

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Plan de Marketing

El lado "V_{erde}" de la Capital
Pedaleá, descubrí y disfrutá!

LICENCIATURA EN TURISMO

Docente: Walter Adrián De Poi

Tutoras: Ana Carolina Beber

Ane Miren Diez Alberdi

Alumno: Agustina Paola Vera

Año: 2022



CONTENIDO

<i>Introducción</i>	4
<i>Resumen ejecutivo del proyecto</i>	7
Nombre del proyecto	8
Breve resumen de la idea del proyecto	8
Destino Turístico: Ciudad Autónoma de Buenos Aires	8
Estado de desarrollo del turismo local	11
Visitas guiadas de la Ciudad	12
Tours ofrecidos por la competencia	13
<i>Síntesis del diagnóstico FODA</i>	15
Situación problemática que da origen a la idea:	16
ANÁLISIS FODA DEL DESTINO	17
ASPECTOS INTERNOS:	17
Fortalezas	17
Debilidades	18
ASPECTOS EXTERNOS:	18
Oportunidades	18
Amenazas	19
ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO	20
ASPECTOS INTERNOS	20
Fortalezas:.....	20
Debilidades:	20
ASPECTOS EXTERNOS	20
Oportunidades:.....	20
Amenazas:.....	21
La propuesta como una estrategia superadora.....	21
Conclusión del análisis FODA	21
<i>Objetivos del proyecto a corto, mediano y largo plazo.</i>	23
Objetivo general	24
Objetivos de corto plazo	24
Objetivos a mediano y largo plazo.....	24
<i>Estrategia de marketing</i>	25
Perfil del mercado que apunta la idea.....	26

Segmentación geográfica	26
Segmentación demográfica y social.....	27
Segmentación en función del comportamiento:.....	27
POSICIONAMIENTO DEL PROYECTO	27
MARCA TURÍSTICA.....	28
Marca del destino.....	28
Marca del producto	28
ESTRATEGIA DE RELACIÓN CON LOS CLIENTES.....	29
<i>Descripción detallada del producto.....</i>	<i>31</i>
Características del producto turístico.....	32
Modalidades	33
Detalles de la salida.....	34
Itinerario	35
Detalles de prestación:.....	37
Elementos y accesorios incluidos en el tour.....	38
Protocolo COVID-19.....	39
Información adicional.....	39
<i>Política de comunicación</i>	<i>40</i>
Principales medios de difusión	41
Workshops:.....	41
Sitios web:.....	41
Redes sociales:.....	42
Comunicación tradicional:.....	45
Publicidad exterior:	45
Herramientas creativas	46
<i>Políticas de comercialización.....</i>	<i>48</i>
Comercialización del proyecto	49
<i>Política de precios</i>	<i>50</i>
ESTRUCTURA DE COSTOS	51
Inversión inicial.....	51
Costos fijos mensuales:	51
Precios comparativos	52
Fijación de tarifas	53
Criterios para su fijación.....	53

Condiciones	53
Estacionalidad de la demanda	54
<i>Calidad turística</i>	55
Cómo medir la satisfacción del cliente	56
Momento y manera en que se hará llegar la encuesta	58
<i>Conclusión</i>	59
<i>Referencias</i>	62
<i>Anexos</i>	64

Introducción

La Ciudad de Buenos Aires, es la Capital Federal de la República Argentina desde 1880, y fue consagrada Ciudad Autónoma por la Constitución en 1996.

Es sin dudas, la ciudad más importante del país, ecléctica y cosmopolita como pocas, y una de las 20 ciudades más grandes del mundo.

Se destaca, también, como ciudad única por sus atractivos turísticos, diversidad cultural, gastronomía y manifestaciones artísticas. Cuenta con 1055 espacios verdes, los cuales constituyen un paseo obligado entre los atractivos turísticos por su excepcional diseño.

“La ciudad de Buenos Aires se ubicó en el puesto 35 del Barómetro de Marcas de Turismo Urbano 2020 de Saffron Brand Consultants, que rankea a los 109 destinos urbanos más importantes del mundo.”

Además, *“el Barómetro destaca que Buenos Aires es una ciudad verde con mucho potencial para actividades al aire libre. También menciona a la Reserva Ecológica Costanera Sur como un destino de observación de aves, y la posibilidad de practicar deportes en el Río de la Plata.”* (Turismo Buenos Aires, 2020)

El presente proyecto, nace en plena pandemia de COVID-19, situación en la que se hace notable la necesidad de una transformación en la actividad turística y a su vez reconstruirla desde una visión más amigable con el planeta, buscando mitigar los impactos negativos sobre el medio ambiente, y aliviar la crisis causada en el sector.

Asimismo, la OMT (Organización Mundial del Turismo) hizo un llamado a una *“Recuperación sostenible del sector turístico”* para *“crear un equilibrio entre las necesidades de las personas y del planeta para el bienestar de todos”*. Como consecuencia, la sostenibilidad en el turismo será de gran importancia en la reactivación de la actividad a nivel mundial.

Buscando soluciones, y teniendo en cuenta la demanda de los nuevos turistas, surge la idea de crear “El lado Verde de la Capital”, con fines turísticos, recreativos y de concientización ambiental, visitando los maravillosos espacios naturales que se encuentran entre la cantidad de museos de esta gran Ciudad. Estará diseñado rigurosamente para que sea posible visitar y disfrutar sus espacios, en bicicleta de manera ecológica y saludable, sin producir un impacto negativo sobre ella, fomentando un turista consciente en la toma de decisiones, facilitando así una mejor experiencia en el destino.

El proyecto se llevará adelante mediante la inversión de actores privados, junto al apoyo del sector público (Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires y Ministerio de Turismo y Deportes).

La propuesta incluye almuerzo, guía local, bicicleta confortable, casco, seguro, una botella de agua mineral, y accesorios.

“El lado **Verde** de la Capital” consistirá en una experiencia de día completo, recorriendo los espacios naturales más destacados de los barrios de Puerto Madero, Recoleta y Palermo. Para realizar el paseo, se utilizará la red de ciclovías de la Ciudad, las cuales son totalmente accesibles y seguras para el turista.

Resumen ejecutivo del proyecto

Nombre del proyecto

“El Lado Verde de la Capital”

Breve resumen de la idea del proyecto

En este proyecto, la idea es destacar, como su nombre lo dice, los espacios verdes de los barrios más populares de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a través de un tour ecológico y sustentable, llamado “El lado Verde de la Capital”, realizado en bicicleta, invitando a los turistas a tener un contacto directo con la naturaleza, en medio de la ciudad, a conocer plazas, parques, reservas, con sus historias que destacan la impronta de cada barrio, y pudiendo así observar los paisajes naturales, la flora y fauna que caracterizan la región.

La propuesta incluye guía capacitado, bicicletas confortables para realizar el recorrido, casco, asientos para niños, seguro, botella de agua mineral y almuerzo en el barrio de Recoleta.

Consiste en una experiencia de día completo, comenzando a las 10.00 hs en el barrio de Puerto Madero y finalizando el recorrido alrededor de las 18.00 hs en Palermo.

Destino Turístico: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

El destino elegido para realizar el proyecto es la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, capital de la República Argentina, y una de las ciudades más importantes de América Latina.

Se extiende sobre un terreno llano dividido en 48 barrios. Tiene aproximadamente tres millones de habitantes que, sumados a la población del área metropolitana que transita diariamente por la ciudad, superan las diez millones de personas, lo que la convierte en uno de los diez centros urbanos más dinámicos del mundo.

El Río de la Plata y el Riachuelo son sus límites naturales hacia el este y el sur. La avenida de circunvalación General Paz la bordea de norte a oeste, y además es la que conecta de manera rápida y directa la Capital Federal con el Gran Buenos Aires.

Cada rincón de la Ciudad de Buenos Aires tiene una historia, ya que posee innumerables lugares que se destacan por su valor patrimonial y/o turístico. Destacando en primer lugar, su **Casco Histórico**. *“Es el área fundacional y más antigua de la Ciudad. Comprende el eje cívico institucional y atesora en su territorio gran parte de la historia, la memoria y el patrimonio de la Ciudad y el país.”* (Buenos Aires Ciudad, s.f.)

El barrio de **Palermo** no sólo es el más grande, sino que también el más moderno y visitado. Otro barrio único y particular, es **Puerto Madero**. Una zona turística por excelencia

de la Ciudad de Buenos Aires, en la cual se puede disfrutar de una hermosa vista del río y caminar por el Puente de la Mujer.

La Boca, es otro de los barrios de esta maravillosa ciudad, que no se puede dejar de visitar. Pintoresco, con casas, y tabernas de estilo colonial, con mucha historia y con una gran presencia de turistas visitando Caminito, y observando conventillos coloridos. Además, muy cerca de este barrio, se encuentra **San Telmo**, uno de los centros históricos más antiguo y con mayor presencia cultural, gran cantidad de museos, tiendas de antigüedades, iglesias de estilo gótico, entre otras maravillas.

En cada uno de los 48 barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es posible encontrar, desde una gran cantidad de plazas, parques, reservas, museos, monumentos, iglesias, edificios históricos y hasta los “bares notables”, los cuales forman parte oficial del patrimonio cultural de la Ciudad, por su antigüedad y valor arquitectónico, como, por ejemplo, el famoso “**Café Tortoni**”, ubicado en el barrio de Monserrat.

Los turistas disfrutan de las calles peatonales de la ciudad, y del extendido sistema de ciclovías que permiten recorrerla de modo sustentable.

La ciudad tiene más de 100 espacios verdes públicos que la transforman en un destino urbano amigable con la naturaleza, entre ellos se destaca la Reserva Ecológica de 350 hectáreas, 9 más que el Central Park en Nueva York, y única por la desembocadura de agua dulce del delta del Paraná.

La Ciudad de Buenos Aires está encaminando sus acciones hacia la concreción de los objetivos necesarios para ser un Destino Turístico Inteligente, trabajando con esfuerzo en cuatro grandes ejes: la accesibilidad, la innovación, la sostenibilidad y la tecnología. Con la certeza de que para llegar a esa meta es necesario contar con el compromiso de todos los actores relacionados con el sector turístico.

Es un destino que se adapta a cualquier evento, ya que cada año empresas y organizaciones la eligen para llevar adelante sus encuentros, ceremonias y congresos.

También ofrece una experiencia única de naturaleza urbana. Cuenta con inmensos espacios verdes a lo largo de su territorio. La Reserva Ecológica Costanera Sur es una de las reservas urbanas más importantes de Latinoamérica. Reconocida internacionalmente como un espacio AICA (Área de Importancia para la Conservación de las Aves) y un sitio RAMSAR (Humedal de Importancia Internacional), la peculiaridad de la reserva es su cercanía al centro de la Ciudad.

En sus 350 ha. alberga aves, mamíferos, anfibios, reptiles y vegetación autóctona, como pastizales, cortaderas y bosques de alisos. Que, junto a los miradores al río de la plata, hacen del lugar uno de los paseos preferidos para amantes de las aves, del senderismo y de la naturaleza. (Ciudad, 2019, pág. 10)

Son incontables los lugares para visitar y recorrer que ofrece la Ciudad durante todo el año, ya sea para visitar en familia, en pareja, solo o con amigos.

Es importante destacar que la ciudad cuenta con una gran infraestructura y todos los servicios necesarios para que el turista reciba una estadía confortable, como ser transporte público, alojamientos, gastronomía, comercios, información turística, hospitales, etc.

Además, es la puerta de entrada al país, y la mayoría de los vuelos provenientes del exterior hacia la República Argentina hacen su primera escala en el aeropuerto internacional Ministro Pistarini, ubicado en la ciudad de Ezeiza aproximadamente a 35 km de CABA convirtiéndose esta última, en parada obligada antes de recorrer otros centros turísticos, optando la mayoría de los turistas por pernoctar en la ciudad para luego continuar con su recorrido por el país.

Asimismo, continuando con su conectividad, Buenos Aires posee numerosas vías alternativas de ingreso, tales como el Aeropuerto Metropolitano Jorge Newbery, que recibe vuelos de cabotaje e internacionales de países limítrofes; y el puerto de Buenos Aires, uno de los más importantes del país, con dársenas de operaciones de buques de ultramar, cabotaje y terminal de cruceros internacionales. En cuanto al principal acceso turístico vial, es a través de la Estación Terminal de Omnibus de Retiro.

Otra característica importante de la ciudad es que cuenta con grandes centros teatrales y culturales, y también es atractiva por su agitada vida nocturna, por lo que se la conoce alrededor del mundo, como *“la ciudad que nunca duerme”*.

Un factor clave en el turismo de la ciudad, es el tango, ya que es parte de su identidad, y es uno de los tantos motivos por los cuales los viajeros se sienten atraídos y eligen disfrutar circuitos especiales, shows de baile, milongas, cantos, y espectáculos de tango en la *“city porteña”*.

Es un destino elegido por miles de turistas, que al visitarla disfrutan de su variada oferta gastronómica, su patrimonio cultural y natural, y su gran cantidad de propuestas recreativas y de alojamiento.

Estado de desarrollo del turismo local

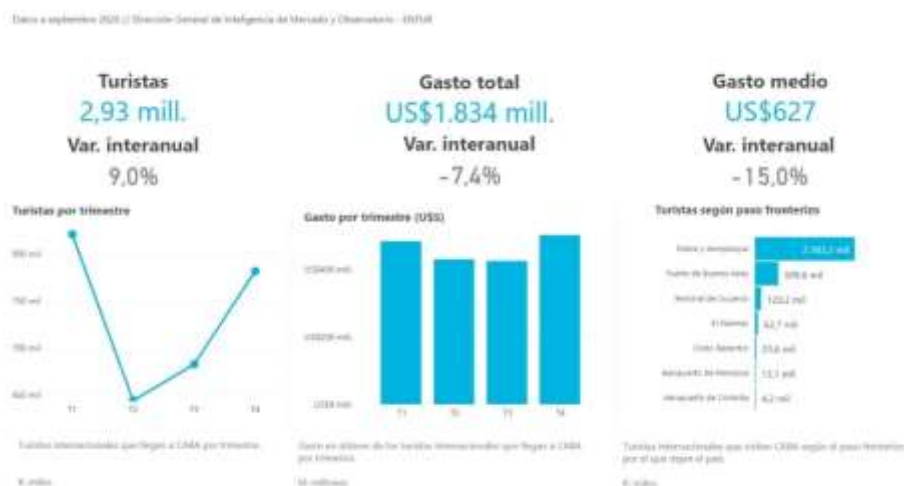
La ciudad da múltiples razones para conocerla, y además es la entrada al país, por lo que recibe aproximadamente 10 millones de turistas anualmente.

“El turismo internacional en Buenos Aires creció un 12,9% en los primeros 9 meses de 2019 (variación interanual). Los turistas de Brasil, Uruguay y Estados Unidos fueron los que más visitaron la Ciudad en ese período.

La Ciudad mantuvo, en promedio, alrededor de 730 vuelos internacionales semanales entre enero y noviembre 2019.” (Travel Buenos Aires, s.f.)

Imagen 1

Gastos de turistas Internacionales



Nota. Adaptado de Observatorio Turístico.
<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

Imagen 2

Gastos de turistas nacionales



Nota: Adaptado de Observatorio Turístico.
<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

Visitas guiadas de la Ciudad

El Ente de Turismo ofrece en la Ciudad más de 50 visitas guiadas, algunas son aranceladas y otras son gratuitas, y en ellas se promueve la innovación a la hora de recorrer la ciudad, haciendo foco en el disfrute y la experiencia. Durante el año 2019 participaron en ellas más de 14 mil personas.

Las posibilidades incluyen tanto de día como de noche, en triciclos eléctricos, caminando o en bicicleta.

Una de las propuestas gratuitas, por ejemplo, es el Tranvía Histórico de Caballito, el cual consta de un recorrido de 2 km durante 25 minutos a bordo. Se realiza únicamente los sábados, domingos y feriados.

Otra opción tradicional e infaltable, es el Bus Turístico, el servicio cuenta con un sistema de audioguía en español, inglés, francés, alemán, portugués, italiano, chino, japonés y ruso, mediante auriculares ofrecidos a bordo. Tiene un valor aproximado de \$1.500 para argentinos o residentes, y de \$3.000 para extranjeros.

Actualmente, el Ente de Turismo ha implementado en sus visitas guiadas, procesos centrados en prácticas de seguridad sanitaria, pretendiendo reducir el riesgo de contagio, brindando una experiencia confortable para los pasajeros/as.

Tours ofrecidos por la competencia

Biker Street: “Total BA bici tour de todo el día”

Incluye:

- Alfajor, mate.
- Bebida y sandwich en una tradicional parrilla “food truck” con opción vegetariana disponible.
- Bicicleta y casco.
- Botella de agua 500 ml.
- Guía local.

El tour comienza en Armenia 2269. *“Se observarán los contrastes de una ciudad identificada con la cultura europea pero marcada por las desigualdades de América Latina. Verán lo más nuevo y lo más antiguo de BA, los barrios de la clase trabajadora y los barrios más ricos.”* (Biker Street)

Atracciones visitadas: Caminito, Cementerio de la Recoleta, Floralis Genérica, San Telmo, Plaza de Mayo, Puerto Madero.

BA Bikes: “Tour de lujo”

Incluye:

- Bicicleta eléctrica
- Casco
- Almuerzo
- Guía

El tour comienza en San José 525, Monserrat. *“Se experimentarán los marcados contrastes socioeconómicos entre los vecindarios adyacentes y comprenderá por qué esta ciudad puede ser tan diversa y multicultural a primera vista.”* (BA Bikes)

Atracciones visitadas: Plaza de Mayo, Puerto Madero, Costanera Sur, La boca, Retiro, Palermo y Recoleta.

Rental Bike Argentina: “Buenos Aires en un día”

Incluye:

- Bicicleta
- Casco
- Guía local
- Botella de agua
- Almuerzo

El tour comienza en Chile 1145. *“Lo mejor de dos mundos. Historia, arquitectura, verde y contrastes: Conocé Buenos Aires como un local.”* (Rental Bike)

Atracciones visitadas: Caminito, Puerto Madero, Plaza de Mayo, Reserva ecológica, Cementerio de Recoleta. Finaliza regresando al punto de partida.

Síntesis del diagnóstico FODA

Situación problemática que da origen a la idea:

El impacto producido por la pandemia de COVID-19, lamentablemente ha sido devastador en todo el mundo, y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires no fue la excepción.

Fueron muchos meses de cuarentena estricta, en los que el sector turístico se encontró gravemente afectado, y de los que actualmente se encuentra intentando resurgir.

En el mes de octubre del año 2020, la Ciudad obtuvo el sello de destino seguro del Consejo Mundial del Viaje y el Turismo, y comenzó a ponerse en marcha gradualmente el sector.



Esto quiere decir que, si bien se volvieron a abrir las puertas de la ciudad para el turismo, se debe tomar todos los recaudos de prevención necesarios, y priorizar la salud de turistas y residentes de la ciudad.

A medida que pasan los meses y avanza el plan de vacunación, el sector turístico comienza a tener mayor flexibilización. Las últimas disposiciones en la ciudad indicaron que *“los turistas podrán ingresar desde cualquier punto del país en micro, a través de la terminal Dellepiane o Retiro; por ruta a través de un vehículo particular; y por vía aérea, con arribo al aeropuerto de Ezeiza o Aeroparque.*

El Gobierno de la Ciudad ofrece testeos gratuitos a los turistas nacionales, tanto al ingresar como al salir de Buenos Aires. Los turistas que ingresen a la Ciudad desde otro punto del país no deberán realizar una cuarentena al arribar, salvo que el resultado del testeo fuera positivo.” (Turismo Buenos Aires, 2021)

Luego de más de un año y medio de un cierre casi total de fronteras, desde octubre 2021, reabrieron para países limítrofes, y a partir del 1 de noviembre del corriente año, para el resto de los países, siempre y cuando se cumpla con los requisitos impuestos por el gobierno.

Un dato importante producido en este tiempo de pandemia es que, *“en la Ciudad de Buenos Aires, el uso de la bicicleta aumentó un 98% durante la cuarentena”* (TELAM, 2020). Este boom en la utilización de bicicletas, resulta ser una excelente alternativa para aumentar la oferta turística de la ciudad, que podrá satisfacer las necesidades de un turista que se encuentra en busca de nuevas experiencias, y que las mismas respondan a su interés por el cuidado del medio ambiente.

Asimismo, hace unos años funciona en la ciudad el sistema “Ecobici”, el cual cuenta con 200 estaciones y 1200 bicicletas de uso compartido. Si bien, son públicas y gratuitas, el sistema es complejo, ya que para usar el mismo, es necesario contar con una tarjeta de crédito, y además realizar anteriormente un registro por la APP “BA Ecobici”, o presencial con turno previo. Su uso es limitado, y en el caso de turistas, todavía no está habilitado.

Teniendo en cuenta la problemática mencionada, que prácticamente ha obligado al turismo a alterar sus parámetros de funcionamiento, las actividades al aire libre son propuestas que no deben faltar en la oferta turística de la ciudad. Por lo que surge la idea de planificar un circuito turístico ecológico, en el cual, respetando los protocolos establecidos por la pandemia, será posible hacer turismo en bicicleta por la ciudad al aire libre, recorriendo parques, jardines, bosques, reservas, plazas, y sorprendernos con su belleza natural, y sus historias, a la vez que podemos proteger el medio ambiente.

Por lo anteriormente mencionado, se realiza el presente análisis FODA del destino y posteriormente del proyecto en sí mismo, que destaca las Fortalezas y Debilidades identificadas, y atendiendo a las Oportunidades y Amenazas que presenta el contexto.

ANÁLISIS FODA DEL DESTINO

ASPECTOS INTERNOS:

Fortalezas

- Posee una amplia cobertura y variedad de medios de movilidad y transporte, como subte, tren, colectivos, taxis, entre otros, que permiten la conexión de la Ciudad con diferentes puntos de la provincia.
- Ofrece una amplia oferta cultural, distribuida por los barrios que componen la Ciudad Autónoma, siendo de fácil recorrido y cercanías entre ellos.
- Importantes barrios con fuerte identidad propia, destacados como zonas turísticas y valorizados por los visitantes.
- Posee un casco histórico organizado, con una ubicación privilegiada y de fácil acceso, con atractivos relevantes.
- Cuenta con una serie de atractivos naturales, parques, jardines, plazas, reservas naturales, que ofrecen espacios de encuentro y recreación al aire libre.
- Se destaca por una importante vida nocturna activa, ofreciendo por la noche la posibilidad de visitar bares, pubs, restaurantes, teatros y avenidas comerciales.

- Posee una amplia y variada oferta gastronómica, incluyendo restaurantes, locales de comida rápida, y puestos de comida al paso.
- Gran infraestructura.
- Amplia y variada oferta de alojamientos. Hoteles de 1 a 5 estrellas, Apart Hotel, Hoteles Boutiques, Hostels, Alojamientos de tipo Para-hoteleros, y Extra-hoteleros.
- Gran conectividad. Posee numerosas vías de acceso y egreso: 2 aeropuertos, el puerto, terminal de ómnibus de retiro.
- Posee una buena imagen y un excelente posicionamiento como ciudad cosmopolita y cultural.
- Es puerta de entrada al país, con una ubicación geográfica privilegiada.
- No existe una estacionalidad, por lo que es visitada durante todo el año.

Debilidades

- El mercado laboral es cada vez más frágil, inestable e informal. Lo que puede generar deficiencias en los servicios turísticos ofrecidos en la Ciudad.
- Alta tasa de inseguridad, lo que puede producir una disminución en la llegada de turistas.
- Problemas con el tránsito. Congestionamiento.
- Suciedad.
- Contaminación acústica.
- Barrios marginales y de vulnerabilidad social.
- Personas en situación de calle que habitan en espacios públicos, y en muchos casos turísticos de la Ciudad.
- Las fuertes lluvias e inundaciones que se producen en la Ciudad dificultan la circulación normal por la ciudad.

ASPECTOS EXTERNOS:

Oportunidades

- Políticas nacionales que promueven el crecimiento del turismo interno.
- Crecimiento del turismo Cultural.
- Implementación del Programa de Incentivos a la Preventa de Servicios Turísticos Nacionales, "Previaje", el cual incentiva el turismo nacional.

- Tipo de cambio que favorece el turismo nacional.
- Resolución impuesta por el BCRA (Banco Central de la República Argentina) que prohíbe el financiamiento en cuotas para la compra de viajes al exterior.
- Impuesto para una Argentina Inclusiva y Solidaria (Impuesto PAIS) del 30%, el cual se aplica sobre la adquisición de pasajes al exterior.

Amenazas

- Caída del turismo por pandemia COVID-19.
- Situación económica del país: La inflación y otros factores afectan a la posibilidad de viajar de la población.
- Crecimiento y desarrollo de destinos turísticos cercanos a la ciudad que generen competencia.
- Una ciudad sucia e insegura, no será recomendada por el turista a otros turistas, y producirá una disminución en la cantidad de personas que deseen conocerla o regresar.

ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO

ASPECTOS INTERNOS

Fortalezas:

- Oficina central del proyecto ubicada geográficamente de manera estratégica en la ciudad.
- Es un tour innovador en la Ciudad, no convencional.
- No produce contaminación en el destino.
- Equipo de trabajo con profesionales altamente capacitados.
- Alternativa turística no masificada y poco saturada.
- Servicio no convencional, que a diferencia de otras excursiones contribuye a una mayor puesta en valor del patrimonio natural de la ciudad.

Debilidades:

- Producto desconocido por el turista y el residente.
- Limitación en el perfil del turista al que se dirige, ya que debe cumplir con la condición de saber andar en bicicleta.
- No puede realizarse en caso de alerta meteorológica, fuertes lluvias e inundaciones.

ASPECTOS EXTERNOS

Oportunidades:

- Tendencia en crecimiento del turismo ecológico.
- Territorio con gran potencial turístico.
- Excelente accesibilidad a los lugares por recorrer.
- Disponibilidad de ciclovías públicas para realizar la actividad.
- Crecimiento del uso de bicicleta.
- Tendencia en la demanda de turismo sostenible.
- Mayor concientización de turistas y población local en el cuidado del medio ambiente.
- El uso generalizado de las nuevas tecnologías y las redes sociales permitirá alcanzar a un gran número de potenciales clientes.

- Existe anualmente una gran cantidad de turistas extranjeros en el destino.

Amenazas:

- Cambio climático, e inundaciones en la ciudad.
- Potencial implementación de servicios similares y competencia actual.
- COVID-19 y restricciones sanitarias.
- Crisis económica nacional que afecta el desarrollo del turismo.
- Devaluación progresiva de la moneda nacional, lo que perjudica la fijación de tarifas.
- La Ciudad es muy insegura, al realizarse al aire libre, los clientes se encuentran expuestos.

La propuesta como una estrategia superadora

La propuesta consiste en realizar circuitos no convencionales, es decir, diferentes a los habitualmente ofrecidos en la ciudad. Se caracteriza como superadora porque es innovadora en cuanto a las estrategias basadas en características diferenciadoras. Esto hace referencia, a que, “El lado Verde de la Capital” no sólo invita a los turistas a conocer los barrios más populares y sus monumentos históricos, sino también, a destacar espacios naturales y maravillosos de la Ciudad, que no han sido desarrollados aun turísticamente al 100%, teniendo todas las condiciones para hacerlo, ya que la mayoría de los tours ofrecidos se especializan en recorridos culturales. También, proporciona una opción diferente para aquellas personas que buscan cuidar el planeta, y disfrutan de la actividad física al aire libre. Por lo tanto, “El lado Verde de la Capital”, es un tour lo suficientemente llamativo para complementar y diversificar la oferta existente, admirando la ciudad desde una perspectiva diferente.

Además, es una propuesta que surge durante un contexto epidemiológico a nivel mundial, en tiempos en que el turismo consciente está en auge. Lo que obliga a dar un giro hacia nuevos desafíos e invita a turistas y residentes a disfrutar una experiencia turística segura, inolvidable y transformadora, generando un crecimiento como seres humanos, y logrando una sociedad más en paz y responsable con su entorno.

Conclusión del análisis FODA

Una vez realizado el análisis, es posible apreciar que el turismo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se encuentra en constante evolución, y que, en estos momentos de pandemia, donde todavía existen restricciones y protocolos a seguir, una actividad alternativa y al aire libre, como es el proyecto presentado, será beneficiosa en la ciudad.

Además, la misma está preparada para albergar a un gran número de visitantes, posee una ubicación geográfica privilegiada, y una gran variedad de atracciones turísticas, tanto naturales como culturales, para todo tipo de segmentos.

Por otro lado, como podemos apreciar en el diagnóstico realizado, la ciudad requiere un importante trabajo en cuanto a la inseguridad que afecta a la población local y a miles de turistas que la visitan, como así también mejoras en su limpieza y la organización del tránsito.

Para concluir, es necesaria la implementación de productos innovadores, en donde se demuestre que Buenos Aires no sólo se destaca por ser una ciudad cultural y poseer gran cantidad de museos, sino que también en ella es posible desconectarse, ofreciendo una naturaleza urbana con gran variedad de franjas nativas, donde se puede apreciar hermosos paisajes con flora y fauna autóctona.

*Objetivos del proyecto a corto,
mediano y largo plazo.*

Objetivo general

Implementar un tour de naturaleza urbana, realizado en bicicleta para el aprovechamiento y conocimiento de los atractivos naturales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, basado principalmente en las buenas prácticas para que el desarrollo de la actividad sea sustentable, a partir de las exigencias del mercado, brindando concientización social y ambiental.

Objetivos de corto plazo

- ✓ Insertar el proyecto al 100% en el mercado turístico competitivo de la ciudad dentro de los próximos 12 meses.
- ✓ Lograr alcanzar un 30% de clientes residentes de la ciudad durante los primeros dos años, respecto del total de los clientes obtenidos.
- ✓ Lograr alcanzar un 40% de clientes nacionales, durante el año 2023, respecto del total de los clientes obtenidos.
- ✓ Incrementar las ventas un 25% durante el año 2023, respecto de 2022.
- ✓ Aumentar las visitas en el sitio web un 20% durante el segundo semestre, respecto del primero.

Objetivos a mediano y largo plazo

- ✓ Lograr alcanzar los 500 mil seguidores en la cuenta de instagram del tour, en los próximos 3 años.
- ✓ Obtener la distinción de Gestión Ambiental otorgada por el Sistema Argentino de Calidad Turística, por promover la innovación sustentable, antes del año 2030.
- ✓ Alcanzar la calidad del servicio al 90% en la reputación de TripAdvisor, antes del año 2030.

Estrategia de marketing

PERFIL DE MERCADO

Perfil del mercado que apunta la idea

- Busca contacto con la naturaleza.
- Aficionado al deporte.
- Busca compartir actividades en grupo.
- Se interesa por el cuidado del medio ambiente.
- Busca autenticidad en sus experiencias.
- Desea conocer historia y cultura del lugar visitado.
- Busca escapar de la rutina y del estrés.
- Clase social media-alta.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es un destino turístico que recibe gran cantidad de turistas, tanto de tipo nacional como internacional.

Por lo tanto, “El lado **Verde** de la Capital” está dirigido a un turista amante de la naturaleza, y de las actividades al aire, que busca la autenticidad en las experiencias.

Es para aquellos que, además, suelen participar en una amplia gama de actividades, incluyendo fotografía, observación de aves, entre otros, y poseen una personalidad entusiasta y activa, que desea que su visita contribuya a la conservación y el desarrollo local.

El tour es ideal para un turista exigente, que busca mejorar la salud y el bienestar realizando ejercicios físicos y mentales durante las vacaciones, valorando las actividades al aire libre y los deportes.

Teniendo en cuenta la segmentación del mercado, se puede establecer como mercado meta a personas de ambos sexos, entre 18 y 60 años aproximadamente, que cuente con buen estado físico apto para la actividad, que desee realizarla de manera individual o en grupos de amigos, familias, aficionados al ciclismo, turistas nacionales, extranjeros o residentes.

Segmentación geográfica

Según las estadísticas Buenos Aires recibe aproximadamente 10 millones de turistas anualmente. En 2019 arribaron 2,9 millones de turistas internacionales y 6,9 millones de turistas nacionales.

De la mayoría de los turistas extranjeros, el 49% proviene de países limítrofes, predominando los turistas de Brasil. Le siguen los turistas europeos con un 19%, en los

cuales predominan los españoles, y por último provenientes de América del Norte un 16,3%, el cual el principal emisor es Estados Unidos.

De los turistas nacionales, el 29,6% corresponde a la Provincia de Buenos Aires, le sigue el Litoral con un 26,7%, el Norte con un 13,3%, Córdoba con un 10,9%, la Patagonia con un 10,6%, y por último a región de Cuyo con un 8,9%.

En el presente proyecto, se espera recibir residentes, y turistas nacionales e internacionales que llegan a la ciudad por distintos motivos.

Segmentación demográfica y social

El mercado principal apunta a personas de ambos sexos, entre 18 y 60 años, de un poder adquisitivo medio y alto, residentes, nacionales y extranjeros, amantes de la naturaleza y aficionados al deporte y la aventura.

Segmentación en función del comportamiento:

En los últimos años ha habido un importante crecimiento en el interés de la sociedad por el cuidado del medio ambiente, situación que se refleja en la actividad turística con el incremento en la búsqueda de turismo ecológico o ecoturismo, razón por la cual, el tour será realizado en bicicleta, un medio de transporte alternativo ecológico.

El importante crecimiento en el mundo del uso de bicicleta se produce a su vez con una mayor conciencia ambiental por parte de los consumidores, que, al visitar una ciudad, exigen destinos más planificados, organizados, limpios, seguros, y sustentables.

Por los motivos antes mencionados, es que “El lado **Verde** de la Capital” es una propuesta dirigida especialmente a aquellos turistas que buscan escapar de la rutina y el estrés, realizando actividades respetuosas con el medio ambiente.

POSICIONAMIENTO DEL PROYECTO

El proyecto “El lado **Verde** de la Capital” buscará su posicionamiento a partir de la implementación de estrategias basadas en características diferenciadoras de servicio, fomentando el uso de bicicletas en la ciudad, haciendo referencia a los beneficios para la salud que aporta el ciclismo, además de la sustentabilidad del medio ambiente y el contacto con la naturaleza, lo que reduce el estrés y la ansiedad, mejorando nuestro estado de ánimo.

El tour será una nueva opción para hacer uso del tiempo libre dentro de la ciudad, descubriendo los rincones verdes, su historia, sintiéndose parte de esta y sin dañarla con nuestra actividad.

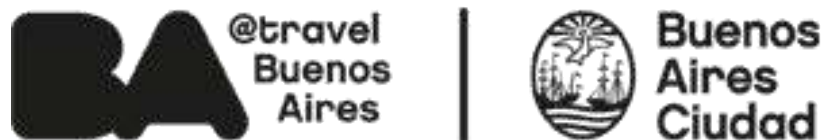
“El lado Verde de la Capital” se presenta como la opción preferida y sin dudas la más viable para hacer turismo: aire libre, cuidado del medio ambiente, respeto por la cultura y economía local, poca carga de personas por actividad, reducción de la huella de carbono, entre otros factores, los cuales son hoy, la respuesta al difícil contexto que atraviesa el mundo.

MARCA TURÍSTICA

Marca del destino

Imagen 3

Marca Buenos Aires Ciudad



Nota: Travel Buenos Aires. Recuperado de: [Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires](#)

Marca del producto

Imagen 4

Marca El lado Verde de la Capital



La ciudad Autónoma de Buenos Aires se posiciona como capital cultural de Latinoamérica por su gran oferta cultural.

“El lado Verde de la Capital” es un nuevo producto, estratégicamente pensado para destacar otros atributos característicos de la ciudad, que poseen un gran potencial, y así captar un segmento naturalmente determinado por ser un producto específico, satisfaciendo sus propias necesidades, a fin de superar las expectativas de nuestro mercado meta.

La marca del proyecto está compuesta por un logotipo con una imagen de la Ciudad, en la cual se puede observar el mayor emblema de ésta, el obelisco. Además, predomina el color verde a sus alrededores por el contexto natural en el que se realizará el tour. Como símbolo representativo de la actividad, se observa una bicicleta color negro que resalta del fondo tomando un gran protagonismo.

El eslogan elegido, “¡Pedaleá, descubrí y disfrutá!”, hace alusión a tres acciones destacadas que el turista podrá vivenciar durante el recorrido. Además, se agregó la aclaración “ECOBICI-TOUR”.

El logotipo creado es adaptable para poder ser utilizado en folletería, redes sociales, sitio web, y demás medios de comunicación.

ESTRATEGIA DE RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Previamente a la contratación del servicio, se influenciará a los potenciales clientes a través de las redes sociales, aprovechando al máximo el desarrollo de las TIC's, generando una relación estrecha de comunicación e interacción constante. La cuenta de instagram de “El lado Verde de la Capital”, será manejada por un community manager, que se encargará de generar contenido relevante para el cliente meta, que lo incentive a participar en encuestas, sorteos, juegos y conocer el tour.

Una vez que el cliente contrate el servicio, ya sea a través de la página web o presencialmente, automáticamente sus datos personales quedarán registrados en la base de datos. De esta manera, siempre que estén de acuerdo, recibirán en su correo electrónico avisos de nuevas actividades, promociones, cupones de descuentos, entre otros.

Además, podrán descargarse en sus dispositivos, la app “El lado Verde de la Capital”, en la cual, una vez que hayan abonado el servicio, podrán ingresar con su correo electrónico y su número de cliente. En la misma, les figurará detalles de la reserva, como ser el día y horario del paseo y el guía que los acompañará durante el recorrido. También, desde allí

podrán realizar diferentes trámites, ya sea cancelar la reserva y solicitar la devolución del dinero, modificar la fecha de su paseo, o contratar uno nuevo.

Por otro lado, podrán revisar en el mapa de la APP, el recorrido realizado en tiempo real, y una breve reseña de cada atractivo que se visite. Para poder utilizar esta función, deberán tener activado el GPS durante todo el tour.

Luego de finalizado el recorrido, se les habilitará una pestaña con el cuestionario de satisfacción, y una sección en la que podrán subir fotos del recorrido y agregar un breve comentario sobre su experiencia. Esto último, será visible para otros pasajeros.

Al igual que en su correo electrónico, la aplicación móvil, les enviará notificaciones con promociones, descuentos y novedades.

Descripción detallada del producto

Características del producto turístico

“El lado **Verde** de la Capital” es un tour con fines turísticos, recreativos y de concientización ambiental. Es un proyecto de inversores privados, junto al apoyo del sector público (Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires y Ministerio de Turismo y Deportes).

Se trata de un tour realizado en bicicleta. El mismo estará disponible durante todo el año, suspendiéndose en días de fuertes lluvias y/o alerta meteorológica.

Se realizará en 3 idiomas: español, inglés y portugués. Los guías tendrán micrófono vincha, con amplificador de voz, para eliminar el ruido no deseado, y lograr brindar una mejor experiencia a los visitantes.

Para realizar el recorrido, se utilizará la red de ciclovías protegidas de la ciudad. Las mismas se comenzaron a construir en 2009, y actualmente alcanza más de 260 km.

“Es un entramado de carriles exclusivos para bicicletas, resguardado del resto del tránsito vehicular por medio de un separador físico, que conecta los principales centros de trasbordo de la ciudad, universidades, escuelas y hospitales permitiendo también la interconexión con otros medios de transporte.” (Pablo, 2021)

Imagen 5

Ciclovías de la Capital Federal



Nota: Ciclovías porteñas –Recuperado de: Ciclovía – ACU

El objetivo es combinar el hábito saludable de andar en bicicleta, tanto para el ser humano como para el medio ambiente, con la actividad turística de la ciudad.

Si bien, es un tour programado, el proyecto también ofrece la posibilidad de realizar circuitos personalizados y armados a gusto del cliente.

“El lado **Verde** de la Capital” posee identidad y destaca espacios naturales de la ciudad, además proporciona al turista una experiencia única, diferenciada y memorable. Es una propuesta que enseña a respetar los lugares que el turista visita, a valorar la naturaleza, preservando y disfrutando del medio que nos rodea. No sólo se brindará un servicio turístico, sino que ayudará a la sociedad a tomar conciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.

Consistirá en una experiencia de día completo recorriendo los espacios naturales más destacados de los barrios de Puerto Madero, Recoleta y Palermo.

Durante el recorrido se harán paradas para descansar, tomar fotografías, y poder apreciar la tranquilidad y belleza de los lugares visitados.

La propuesta incluye guía local, bicicleta confortable, casco, seguro, una botella de agua mineral, asientos para niños en caso de necesitar y almuerzo en el barrio de Recoleta.

Modalidades

- Los pasajeros tendrán disponible en la APP Móvil, un apartado con el “Manual del Ciclista” de la Secretaría de Transporte de la Ciudad de Buenos Aires, cuya lectura previa será recomendada.
- El uso de casco será obligatorio durante el recorrido, según lo estipulado en el Art. 40 Bis (Modificación a la Ley Nacional de Tránsito 24.449, introducida por la Ley 25.965), el cual establece que para poder circular el conductor llevará puesto un casco protector.
- Si bien el tour incluye seguro, se recomendará a los pasajeros que tengan su propio seguro de viaje que cubra ciclismo.
- El personal de traslado llevará las bicicletas hasta el punto de salida y realizarán la entrega de las mismas. Cada una de ellas, estará previamente seleccionada para cada pasajero, y tendrá una credencial de identificación colgada en el manubrio, que luego podrán sacar y colgárselas a sí mismos para que el guía logre identificarlos con mayor rapidez.
- Se destinarán 2 (dos) horas para el almuerzo en “Parrilla El Estrebe”. Las reservas estarán pactadas con anticipación. Se contará con menú ejecutivo preestablecido, liviano y

sin bebidas alcohólicas de acuerdo con la actividad, y constará de entrada, plato principal, postre y bebida.

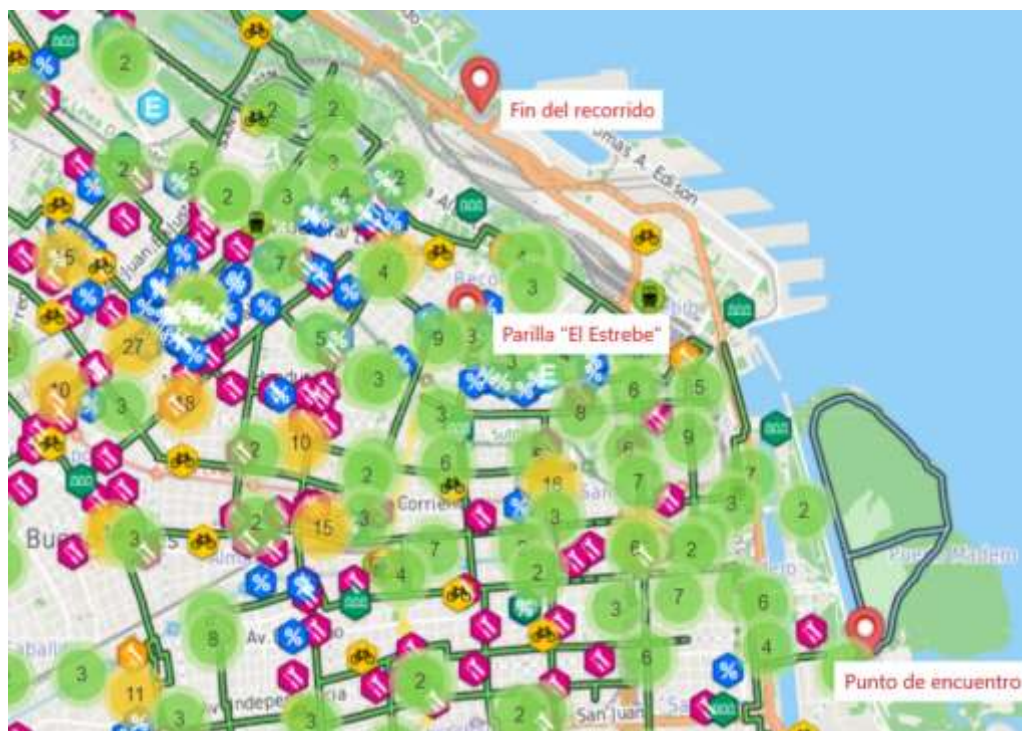
- Durante el almuerzo, las bicicletas quedarán estacionadas en “Garage Suba”, Peña 2366, Recoleta Bs As.
- Se deberá concurrir con barbijo.
- Se les recomendará vestimenta y calzado adecuado para realizar la actividad.

Detalles de la salida

- El punto de encuentro será junto a la “Fuente de Las Nereidas”, Av. Dr. Tristán Achával Rodríguez 1401, Costanera Sur, Puerto Madero.
- **Horario de salida:** El tour comienza a las 10:00 am.
Se solicitará a los pasajeros que se aseguren de llegar 15 minutos antes del horario de salida.
- **Almuerzo:** Parrilla “El Estrebe”. Dirección: Peña 2475 – Recoleta, Capital Federal.
- **Duración:** 8 hs
- **Horario de finalización:** El Tour finaliza alrededor de las 18.00 hs. En el mirador de Costanera Norte. Av. Costanera Rafael Obligado 1221.

Imagen 6

Puntos importantes del recorrido “El lado Verde de la Capital”



Nota: Mapa de red de ciclovías de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se indica en el

mismo, el punto de salida y de llegada del recorrido, y el restaurante en donde se llevará a cabo el almuerzo.

Itinerario

Comienzo del recorrido: 10.00 hs

Punto de encuentro: “Fuente monumental Las Nereidas”. Av. Dr. Tristán Achával Rodríguez 1401, Costanera Sur, Puerto Madero.

En Puerto Madero se hará un recorrido por el Parque Micaela Bastidas, Parque Mujeres Argentinas, y la Reserva Ecológica de Costanera Sur, donde es posible realizar avistaje de aves y disfrutar de sus espacios naturales al borde del Río de la Plata.

Imagen 7

Paseo en bicicleta por la Reserva ecológica



Nota. Reserva ecológica costanera sur. Recuperado de <https://www.tripadvisor.com.ar/>

Luego el recorrido continuará hacia el barrio de Recoleta. El almuerzo será en la parrilla “El Estrebe”. Allí, con la intimidad propia de los bodegones porteños, podrán degustar delicias argentinas como vacío, asado de tira, pampolonas de pollo, lomo de cerdo,

entre otras especialidades de la casa. También habrá opciones para personas vegetarianas, veganas y/o celíacos.

Luego de un descanso, visitaremos la Plaza Juan XXIII, donde se encuentra el famoso Cementerio de La Recoleta, también la Plaza Francia, Plaza Mitre, Parque Thays y por último la Plaza Naciones Unidas, donde se encuentra la *Floralis Genérica*.

Imagen 8

Floralis genérica – Plaza Naciones Unidas



Nota: Floralis genérica - Plaza Naciones Unidas. Recuperado de: <https://www.pond5.com/>

Luego nos dirigiremos hacia Palermo, en el recorrido haremos una parada por Parque las Heras, uno de los más hermosos de la ciudad e imperdible por sus casi 12 hectáreas y su fascinante historia.

Ya en el último barrio del recorrido, conoceremos el Jardín Botánico, Ecoparque BA, el Rosedal de Palermo con sus 18.000 rosales, los Bosques y sus impresionantes lagos, Plaza Gould con su famoso planetario Galileo Galilei, y finalizamos viendo el atardecer en la Costanera Norte a las 18.00 hs.

Imagen 9

El rosedal de Palermo



Nota. El rosedal de Palermo. Recuperado de: <https://www.marcoguoli.com>

Detalles de prestación:

Días y horarios de apertura de la oficina: Lunes a Sábado de 09 a 13 y de 15 a 19hs.

Contacto por whatsapp: Lunes a Sábado de 09:00 a 21:00 hs.

Días y horarios del tour: Todos los días de 10.00 a 18.00 hs.

Cantidad de personas: Hasta 8 pax por tour.

Se realizará el tour en 3 idiomas: español, inglés y portugués. De acuerdo con lo que desee el cliente, podrá elegir el día, según el siguiente detalle:

ESPAÑOL	INGLÉS	PORTUGUES
LUNES, MIERCOLES, VIERNES Y SABADOS.	MARTES, JUEVES Y DOMINGOS.	MARTES, JUEVES Y DOMINGOS.

Elementos y accesorios incluidos en el tour

Imagen 10

Bicicleta del tour



Imagen 11

Casco con visera regulable



luz led con clip de enganche al casco

Protocolo COVID-19

Durante el recorrido se realizarán las siguientes actividades:

- Los guías deberán higienizar sus manos con frecuencia.
- Alcohol en gel disponible para los viajeros y el personal.
- Según las medidas sanitarias impuestas por las autoridades locales, se podrá exigir en determinados lugares el uso de máscaras, barbijos o tapabocas.
- Los equipos se desinfectarán entre cada uso.
- Se solicita respetar distanciamiento social durante toda la experiencia.

Información adicional

- Se recibirá una confirmación al momento de la reservación y código de acceso a la app
- Asientos disponibles. Los niños de entre 2 y 5 años podrán viajar en una silla infantil a cargo de un adulto responsable.
- La edad mínima para realizar el tour es de 18 años.
- La experiencia requiere buen clima. Si se cancela por mal tiempo, se le ofrecerá otra fecha o un reembolso total.
- El tour podrá tener 8 viajeros como máximo.
- No apto para personas con problemas cardíacos o afecciones médicas graves.
- No se brindará el servicio a personas embarazadas de más de 5 meses.
- Los viajeros deberán tener un estado físico moderado. Se les solicitará que completen en la aplicación un cuestionario de salud y aceptar los términos y condiciones establecidos por el tour.

Política de comunicación

Principales medios de difusión

“El lado Verde de la Capital” buscará llegar a sus clientes potenciales, por distintas vías de comunicación para alcanzar a cada uno de ellos.

Workshops:

Por un lado, la difusión se realizará participando en ferias, workshops, en la FIT (Feria Internacional del Turismo) y en eventos relacionados al sector. Estará visible en pantallas Smart interactivas de agencias de viajes, aeropuertos y centros de información turística.

Folletería:

También se difundirá a través de folletería en hoteles ubicados en los barrios más populares de la ciudad, en agencias de viajes, en centros de información turística, y en el Ministerio de Turismo. Al ser un proyecto ecofriendly, la folletería estará realizada con materiales reciclados.

Sitios web:

En la página web “Turismo Buenos Aires”, sitio oficial del Gobierno de la Ciudad, uno de los más reconocidos por los turistas a la hora de averiguar acerca de las actividades que se pueden realizar, se promocionará el servicio donde el usuario podrá ver una plantilla con fotos, datos de contacto, dirección de la oficina y una breve descripción acerca del servicio y será derivado directamente a la página web del tour.

Además, se realizarán anuncios en la página web de “Infobae”, diario digital argentino de actualidad y economía que aspira a posicionarse como referencia absoluta a la hora de viajar, aportando información relevante y novedosa.

En la página web: <http://www.elladovdelacapital.com.ar>, se informará en qué consiste el tour, qué incluye, opciones de actividades personalizadas, tarifas de los servicios, un formulario para anotarse y realizar el pago correspondiente, y tendrán a disposición las redes sociales para más información.

Redes sociales:

Instagram:

La mayor difusión se realizará por medio de internet. Utilizando las redes sociales, Facebook e Instagram. El Instagram se llamará @elladov.delacapital, y contará con una estrategia bien fundada, con una biografía bien optimizada, con identidad visual y estrategias de hashtags para alcanzar a más personas.

Como estrategia, se utilizará lo que se denomina “Marketing influencers”, que consiste en invitar influyentes, en este caso relacionados con el turismo, a realizar el circuito de manera gratuita, para que luego lo recomienden y lo promocionen en sus redes, a modo de ejemplo los invitados podrían ser: @argentinayelmundo y @turistaenbuenosaires.

La idea principal de la cuenta de Instagram es crear una comunidad de clientes, con los cuales generar una buena comunicación y feedback, intercambiando experiencias, fotos, anécdotas, información útil, temas de interés en común, y datos relacionados con los servicios ofrecidos.

Entonces, a través de Instagram se buscará interactuar con la comunidad de forma más cercana, personal y dinámica. Será una forma de humanizar la marca. Dentro de las herramientas que ofrece dicha red social, las “historias” serán fundamental. A través de este formato se realizarán:

- Encuestas: Para conocer la opinión de los seguidores respecto a un tema, o para hacerlos partícipes de una decisión sobre la marca.
- Cuestionarios: Podrán usarse para hacer adivinar a los seguidores sobre alguna novedad próxima, o para saber qué temas son los que más les interesan.
- Preguntas: Se utilizarán para generar conversaciones con los seguidores y hacerlos sentir cercanía e interés. En esta opción, también es posible que ellos generen preguntas que tengan sobre el tour. De esta manera también se despejan dudas y se informa a los demás seguidores.
- Recordatorios: Serán ideales para generar expectativas y lograr que los seguidores estén al tanto del próximo lanzamiento o evento.

Por otro lado, se utilizarán “Reels” como estrategia para llegar a más personas que aún no conocen la marca. Dicha herramienta está destinada a generar un gran alcance, en un formato corto y dinámico. Se utilizará para agregar valor en pocos segundos, mostrando contenido entretenido y atrapante sobre el tour.

Imagen 12

Imagen ilustrativa del Instagram de @elladov.delacapital



Facebook:

La cuenta de instagram se encontrará conectada a la red social Facebook para apuntar a un público de mayor edad. Allí utilizaremos una campaña de publicidad a través de “FacebookAds”, para captar el interés de la audiencia previamente definida y segmentada, como ser viajeros frecuentes, que les gusta la vida al aire libre, amantes del ciclismo, y de esta forma, obtener los resultados deseados.

La página de Facebook se llamará “El lado Verde de la Capital – Ecobici TOUR”, y allí se compartirá contenido de los tours realizados, las fechas y cupos disponibles, novedades y demás información relevante para los usuarios de dicha red social.

En todas nuestras páginas, se dedicará una sección con contenido generado por turistas que ya realizaron el recorrido, de esta manera los demás seguidores pueden ver a través de los ojos de quienes ya lo disfrutaron.

Asimismo, se realizarán sorteos de paseos gratuitos a través de las redes oficiales de “El lado Verde de la Capital” a modo de experiencia para los seguidores del tour.

Imagen 13

Imagen ilustrativa de página de Facebook “El lado Verde de la Capital – Ecobici TOUR”.



Youtube:

El tour tendrá un canal de youtube, en el cual se subirán videos más extensos que los publicados en otras redes sociales, que enseñarán de qué se trata la experiencia, los diferentes rincones de la ciudad que se visitan, las bicicletas brindadas, el almuerzo, y testimonios de clientes que deseen participar.

TripAdvisor:

Se creará un perfil de TripAdvisor, a través del cual se buscará dar a conocer el tour a viajeros de todo el mundo. El mismo, tendrá todos los datos necesarios para poder contratar el servicio o realizar consultas, y una descripción llamativa para el público extranjero. El perfil estará descrito en español, inglés y portugués.

Se publicarán imágenes atractivas diariamente de los paseos y los turistas que eligen el tour con la intención de generar una interacción con el público de TripAdvisor.

Siempre se informará a los clientes, luego de finalizado el tour, que “El lado Verde de la Capital” tiene un perfil de TripAdvisor, en el cual pueden sentirse libres de expresar su opinión y compartirla con otros usuarios, con el objetivo de incentivarlos a disfrutar la experiencia.

Comunicación tradicional:

Con el fin de alcanzar al sector del mercado que no consume publicidad de internet, ni redes sociales, se utilizarán medios de comunicación tradicional.

- *Televisión:* Se realizará publicidad del tour a través de acuerdos con el canal televisivo TV Pública en el programa “País paisaje” y en “El turismo y la hospitalidad” de canal 26.
- *Diarios:* Se realizará publicidad en la sección “Noticias de turismo” en los diarios “La Nación” y “Clarín”.
- *Radio:* Se realizarán 3 publicidades diarias, en las radios “Mitre” de tipo AM, y en “La 100” de tipo FM. Siendo ambas las emisoras más escuchadas en Argentina durante el año 2021, de acuerdo con el ranking elaborado por “Kantar Ibope Media”.

Publicidad exterior:

Se evaluará la posibilidad de contratar un artista que coloque afiches con la técnica “past-up” en lugares permitidos de los barrios más populares de Capital Federal, con la leyenda “¡Pedaléa, descubrí y disfrutá!” acompañada del logo del tour, y el código QR, con el objetivo de invitar tanto a turistas como a residentes a realizar la actividad.

El past-up es una de las técnicas de arte urbano que se compone de imágenes y textos sobrepuestos en una superficie para luego pegarlos en una estructura o pared. Al igual que el muralismo y los graffitis, estos trabajos se encuentran por toda la ciudad.

“El arte urbano en la ciudad está regulado desde 2009 en la ley de muralismo, una cultura que se desarrolló en las calles desde épocas muy tempranas, siguiendo los vaivenes políticos. Las intervenciones deben contar con la aprobación del dueño de la propiedad.” (Turismo Buenos Aires)

*“Hay programas como **Festival Color BA** que trabajan con intervenciones de artistas plásticos en el espacio público, con el objetivo de fomentar el arte urbano. Explicaron en el ministerio.”* Lo cierto es que el Gobierno está incentivando las intervenciones callejeras.

“Gracias a la relevancia de este arte urbano, muchas marcas convocan a artistas para sus publicidades.” (López)

Imagen 14

Artistas internacionales y locales en “Festival Color BA” – La boca.



Nota: Recuperado de: https://www.clarin.com/ciudades/artistas-continentes-llenan-murales-boca_0_Hy9HSzep.html

Herramientas creativas

Será una necesidad volverse conocido, y lograr una imagen propia que lo identifique y lo diferencia del resto de los tours ofrecidos en la ciudad. Por este motivo, se trabajará en

crear una identidad visual en toda la publicidad generada, ya sea en folletería, en redes sociales, en la oficina central, y en los productos de marketing, con la intención de generar reconocimiento de marca. Esto se logrará utilizando siempre los colores que lo representan, en este caso predomina la gama de los verdes junto con el negro, también se utilizará la misma tipografía, y la imagen del logo.

Con un objetivo promocional comercial, se desarrollarán productos de uso corriente, a fin de llamar la atención de otras personas y facilitar la acción de compra del servicio.

Los turistas tendrán la posibilidad de comprar en la oficina variados artículos que podrán utilizar luego cotidianamente, como botellas deportivas de acero con el logo del tour, como así también barbijos, llaveros, imanes, remeras, y gorras, entre otros.

En relación a la promoción de ventas, con el objetivo de impulsar la reserva de las actividades, se estimulará al cliente potencial a través de una promoción por inauguración, ejemplo: 2x1, es decir, compra el pase del tour para dos personas, al precio de uno.

Como medio de comunicación digital, se utilizará y se dará difusión del código QR que da acceso a un folleto informativo del tour. Escaneando con la cámara de un teléfono celular inteligente el código QR, tendrá disponible los datos de contacto para acceder al tour, y una breve descripción. (Ver en anexo)



¡ESCANEA DESDE TU CELULAR!

Políticas de comercialización

Comercialización del proyecto

Se utilizarán diversos canales de comercialización, tanto propios como ajenos, para poder alcanzar al cliente meta y ser competitivos en el mercado.

Se utilizará internet como principal medio de venta del servicio, a través de la página web oficial del tour <http://www.elladovdelacapital.com.ar>, en la cual el turista podrá gestionar la reserva del servicio, y abonar el mismo. Otro medio propio de comercialización será un número de whatsapp, a través del cual el cliente será asesorado y en caso de que desee, concretar la reserva telefónicamente.

También se comercializará a través de la oficina central del proyecto, ubicada en Capital Federal, como así también por medio de agencias de viajes minoristas de todo el país y agencias receptoras de la ciudad.

Política de precios

ESTRUCTURA DE COSTOS

Inversión inicial

Para realizar la inversión inicial, se accederá a créditos especiales para nuevos emprendedores.

El desarrollo del proyecto “El lado **Verde** de la Capital”, para su puesta en marcha, debe afrontar los siguientes costos iniciales:

- Adquisición de oficina con depósito: \$62.616.000
- Creación de app móvil: \$1.565.400
- Creación de página web: \$25.000
- Furgón largo para traslado de bicicletas: \$4.700.000
- 40 bicicletas: \$1.200.000
- 40 cascos: \$ 92.000
- 15 asientos para niños: \$15.000
- Computadora de escritorio: \$65.000
- Impresora: \$21.000
- 4 tablets: \$32.000
- Artículos de oficina y muebles: \$60.000
- Amplificador micrófono vincha para guías: \$9.000.- (3u)
- Celular smathphone: \$60.000

Costos fijos mensuales:

- Salario socio gerente Lic. En Turismo: \$160.000 bruto.
- Salario socio gerente Lic. En Adm. De Empresas: \$160.000 bruto.
- Salario de guías (3): \$72.000 bruto. Total: \$ 216.000.-
- Salario de conductores y personal de traslado (4): \$42.000 bruto. Total: \$168.000.-
- Community Manager (1): \$37.000 bruto.
- Servicios de luz, agua, gas y expensas: \$40.000 aprox.
- Servicio de internet: \$2600.
- Línea telefónica móvil: \$1250.
- Seguro de bicicletas: \$6000.
- Cobertura de responsabilidad civil: \$976.

- Seguro del vehículo: \$25.257,83 (“Orbis” – Todo riesgo)
- Service de bicicletas: \$25.000
- Contador: \$30.000
- Impuesto municipal: ABL, TSH e impuesto por publicidad.
- Impuesto provincial: Inmobiliario y automotor.
- Repuestos de bicicletas / cascos / luces: \$15.000.
- Folletería y publicidad: \$15.000.
- Hojas, tinta para impresora, y otros artículos de librería: \$4.000.
- Combustible para el furgón: \$10.000 aprox.

Costos variables mensuales:

En cuanto a los gastos variables relacionados directamente con el funcionamiento del proyecto, una vez que se encuentre implementado, se tendrá en cuenta:

- Botella de agua mineral s/gas Villavicencio \$77,50 precio unitario. Pack x12 \$930,00.
- Almuerzo – Menú ejecutivo \$900,00. por pax. (Variará de acuerdo con la cantidad de personas que realicen el tour por día.)
- Estacionamiento de bicicletas. \$30,00. por bicicleta (variará de acuerdo con la cantidad de pasajeros que realicen el tour)
- Comisión por venta a agencias de viajes 12%.
- Impuesto a los ingresos brutos: 2% de la facturación.

Precios comparativos

- **Biker Street**: “Total BA bici tour de todo el día” EUR 63 / USD 75 (Incluye infusión, almuerzo, bicicleta y casco, botella de agua 500 ml, guía local). Duración: 8 hs.
- **BA bikes**: “Tour de lujo” 105 USD. (Incluye bicicleta eléctrica, casco, almuerzo y guía) Duración: 7 hs.
- **RentalBike Argentina**: “Buenos Aires en un día” 85 USD/ \$15.000.- (Incluye guía, bicicleta y casco, botella de agua, almuerzo) Residentes 50% off. Duración: 7 hs.

Fijación de tarifas

Tour full day: “El lado Verde de la Capital”

Duración: 8 hs - Incluye almuerzo, guía local, seguro, agua mineral, bicicleta, casco y accesorios extras.

Tarifa: USD 90.

Tarifa reducida para residentes argentinos: \$8.000 (pesos ocho mil)

Criterios para su fijación

El factor decisivo y más importante en la fijación de tarifas de este proyecto, es el cliente. En este sentido, el proyecto consiste en fijar tarifas en base al mismo. Realizando un estudio de mercado que identifique la importancia que tiene este tipo de servicio para el segmento de mercado- objetivo, teniendo en cuenta sus motivaciones, preferencias y estilo de vida.

Por lo tanto, un precio demasiado bajo sería contraproducente, ya que generaría cierto temor en los pasajeros, acerca de la calidad y seguridad del tour. Sin embargo, ante la actual situación económica del país, y la crisis generada por la pandemia, un precio muy abultado será una opción difícil para visitantes nacionales y residentes de la ciudad, razón por la cual se accede a crear una tarifa reducida para los mismos, al momento del lanzamiento del proyecto.

Condiciones

El valor general del tour es de USD 90. Con el objetivo de incentivar el turismo nacional en la ciudad, habrá una tarifa reducida para argentinos que desean recorrer la ciudad desde otro punto de vista, conocer su historia, y entender la importancia del cuidado ambiental. Aquellos que deseen acceder a la misma, deberán presentar su DNI.

El servicio podrá abonarse a través de la web, en la oficina, telefónicamente o en agencias, con tarjeta de crédito en cuotas, débito, transferencia bancaria o efectivo. La cotización en pesos será la del dólar oficial al día de la compra.

Las cancelaciones hechas hasta 48 hs previas, recibirán retorno de lo abonado. En caso de exceder el tiempo máximo de cancelación, solo se devolverá el 50%.

Estacionalidad de la demanda

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se caracteriza por tener demanda turística durante todo el año, por lo cual la estacionalidad no es tan marcada, aunque según investigaciones realizadas por el Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires, se registran picos durante el mes de enero.

En cuanto al proyecto, si bien es posible realizarlo durante todo el año, recibe influencia en relación con el clima. Al ser una actividad realizada al aire libre, en caso de fuertes lluvias y tormentas, será suspendida y postergada.

Calidad turística

Cómo medir la satisfacción del cliente

Mantener y mejorar constantemente la calidad del tour es uno de los objetivos principales del proyecto; con la finalidad de generar el posicionamiento deseado en el mercado local.

Además de una encuesta, se pondrá a disposición el libro de quejas y sugerencias para poder perfeccionar o modificar aquellos servicios con los que no hayan quedado conformes.

Esto mismo también podrán realizarlo dejando sus comentarios y opiniones en las redes sociales como TripAdvisor, Facebook, Instagram, la página web o la app.

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer el grado de satisfacción del cliente respecto del servicio ofrecido:

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer la opinión de nuestros clientes una vez que han contratado nuestros servicios, con la intención de mejorarlos.

Edad: Menor a 30 40 a 49 60 o más
 30 a 39 50 a 59

Nacionalidad: Argentino Extranjero

Residencia: Buenos Aires Interior

Por favor, marque con una "X" la opción que corresponda.

1- El guía tuvo una actitud amable, amistosa y tolerante hacia los turistas.

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

2- Todas las actividades planteadas en el itinerario fueron realizadas.

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

3- Considero que el precio es acorde a las actividades, temas y servicios ofrecidos.

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

4- La bicicleta y los accesorios brindados durante el tour se encontraban en buen estado de conservación y limpieza.

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

5- En general, me sentí seguro durante el tour.

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

6- Se cumplió el horario de inicio y finalización del tour.

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

7- Recomendaría el tour.

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

Observaciones y/o sugerencias:



¡ Gracias por elegirnos !

Momento y manera en que se hará llegar la encuesta

En primer lugar, al finalizar el recorrido, el guía invitará a los turistas a completarla encuesta en sus dispositivos móviles a través de la app “El lado **Verde** de la Capital”.

A aquellos turistas que por diferentes motivos no puedan realizarla por ese medio, el guía les brindará una Tablet en la cual estará disponible la encuesta de manera práctica y efectiva. La misma les llevará pocos minutos, y será anónima.

Conclusión

El presente Plan de Marketing sobre “El lado Verde de la Capital”, abre las perspectivas y expone un proyecto para el desarrollo del turismo durante la pandemia producida por el SARS-CoV-2 a nivel mundial, que generó un marco de incertidumbre exacerbada para el sector turístico, y se enmarca un eje fundamental del desempeño de las sociedades, en materia de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social.

Asimismo, este proyecto permite conocer y contemplar los factores y necesidades que se presentan en la actividad turística de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y su entorno, con el fin de proponer alternativas y presentar soluciones más adecuadas a los problemas actuales.

Los principios de desarrollo sostenible y el turismo ecológico han penetrado en el sector a un ritmo acelerado en los últimos años, por este motivo “El lado Verde de la Capital”, busca ampliar la oferta turística de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, lo que permitirá posicionar al destino por sus espacios verdes, a través de un producto innovador fundado específicamente en la revalorización de su patrimonio natural, y con la intención de despertar y fomentar el interés en sus ciudadanos sobre la riqueza del lugar donde residen y produciendo un fuerte impacto social, tratando de profundizar su arraigo natural, histórico y cultural, potenciando y revalorizando las actividades al aire libre en espacios naturales.

La bicicleta es el transporte más saludable y económico que existe, ya que contribuye a reducir los niveles de monóxido y dióxido de carbono, hidrocarburo y otras partículas que favorecen a la contaminación del aire, es por esto por lo que es el elegido para realizar el tour. Sin embargo, la sostenibilidad en el turismo no puede limitarse únicamente a proteger el ambiente, se trata también de promover beneficios sociales, calidad de vida y responsabilidad social y cultural en toda la cadena de valores.

Se espera lograr un producto viable y competitivo en un mercado turístico cada vez más exigente pero también más responsable.

El tour no requiere altos costos de inversión y cuenta con la ventaja de aprovechar los espacios preexistentes de la ciudad sin necesidad de dañar o alterar el medio ambiente para visitarlos, debido a que los paseos se realizarán exclusivamente por las ciclovías establecidas, reduciendo la congestión vehicular de la ciudad.

Este proyecto será una posibilidad de desarrollo turístico y social en la ciudad, generando nuevos puestos de trabajo, redistribución de los ingresos, futuras nuevas inversiones y alternativas para incentivar al consumo.

Además, es económicamente viable debido al gran flujo de visitantes de todo el mundo que recibe el destino, la demanda que tiene el turismo en el país y por ser una propuesta novedosa y en tendencia.

Se trabajará para llevar adelante un proyecto lo menos riesgoso posible, con impacto ambiental prácticamente inexistente y que contribuye a que turistas y residentes sean responsables de sus actos, contribuyendo a que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sea una ciudad sustentable.

Referencias

- *BA Bikes*. (s.f.). Obtenido de <http://babikes.com.ar/tour.php?tourid=69>

Biker Street. (s.f.). Obtenido de <https://biker-street.com/es/tour-en-bici-de-todo-el-dia/>

Buenos Aires Ciudad. (s.f.). Obtenido de <https://www.buenosaires.gob.ar/cultura/casaco-historico>

Buenos Aires Ciudad. (s.f.). Obtenido de <https://www.buenosaires.gob.ar/cultura/casco-historico>

Buenos Aires Ciudad. (s.f.). Obtenido de <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/protocolos-para-el-turismo-en-la-ciudad>

Ciudad, E. d. (Abril de 2019). *Travel Buenos Aires*.

López, A. (s.f.). *Redaccion Periodismo Urbano*. Obtenido de www.redaccion.com.ar

Pablo. (21 de 10 de 2021). *Palermo Online Noticias*. Obtenido de <https://palermonline.com.ar/wordpress/mapa-de-la-ciclovía-de-buenos-aires/#:~:text=La%20red%20de%20ciclov%C3%ADas%20protegidas%20es%20un%20entramado,calle%20y%20es%20de%20doble%20mano%20de%20circulaci%C3%B3n>.

PARLAMENTARIO. (19 de 11 de 2020). Obtenido de <https://www.parlamentario.com/2020/11/19/la-ciudad-creo-un-programa-para-fomentar-el-uso-de-las-bicicletas/>

Rental Bike. (s.f.). Obtenido de <https://rentalbikeargentina.com/tours-buenos-aires/buenos-aires-city-tour/>

TELAM. (17 de 11 de 2020). Obtenido de <https://www.telam.com.ar/notas/202011/535515-el-uso-de-la-bicicleta-crecio-un-83-durante-la-cuarentena-en-el-pais.html>

Travel Buenos Aires. (s.f.). Obtenido de <http://www.travel.buenosaires.gob.ar>

Turismo Buenos Aires. (11 de 11 de 2020). Obtenido de <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/turismo-noticias/la-ciudad-entre-las-mejores-35-ciudades-del-mundo-para-el-turismo>

Turismo Buenos Aires. (09 de 2021). Obtenido de <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/RequisitosTuristas>

Buenos Aires Web. (21 de 09 de 2021). Obtenido de [Vuelve el turismo extranjero – buenosairesweb.com.ar](https://www.buenosairesweb.com.ar)

Anexos

El lado "V" de la Capital

Verde

Estás listo para vivir una experiencia increíble ?



ECOBICI-
TOUR



El lado Verde de la Capital - Ecobici TOUR



www.elladovdelacapital.com.ar

Escribinos!



@elladov.delacapital

Nuestro tour en bicicleta es la manera perfecta de renovar tus energías mientras disfrutas de los rincones naturales de la Ciudad de Buenos Aires.

Te invitamos a descubrir el lado Verde de la Capital, de manera respetuosa con el medio ambiente, basandonos en las buenas prácticas, y brindando concientización social y ambiental. Queremos que te lleves una experiencia maravillosa y de crecimiento personal.

Te proponemos recorrer los barrios de Puerto Madero, Recoleta y Palermo sobre dos ruedas!

No te lo pierdas!

Pedaleá, descubrí y disfrutá!

