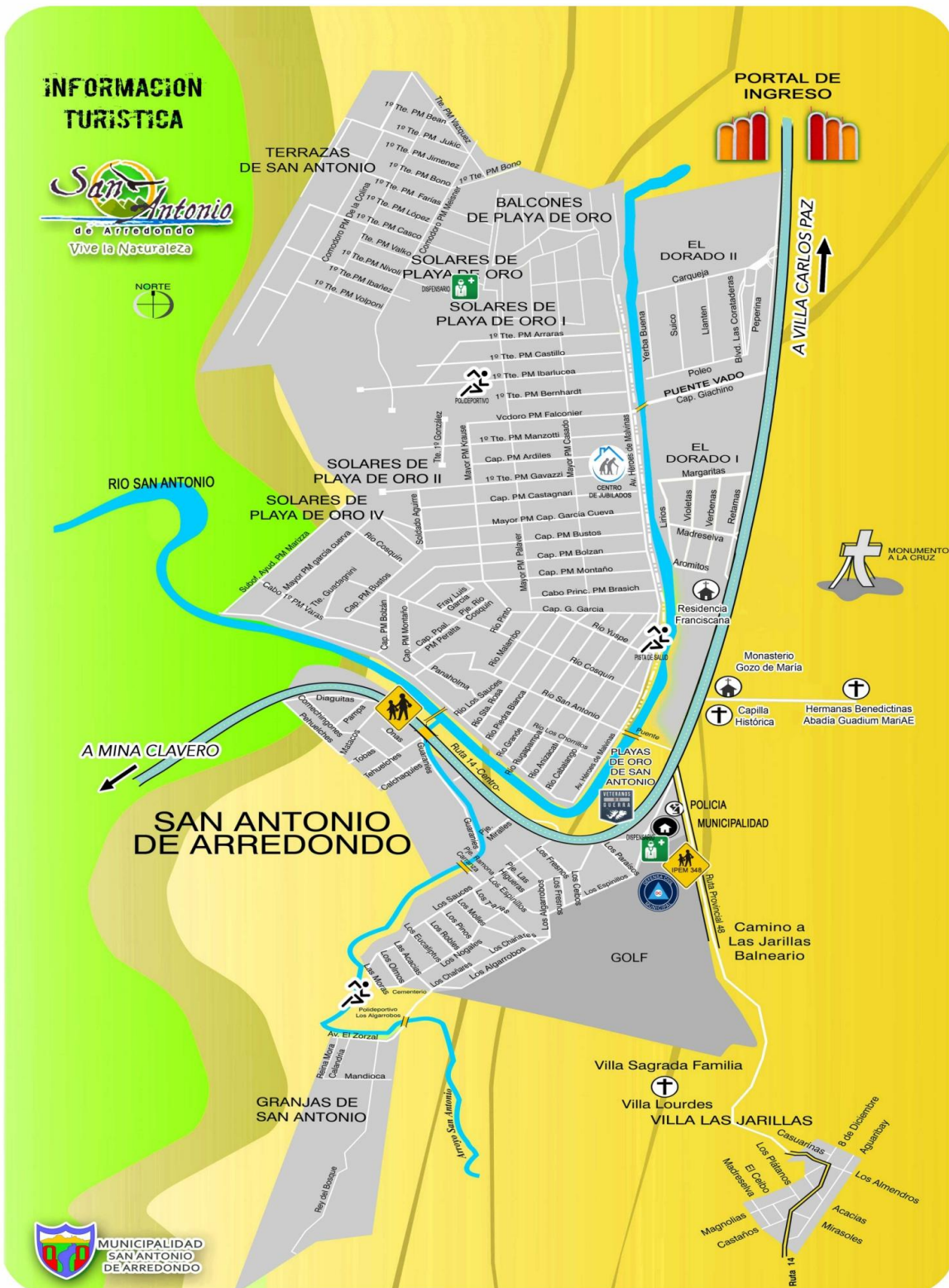
Lineas intermitentes rojas: Camino Altas Cumbres.



En el gráfico rectangular, la localidad destino. En círculos rojos, las localidades próximas de referencia (Falda del Carmen – próxima a Alta Gracia- 30km - Villa Carlos Paz 2km - Córdoba Capital 40km). Gráficos de edición personal para la orientación geográfica del destino.



Plano de la ciudad San Antonio de Arredondo



• **Anexo II – Entrevista.**

Entrevistador: Basgall Juan Francisco. JFB	Entrevistada: Patricia Suarez (PS) , encargada del área Turismo de la localidad San Antonio de Arredondo.	Fecha: 21 de Mayo, 2020 (entrevista telefónica)
--	---	--

JFB: Hola Patricia, buen día! Necesito información estadística sobre la actividad turística de San Antonio, ¿podrías ayudarme?.

PS: Hola, ¡si claro!. ¿Qué información necesitas? No tengo en este momento estadística formal pero puedo contarte sobre lo que recuerdo de la información que hemos ido recabando durante un año, hace dos años atrás.

JFB: Bueno, necesitaría que me comentas sobre los siguientes ítems por favor:

-¿Qué tipo de turistas recibe la localidad?

-¿Cuáles son las motivaciones, la procedencia y las características del turista que llega a la localidad?

PS: Muy bien, ahí te respondo...

JFB: Incluso también me serviría saber sobre ¿qué tipo de Turismo buscan captar desde la Municipalidad?

PS: Te cuento:

A groso modo, sobre muestras hechas durante un año en la oficina de Turismo (sobre mil quinientas personas), la mayor procedencia que equivale a un 70% proviene de Buenos Aires, luego provincia de Santa Fé (un 20%) y el resto; otras provincias.

Las pernoctaciones son entre cinco y siete días, también del mismo muestreo.

Generalmente recibimos familias, orientado a un turismo familiar. 95% de los casos “Turismo Familiar”. Desde la muni se orienta a Turismo Naturaleza, se trata de preservar los recursos que son el principal atractivo que tenemos orientado a actividades de turismo aventura-naturaleza: dando la posibilidad de realizar actividades físicas tranquilas como: circuitos en bicicleta, senderismo, Trekking, cabalgatas; estamos más orientado al turismo aventura o naturaleza (como quieras llamarlo). Apuntamos a ese tipo de actividades con la intención de aprobar algún que otro proyecto de Turismo rural. Seguimos en esa onda.

Tenemos hoteles certificando en Hoteles Más Verdes también (con certificación en bronce), la idea sigue siendo respetar y dar a conocer nuestros recursos históricos y religiosos generando visitas.

Tenemos un importante flujo de turismo religioso (anual) también. Insisto, la idea sigue siendo preservar los recursos de la localidad generando actividades como senderos, caminatas y motivando las cabalgatas que ya tenemos. Estamos pensando crear un circuito de artesanos. Insisto, la mayor atracción que tiene San Antonio es apreciar de sus puntos panorámicos y de su naturaleza.

También el año pasado hemos recibido turismo internacional, tuvimos visitantes de Brasil, Francia, Colombia y Alemania; han venido a un evento deportivo y de aventura, organizado por nosotros acá en la localidad. Queremos hacer actividades con el sector privado, fijando un horario para no molestar a la mayoría de la gente que viene a la localidad a descansar. El que quiere noche se va a Carlos Paz, no obstante hemos ofrecido algunas actividades nocturnas sobre el río (prudentes, hasta la una de la mañana), para que al otro día la gente pueda disfrutar de hacer actividades al aire libre en la localidad.

JFB: Patricia, muchas gracias por ayudarme.

PS: Gracias a vos, estamos elaborando para las próximas temporadas, unas planillas formales para poder tomar estadísticas. Cualquier otra consulta preguntame.

- **Anexo III- Descripción detallada de cada circuito de Cicloturismo.**

Circuito Full Day 1:

El circuito “Full Day 1” es de difícil dificultad y tiene una duración prevista aproximada de 6 horas, realizando un total de treinta y cinco kilómetros de pedaleo por las rutas provinciales : número 14, s-271 y finalmente regreso por la número 14 nuevamente accediendo a la localidad desde el sector Sur Oeste. Incluyendo el ascenso a los 995 msnm; transitando mayoritariamente por suelo asfaltado.

El punto de inicio es el local de atención comercial BiciAndo (Av. Cura Brochero s/n, a 100mts en dirección sur del centro de informes de la localidad San Antonio de Arredondo) situado en Av. Cura Brochero s/n, en el mismo sitio se finalizará la excursión. Se inicia a las 10am y se estima finalizar a las 16hs. Cabe aclarar que las excursiones se suspenden por lluvia por motivo de seguridad. El recorrido consta de conocer además, los siguientes sitios de interés mediante una guiada interpretativa del patrimonio:

Punto panorámico “Golf”, Monasterio Sagrada Familia, Balneario Las Jarillas (Almuerzo), Mirador del Cóndor (avistaje de aves), Cruce “camino Altas Cumbres” y cruce “Camino Viejo”.

En el punto de inicio del recorrido se realizará una presentación formal sobre el guía, el recorrido a realizar, y sobre medidas de seguridad y recomendaciones técnicas a considerar. Comenzando el recorrido, nos dirigimos 1000mts en sentido sur por la ruta provincial número 14, para luego empalmar con la nueva ruta s-271; continuando por esta 1000mts más en ascenso hasta llegar al primer punto de parada “punto panorámico Golf”. Allí, se realizará una localización geográfica del recorrido y de la localidad, y reconocimiento de localidades aledañas y accidentes geográficos destacados.

Continuando luego de 20 minutos, se pedalea 2000mts más hasta el monasterio sagrada familia donde bajo la sombra de arboles se relatará la historia sobre los primeros pobladores de la zona. 2000mts más adelante llegamos al paraje Las Jarillas donde se prevé el almuerzo libre a orillas del arroyo homónimo, bajo la arboleda de inmensos Carolinos o conocidos en la zona como Plátanos.

A 30 minutos de allí continuando por la ruta asfaltada S-271, nos encontramos con la siguiente parada denominada “Mirador del Cóndor” donde desde un estacionamiento amplio al costado de la ruta, se puede visualizar un inmenso valle serrano virgen donde suele ser visitado por un “personaje ilustre”: El Cóndor Andino. Allí además, se utilizaran los binoculares para observar otras aves del bosque serrano.

Y en los próximos 5000mts se continúa ascendiendo hasta el sector más alto del recorrido “Cruce del camino de altas cumbres” donde además (desde allí) se empalmará con la ruta provincial número 14, para emprender el regreso hasta el centro de informes turístico de la localidad San Antonio de Arredondo. En el transcurso del descenso (a diez kilómetros del cruce anteriormente mencionado) se realizará la última parada técnica en el cruce “del camino viejo”; para finalmente continuar los últimos 8 kilómetros de descenso por la ruta provincial numero 14 hasta llegar al local de atención comercial BiciAndo y finalizar el recorrido.

Circuito Full Day 2:

El circuito "Full Day 2" es de difícil dificultad y tiene una duración prevista aproximada de 6 horas, realizando un total de treinta kilómetros de pedaleo por las rutas provinciales: número 14, s-271 y número 34. Incluyendo el ascenso a los 900 msnm; transitando mayoritariamente por suelo asfaltado.

El punto de inicio es el local de atención comercial BiciAndo (Av. Cura Brochero s/n, a 100mts en dirección sur del centro de informes de la localidad San Antonio de Arredondo) situado en Av. Cura Brochero s/n; en el mismo sitio se finalizará la excursión. Se inicia a las 10am y se estima finalizar a las 16hs. Cabe aclarar que las excursiones se suspenden por lluvia por motivo de seguridad. El recorrido consta de conocer además, los siguientes sitios de interés mediante una guiada interpretativa del patrimonio:

Convento franciscano, algarrobo histórico, capilla histórica y abadía Gaudium Mariae, sitio arqueológico Brochero y pueblos originarios, Punto panorámico "mirador de la reserva", balneario las jarillas y mirador panorámico del valle J.G. Brochero.

En el punto de inicio del recorrido se realizará una presentación formal sobre el guía, el recorrido a realizar, y sobre medidas de seguridad y recomendaciones técnicas a considerar. Comenzando el recorrido, nos dirigimos 500mts en sentido sur por la ruta provincial número 14 donde realizaremos la primer parada para relatar historia de la zona, y localización geográfica. Además reconocimiento arquitectónico de capilla, convento y abadía sumando al relato leyendas propias del saber popular de la zona. Esta primer parada será de 30minutos aproximadamente para ver el conjunto de atractivos.

Se continúa el recorrido 500mts mas sobre la ruta provincial numero 14, se realizará una breve parada para identificar sitio arqueológico de pueblos originarios a la orilla del rio y antiguo puente de la época del "cura gaucho", José Gabriel del Rosario Brochero. Minutos luego, se empalma con la ruta s-271 con dirección Este para luego de 2000mts realizar una parada de descanso luego del ascenso de nivel; pudiendo descansar en el punto panorámico "mirador de la reserva"; tiempo para fotografías y contemplar el paisaje.

Continúan los próximos 5km en ascenso por asfalto hasta el balneario Las Jarillas donde se realizará el almuerzo (no incluido en el servicio de excursión) a orillas del arroyo homónimo y sobre el particular paisaje de arboles de la especie plátanos. Parada de 30minutos para descansar y luego subir una pronunciada cuesta de 7km hasta el mirador del Valle J.G Brochero por la ruta provincial numero 34. Punto tope del recorrido, historia sobre el paso del

Cura Gaucho por las sierras de Córdoba y su reconocimiento reciente como santo serrano. Relatos y leyendas con fotografías.

Minutos de descanso y exparción por el amplio mirador y contemplación del inmenso paisaje, y luego descenso directo por las rutas provinciales número 34, s-271 y número 14, “desandando el camino” hasta finalizar el recorrido en el local de atención comercial BiciAndo.

Circuito Part Day 1:

El circuito "Part Day 1" es de moderada dificultad y tiene una duración prevista aproximada de 3 horas, realizando un total de veinte kilómetros de pedaleo por las rutas provinciales: número 14 y s-271. Incluyendo el ascenso a los 850 msnm; transitando mayoritariamente por suelo asfaltado.

El punto de inicio es el local de atención comercial BiciAndo (Av. Cura Brochero s/n, a 100mts en dirección sur del centro de informes de la localidad San Antonio de Arredondo) situado en Av. Cura Brochero s/n, en el mismo sitio se finalizará la excursión. Se inicia en el turno mañana a las 9hs y se estima finalizar a las 12hs y en el turno tarde inicio a las 16hs y finalización a las 19hs. Cabe aclarar que las excursiones se suspenden por lluvia por motivo de seguridad. El recorrido consta de conocer además, los siguientes sitios de interés (acompañado de un guía intérprete): convento franciscano, algarrobo histórico, capilla histórica, miradora del golf y balnearia Las Jarillas.

En el punto de inicio del recorrido se realizará una presentación formal sobre el guía, el recorrido a realizar, y sobre medidas de seguridad y recomendaciones técnicas a considerar. Comenzando el recorrido, nos dirigimos 500mts en dirección sur por la ruta provincial número 14 realizando 20 minutos de parada técnica para reconocer dos recursos histórico-culturales y un recurso natural. Identificando sobre las construcciones religiosas aspectos históricos relevantes, influencia en la identidad local y detalles arquitectónicos visibles, y por sobre el recurso natural "algarrobo histórico" relato basado en la leyenda y la reflexión sobre la importancia de preservación del entorno natural y la especies autóctonas.

A continuación, metros próximos al centro histórico mencionado se empalma con la ruta provincial s-271 en dirección Este, continuando por superficie asfaltada pero aquí con una considerable elevación del nivel del suelo; transitando una cuesta hasta llegar al mirador del Golf. Allí descanso y tiempo para localizar geográficamente el destino mediante el reconocimiento de accidentes geográficos de la región.

Luego se continúan 7 kilómetros por la ruta s-271 hasta llegar al paraje Las Jarillas, para finalmente hacer una extendida pausa en el balneario municipal a orillas del arroyo homónimo y su pintoresco embalse y arboleda de plátanos. El regreso es continuo y en descenso por la ruta provincial s-271 hasta empalmar con la ruta provincial número 14 tomando la misma en dirección norte, hasta llegar al local de atención comercial BiciAndo y finalizar el recorrido.

Circuito Part Day 2:

El circuito "Part Day 2" es de moderada dificultad y tiene una duración prevista aproximada de 3 horas, realizando un total de veinte kilómetros de pedaleo por la ruta provincial 14 y las calles Falconier, Tte. Ibarlucea, Cbo. Carrizo, Tte. Ibañez y senda vecinal. Incluyendo el ascenso a los 900 msnm; transitando un cincuenta por ciento por suelo asfaltado y un cincuenta por ciento por superficie de ripio.

El punto de inicio es el local de atención comercial BiciAndo (Av. Cura Brochero s/n, a 100mts en dirección sur del centro de informes de la localidad San Antonio de Arredondo) situado en Av. Cura Brochero s/n, en el mismo sitio se finalizará la excursión. Se inicia en el turno mañana a las 9hs y se estima finalizar a las 12hs y en el turno tarde inicio a las 16hs y finalización a las 19hs. Cabe aclarar que las excursiones se suspenden por lluvia por motivo de seguridad. El recorrido consta de conocer además, los siguientes sitios de interés (mediante el acompañamiento de un guía intérprete): Rio San Antonio, Mirador de la reserva, Viejo embalse, sitio arqueológico brochero y sitio arqueológico de los pueblos originarios.

En el punto de inicio del recorrido se realizará una presentación formal sobre el guía, el recorrido a realizar, y sobre medidas de seguridad y recomendaciones técnicas a considerar. Comenzando el recorrido, nos dirigimos por calle Falconier 300mts hasta llegar al río local, se cruza el vado y luego se toma la costanera hacia la derecha (avenida Héroes de Malvinas) hasta empalmar con la calle Tte. Ibarlucea. Antes de comenzar a dirigimos en dirección noroeste, descanso en la rívera del río San Antonio para explicar la localización geográfica del destino y observar aves como también especies de flora nativa que decoran con su belleza la orilla del río.

A continuación, luego de más de 600 metros de ascenso por las calles de la localidad (Tte. Ibarlucea, Cbo. Carrizo, Tte. Ibañez y senda vecinal) y tránsito en superficie de ripio, se accede a una de las zonas más altas de la localidad donde se puede apreciar una vista panorámica de la reserva, la localidad y sus alrededores. A continuación, por serpenteantes calles de ripio y a más de 1500metros del mirador se llega hasta una abrupta bajada de montaña que da a finalizar (700mts en descenso) al río local; específicamente a un antiguo dique y embalse cuyas espejadas aguas forman un verdadero oasis en el árido monte serrano.

Una vez que se cruza por la pasarela del dique hasta el otro lado del río se realiza una parada técnica bajo una arboleda de moras.

Luego de unos breves minutos se continúa por un sendero de ripio en ascenso hasta el cruce con la Ruta Provincial número 14, cercano al ingreso sur de la localidad San Antonio de Arredondo. A 1000metros de allí (atravesando el sector comercial principal, por avenida Cura

Brochero) se accede a un pequeño sitio donde se visualizan los restos de un viejo puente realizado en roca de la zona que data de fines del siglo XIX y en donde se considera que esa obra, facilitaba el paso de diferentes viajeros; entre ellos José Gabriel Brochero “el Cura Gaucho” en su camino al valle de Traslasierras o a la ciudad de Córdoba Capital. Metros próximos también se haya sobre el río (que se aproxima por sus ondulantes curvas) una importante concentración de morteros y conanas que datan de hace más de diez mil años, pertenecientes estos a los primeros habitantes o culturas originarias de las sierras; momento de reseña histórica, sensibilización y concientización.

Por último, se continúa por la ruta provincial número 14 (o en sectores llamada avenida J.G Brochero) 2500 metros hasta llegar al punto final del recorrido, sito este en el local de atención comercial BiciAndo.

Circuito Easy 1:

El circuito "Easy 1" es de fácil dificultad y tiene una duración prevista aproximada de 1.30horas, realizando un total de cinco kilómetros de pedaleo por la calle Falconier y costanera Oeste del Rio San Antonio denominada Av. Héroes de Malvinas. Incluye el ascenso a los 750 msnm, transitando un cien por ciento por superficie asfaltada.

El punto de inicio es el local de atención comercial BiciAndo (Av. Cura Brochero s/n, a 100mts en dirección sur del centro de informes de la localidad San Antonio de Arredondo) situado en Av. Cura Brochero s/n, en el mismo sitio se finalizará la excursión. Se puede realizar en turno mañana o turno tarde, iniciando el primero a las 9hs y se estima finalizar a las 10.30hs, o durante el turno tarde iniciando a las 16hs y finalizando a las 17,30hs. Cabe aclarar que las excursiones se suspenden por lluvia por motivo de seguridad. El recorrido consta de conocer además, los siguientes sitios de interés (acompañado por un guía intérprete): Rio San Antonio, Sitio Arqueológico y bosque autóctono.

En el punto de inicio del recorrido se realizará una presentación formal sobre el guía, el recorrido a realizar, y sobre medidas de seguridad y recomendaciones técnicas a considerar. Comenzando el recorrido, nos dirigimos 500mts en sentido oeste por la calle Falconier, descendiendo por la calle adoquinada hasta cruzar el vado sobre el rio local. Allí a 200mts tendremos una arboleda donde haremos la primera parada para localizar geográficamente la localidad y aspectos generales. Luego, continuando por la costanera (denominada Héroes de Malvinas) a 800mts, realizaremos una aproximación a la zona arqueológica donde se encuentran sitios de molienda comunitaria de los antiguos pobladores de las sierras; realizando allí la narrativa de leyenda sobre los pueblos originarios y una práctica de molienda.

Se continúa el recorrido 1,5km más adelante, "rio arriba" en dirección oeste hasta llegar al bosque autóctono reconocido como reserva municipal "Passiflora", donde se reconocerán especies de flora nativa y se invitará a una reflexión grupal sobre la importancia de preservar el bosque serrano nativo.

Finalmente, se regresa por la misma costanera a un ritmo tranquilo pero constante hasta el vado sobre calle Falconier, y por último (luego de cruzar el río) se asciende hasta la ruta provincial 14 para llegar luego de 100mts en dirección sur, al local de atención comercial BiciAndo y finalizar el recorrido.

Circuito Easy 2:

El circuito "Easy 2" es de fácil dificultad y tiene una duración prevista aproximada de 1.30 horas; realizando un total de cinco kilómetros de pedaleo por las calles: Falconier, costanera Este del Rio San Antonio sin nombre, calle Rio San Antonio y Ruta provincial numero 14. Incluye el ascenso a los 750 msnm, transitando (en relaciones estimativas) un cincuenta por ciento por superficie asfaltada y otro cincuenta por ciento por superficie de ripio.

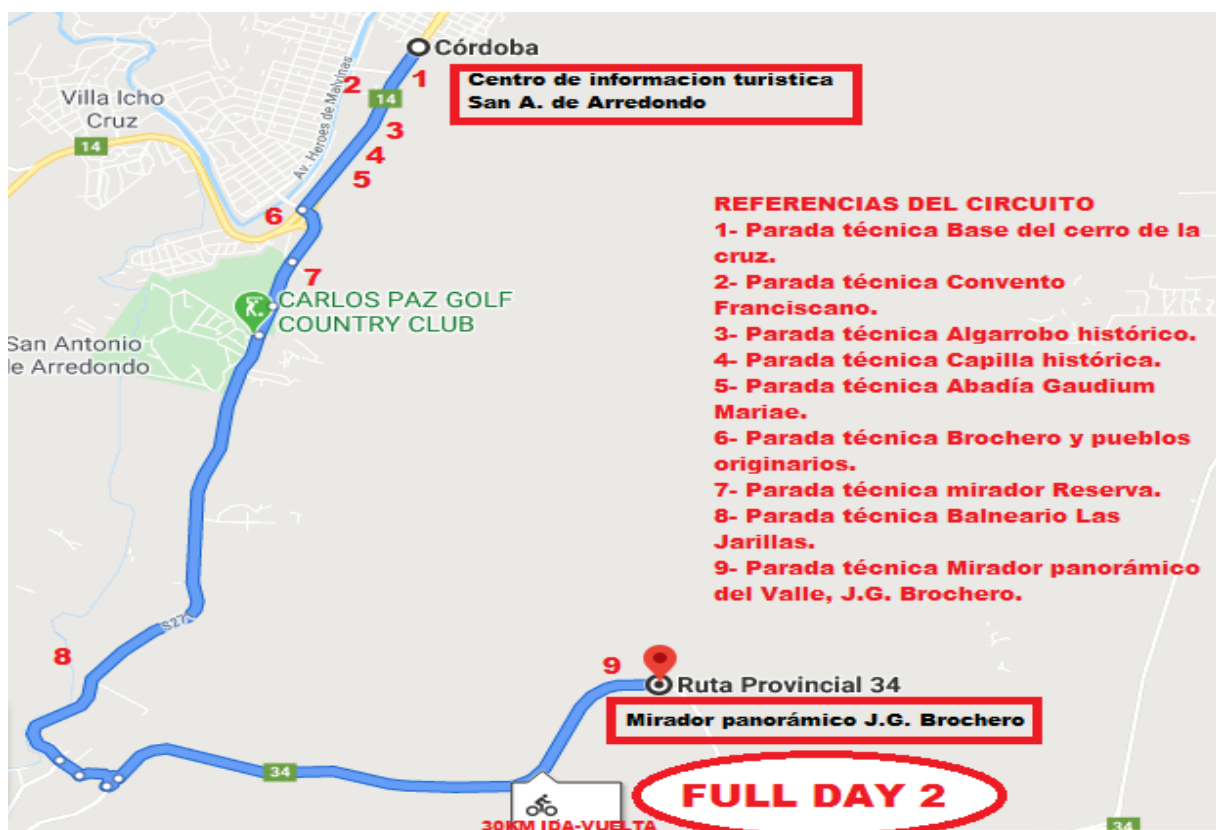
El punto de inicio es el local de atención comercial BiciAndo (Av. Cura Brochero s/n, a 100mts en dirección sur del centro de informes de la localidad San Antonio de Arredondo) situado en Av. Cura Brochero s/n; en el mismo sitio finalizará la excursión. Se puede realizar en turno mañana o turno tarde. Iniciando el primero a las 9hs y se estima finalizar a las 10.30hs, o en turno tarde iniciando a las 16hs y finalizando a las 17,30hs. Cabe aclarar que las excursiones se suspenden por lluvia por motivo de seguridad. El recorrido consta de conocer además, los siguientes sitios de interés (mediante una guiada interpretativa): Cascada del Rio San Antonio y sitio arqueológico de molienda, túnel vegetal y centro histórico.

En el punto de inicio del recorrido se realizará una presentación formal sobre el guía, el recorrido a realizar, y sobre medidas de seguridad y recomendaciones técnicas a considerar. Comenzando el recorrido, nos dirigimos 200mts en sentido oeste por calle Falconier hasta llegar a la rivera del rio local. En este caso se recorre por la margen Este el rio San Antonio en dirección ascendente, por un sendero de tierra compacta de 500mts hasta aproximarse a un sector de rocas emergidas; que forman pintorescas cascadas usadas en varios casos como espacio para el relax. Allí se realizará un relato sobre datos curiosos de la región, anécdotas y reseña sobre los primeros habitantes de la zona buscando dar a conocer técnicas de molienda ancestral y cosmovisión indígena. Incluyendo además, información general sobre la localidad a modo de introducción a la información de las siguientes paradas.

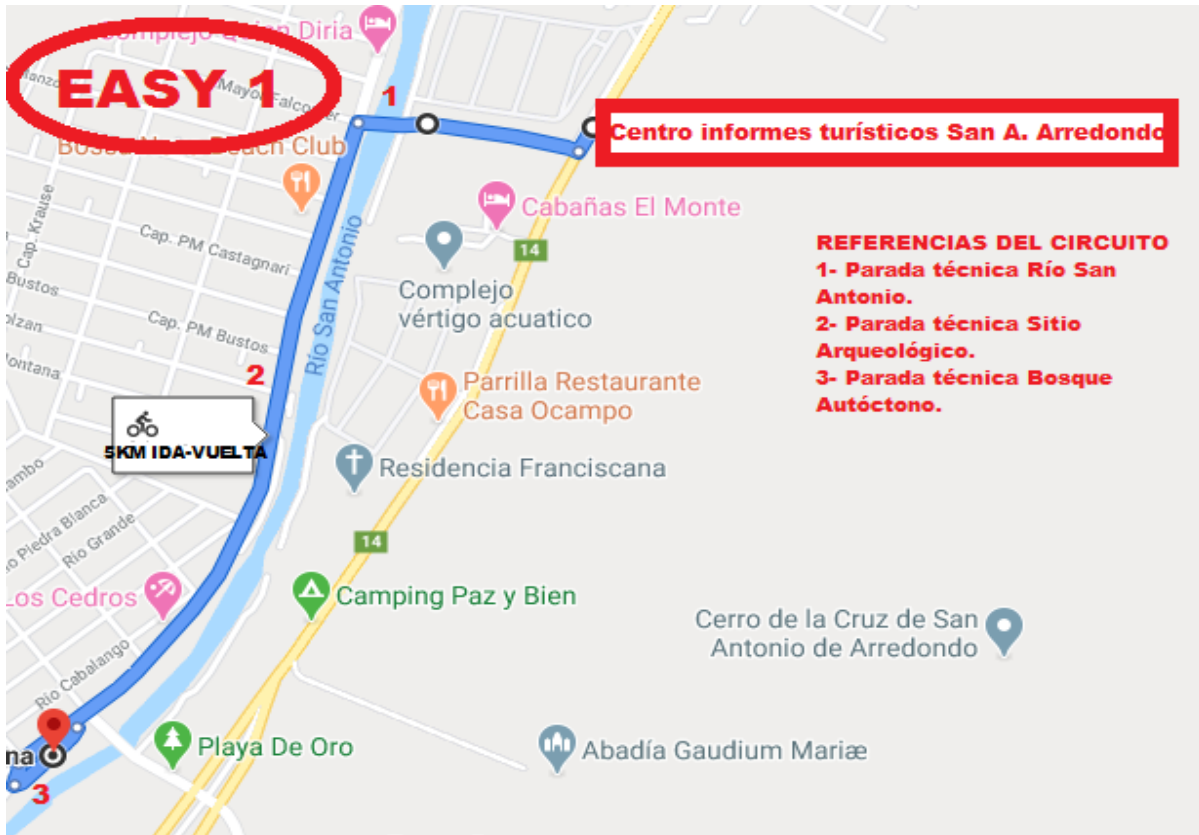
Por el mismo sendero ribereño se continua entre troncos caídos y raíces propiciando un escenario de verdadera aventura en la naturaleza, hasta ingresar al sector de túneles vegetales caracterizado por la cobertura de arboles exóticos de frondoso follaje; que genera un verdadero pasadizo natural inmerso en plena serranía (Llegando luego de 800 metros). Al final del túnel vegetal, se realiza la anteúltima parada para descansar y contemplar los "silencios de la naturaleza", acompañando a este momento de disfrute una reflexión sobre la importancia de preservar nuestros recursos naturales. A continuación, salida del túnel y acceso a calle Río San Antonio para tomar la R.P 14 y dirigirse por asfalto 300mts al centro histórico constituido por convento franciscano y antigua capilla; realizando allí una breve reseña histórica en pos de

reconocer la historia y la identidad local. Últimos 300mts por ruta asfaltada hasta llegar al local de atención comercial BiciAndo y finalizar el recorrido.

- Anexo IV - Plano de circuitos.



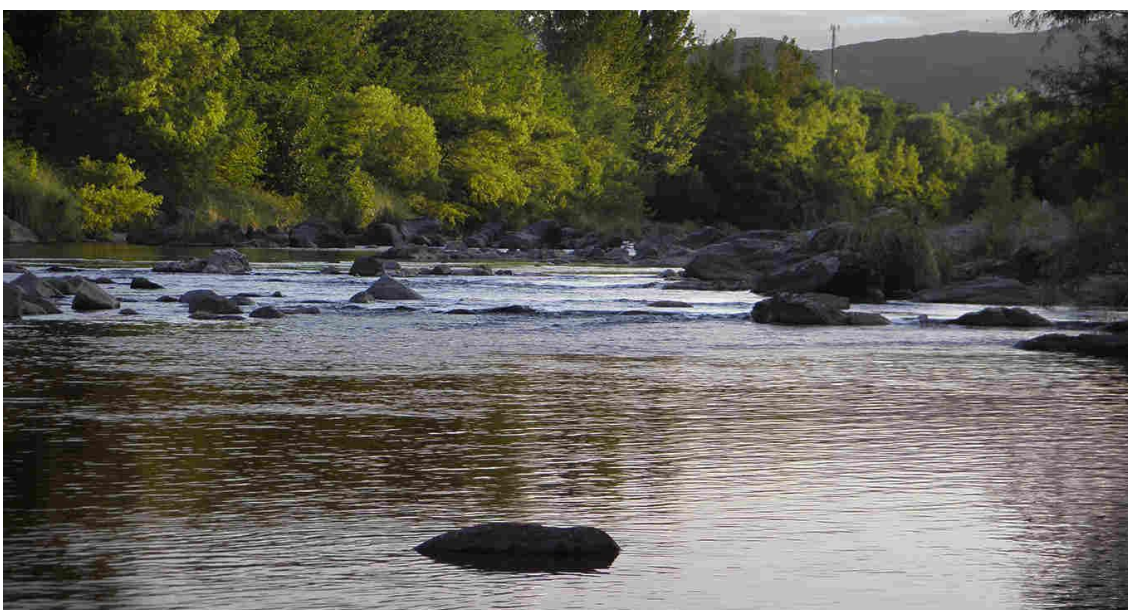




Anexo V - Imágenes del destino.



Zona balnearia del río San Antonio. Fuente: [Imagen sin título de San Antonio de Arredondo] (s.f.). Recuperado de: <http://beneficios.unioninformatica.org>



Río San Antonio. Fuente: [Imagen sin título de San Antonio de Arredondo] (s.f.). Recuperado de: <http://cordobaturismo.gov.ar>



Panorámica del Río San Antonio y ciudad. Fuente: [Imagen sin título de San Antonio de Arredondo] (s.f.). Recuperado de: <http://cordobaturismo.gov.ar>



Capilla Histórica de 1891. Fuente: [Imagen sin título de San Antonio de Arredondo] (s.f.). Recuperado de: <http://mapio.net>



Convento Franciscano. Fuente: [Imagen sin título de San Antonio de Arredondo] (s.f.). Recuperado de: <http://emla2019.org>



Balneario Las Jarillas. Fuente: [Imagen sin título de San Antonio de Arredondo] (s.f.). Recuperado de: <http://emla2019.org>



Morteros y conanas, Sitio arqueológico. Fuente: [Imagen sin título de San Antonio de Arredondo] (s.f.). Recuperado de: <http://vcp-porlatierra.blogspot.com>



Cura Gaucho, José Gabriel del Rosario Brochero. Mirador panorámico “bajada de altas cumbres”. Fuente: [Imagen sin título de San Antonio de Arredondo] (s.f.). Recuperado de: <http://picukin.com>