

SECRETARÍA DE TURISMO Y DEPORTES
PROVINCIA DE BUENOS AIRES

**SECRETARÍA DE TURISMO Y DEPORTES
PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

Informe de Avance nº 1:

Plan de marketing turístico y Programa de captación de inversiones
turísticas – Fase I

Guión para la Investigación de Mercados dirigida al turista actual y
potencial y al sector profesional del turismo



**Consultores de Marketing Systems srl
Buenos Aires, 17 de enero de 2005**

Autoridades del Consejo Federal de Inversiones (CFI):

Secretario General:

Ing. Juan José Ciácerá

**Autoridades de la Secretaría de Turismo y Deportes de la Provincia
de Buenos Aires:**

Secretario de Turismo y Deportes:

D. Miguel Angel Cuberos

Subsecretario de Políticas Turísticas

y Deportivas:

Mayor (R) Victor Sergio Groupierre

Director Provincial de Deportes:

D. Rodolfo Blanco

Directora Provincial de Turismo:

Lic. Ana Martín

Introducción:

La elaboración del Plan de Marketing Turístico y del Programa de Captación de Inversiones se inicia con el diagnóstico de la situación actual, base del análisis que permite incorporar información técnica precisa para la formulación de las conclusiones y de la estrategia. Para este análisis vamos a considerar dos realidades internas. En primer lugar, la realidad del producto turístico de la Provincia de Buenos Aires y en segundo lugar, su realidad promocional.



A su vez, estudiaremos lo que denominamos su realidad externa, es decir, cuál es la imagen turística de la Provincia de Buenos Aires existente en los mercados turísticos más importantes.

Para realizar el análisis de ambas realidades se analizan cuatro aspectos, según expresado en forma detallada en nuestra propuesta metodológica presentada oportunamente:

1. El turismo en la Provincia de Buenos Aires.
2. Los productos turísticos de la Provincia de Buenos Aires.
3. La promoción turística de la Provincia de Buenos Aires y la de sus competidores.
4. La opinión actual sobre el turismo de la Provincia de Buenos Aires.

Tema del Informe:

Este informe contiene el guión detallado, o *briefing*, para el análisis del punto nº 4: **“La opinión actual sobre el turismo de la Provincia de Buenos Aires”**, el cual se realizará a través de una investigación de mercados dirigida al turista actual y potencial, nacional y extranjero y al sector profesional del turismo nacional e internacional, llamado en adelante *“trade”*.

Objetivos del trabajo:

El objetivo de esta investigación es conocer la imagen y opinión actual sobre la Provincia de Buenos Aires como destino turístico por parte de los siguientes públicos:

- El turista actual nacional y extranjero
- El turista potencial nacional y extranjero
- El *trade* nacional e internacional

Los resultados obtenidos se constituirán en información fundamental para la elaboración del diagnóstico de la situación actual, y servirán para:

- Orientar la estrategia de marketing tanto en el mercado nacional como internacional.
- Identificar las diferentes imágenes turísticas que existen de la Provincia de Buenos Aires, tanto en el público consumidor como en la red de comercialización turística.
- Caracterizar con detalle cuál es la imagen de los productos turísticos más significativos de la Provincia de Buenos Aires:

Índice General

1. La imagen del turista actual.....	6
1.1. Concepto general del estudio.....	7
1.2. Objetivos.....	7
1.3. Públicos objetivos.....	7
1.4. Mercados geográficos.....	7
1.5. Tamaño de la muestra.....	7
1.6. Método.....	8
1.7. Plazos.....	8
1.8. Contenido del cuestionario.....	8
2. La imagen del turista potencial.....	10
2.1 Concepto general del estudio.....	11
2.2 Objetivos.....	11
2.3 Públicos objetivos.....	11
2.4 Mercados geográficos.....	11
2.5 Tamaño de la muestra.....	11
2.6 Método.....	11
2.7 Plazos.....	12
2.8 Contenido del cuestionario.....	12
3. La imagen del trade nacional e internacional.....	13
3.1 Concepto general del estudio.....	14
3.2 Objetivos.....	14
3.3 Públicos objetivos.....	14
3.4 Mercados geográficos.....	14
3.5 Tamaño de la muestra	17
3.6 Método.....	18
3.7 Plazos.....	18
3.8 Contenido del cuestionario.....	18

1. La imagen del turista actual

1.1 Concepto general del estudio:

Estudio para conocer la opinión y la imagen del turista actual nacional y extranjero sobre el producto turístico de la Provincia de Buenos Aires.

1.2 Objetivos:

- Conocer la imagen y la opinión del **turista actual nacional** sobre el producto turístico de la Provincia de de Buenos Aires, en el momento que se encuentra en el territorio, los lugares que visitó y el uso que realizó del destino, tanto para recreación como para negocios.
- Conocer la imagen y la opinión del **turista actual extranjero** sobre el producto turístico de la Provincia de de Buenos Aires, en el momento que se encuentra en el territorio, los lugares que visitó y el uso que realizó del destino, tanto para recreación como para negocios.

1.3 Público objetivo:

Turistas nacionales y extranjeros durante su estadía en la Provincia de Buenos Aires. La encuesta debe ser tomada al final de la estadía, después de la permanencia en algún destino de la Provincia de Buenos Aires, preferentemente en el check out de los establecimientos hoteleros o cualquier otro tipo de alojamiento turístico.

1.4 Mercados geográficos:

La encuesta deberá ser tomada en los principales puntos turísticos de la Provincia de Buenos Aires, con una distribución equilibrada entre las distintas zonas turísticas: Costa, Sierra, Campo, Delta.

1.5 Tamaño de la muestra:

La muestra deberá estar compuesta por:

200 turistas nacionales

200 turistas extranjeros

En ambos casos deberá existir una distribución equilibrada entre las distintas zonas turísticas, tal como mencionado en el punto anterior, y una composición equilibrada en cuanto a edad y sexo.

1.6 Método:

Para la realización de la encuesta deberá aplicarse un cuestionario estructurado, con abordaje personal. Las entrevistas deberán tener una duración promedio no superior a 15 minutos.

1.7 Plazos:

La entrega final de los resultados deberá hacerse el día viernes 18.02.05.

Antes de proceder al trabajo de campo la empresa contratada para la realización de la investigación de mercado, deberá presentar a Marketing Systems el cuestionario estructurado según instrucciones detalladas en ítem 1.8, para aprobación.

Esta entrega parcial deberá hacerse el día lunes 24.01.05

1.8 Contenido del cuestionario:

Esta investigación de mercado se orienta al conocimiento de varios aspectos:

- El perfil socio-demográfico del turista actual: lugar de origen, edad y sexo.
- Proceso de toma de decisiones y los medios que ha utilizado para la compra o programación del viaje: fuentes de información (internet, libros, guías de turismo, agencias de viajes, recomendación de familiares y amigos, publicidad, diarios y revistas de turismo, otros).
- Tipo de viaje que realiza: motivo del viaje, duración, grupo de personas que viajan.
- Localidades y lugares visitados (anotar todos).
- Imagen derivada de la visita: lo mejor, lo peor, lo que le falta al turismo de la Provincia de Buenos Aires.

- Con qué otro destino compararía a la Provincia de Buenos Aires y además qué destino debería tomar la Provincia como referente en turismo.
- Los elementos que definen al turismo de la Provincia de Buenos Aires: palabras y colores que asocia a la Provincia de Buenos Aires.
- Grado de satisfacción con los servicios turísticos (hoteles, restaurantes, atención en general) e intención de repetición y recomendación. Para los que tienen previsto volver, preguntar el motivo.
- Calidad de servicios. La realidad percibida comparada con las expectativas que tenían al comprar el producto.

2. La imagen del turista potencial

2.1 Concepto general del estudio:

Estudio para identificar la demanda nacional e internacional para la Provincia de Buenos Aires.

2.2 Objetivos:

- Conocer la imagen turística de la Provincia de de Buenos Aires.
- Conocer el posicionamiento turístico de la Provincia de de Buenos Aires en el mercado nacional e internacional.

2.3 Público objetivo:

Turistas nacionales y extranjeros durante su estadía en la Ciudad de Buenos Aires. La encuesta puede ser tomada en cualquier momento de la estadía, y puede ser levantada tanto en los establecimientos hoteleros como en la vía pública de la Ciudad de Buenos Aires.

2.4 Mercados geográficos:

La encuesta deberá ser tomada en los principales puntos turísticos de la Ciudad de Buenos Aires: Puerto Madero, San Telmo, Microcentro, Recoleta, Palermo.

2.5 Tamaño de la muestra:

La muestra deberá estar compuesta por:

200 turistas potenciales

En ambos casos deberá existir una composición equilibrada en cuanto a lugar de origen, edad y sexo.

2.6 Método:

Para la realización de la encuesta deberá aplicarse un cuestionario estructurado, con abordaje personal. Las entrevistas deberán tener una duración promedio no superior a 15 minutos.

2.7 Plazos:

La entrega final de los resultados deberá hacerse el día viernes 18.02.05.

Antes de proceder al trabajo de campo la empresa contratada para la realización de la investigación de mercado, deberá presentar a Marketing Systems el cuestionario estructurado según instrucciones detalladas en ítem 2.8, para aprobación.

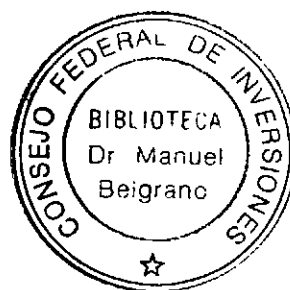
Esta entrega parcial deberá hacerse el día lunes 24.01.05

2.8 Contenido del cuestionario:

Esta investigación de mercado se orienta al conocimiento de varios aspectos:

- El perfil socio-demográfico del turista potencial: lugar de origen, edad, sexo, nivel de estudios, nivel socioeconómico.
- La organización del viaje. Propia, a medida u organizada. Planificación de las excursiones.
- Tipo de viaje que realiza: motivo del viaje, duración del viaje, tamaño del grupo de viaje.
- Proceso de toma de decisiones. Información que incide en la elección del producto turístico (internet, agencias de viajes, libros, guías de turismo, recomendación de familiares y amigos, publicidad, diarios y revistas de turismo, otros).
- Presupuesto habitual para vacaciones por día y por persona.
- Imagen y posicionamiento actual de la Provincia de Buenos Aires y de sus productos turísticos: lo mejor, lo peor, lo que le falta al turismo de la Provincia de Buenos Aires.
- Con qué otro destino compararía a la Provincia de Buenos Aires.
- Los elementos que definen al turismo de la Provincia de Buenos Aires: palabras y colores que asocia a la Provincia de Buenos Aires.
- Intereses e intención de visita a la Provincia de Buenos Aires en los próximos años.

3. La imagen del trade nacional e internacional



3.1 Concepto general del estudio:

Estudio para detectar el nivel de conocimiento y conocer la imagen de los operadores de turismo nacionales e internacionales sobre el producto turístico de la Provincia de Buenos Aires.

3.2 Objetivos:

- Conocer la imagen de la Provincia de Buenos Aires en el mercado profesional nacional e internacional.
- Medir la presencia de la oferta Provincia de Buenos Aires en la red de comercialización nacional e internacional.

3.3 Público objetivo:

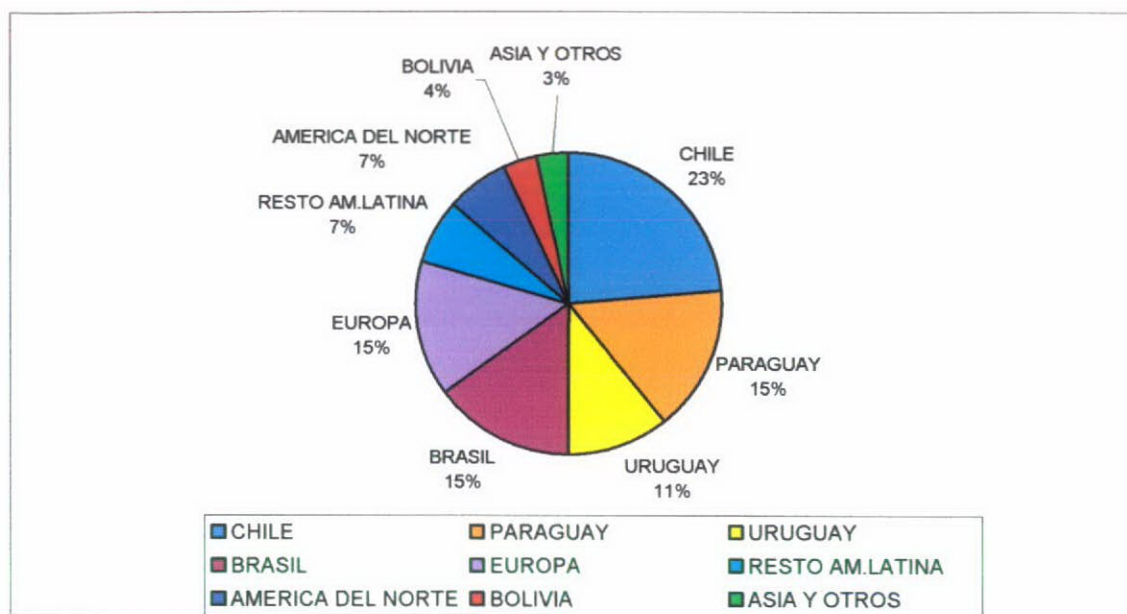
- Los principales operadores turísticos de los mercados seleccionados como prioritarios, mas los principales operadores turísticos que vendan Argentina en ese mercado.

3.4 Mercados geográficos:

La selección de los **mercados geográficos internacionales** se ha realizado en base a la importancia relativa de los mercados internacionales para el turismo de la Argentina, según se muestra en la siguiente tabla y su correspondiente grafico:

Cuota de mercado del turismo internacional en Argentina. Llegadas 2003

PAÍS DE ORIGEN	2003	%
CHILE	796059	23%
PARAGUAY	525617	15%
URUGUAY	366037	11%
BRASIL	503554	15%
EUROPA	491333	15%
RESTO AMERICA LATINA	230344	7%
AMERICA DEL NORTE	226722	7%
BOLIVIA	125322	4%
ASIA Y OTROS	109102	3%
TOTAL	3.374.090	100%



Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación. Ministerio de Economía. Dirección Nacional de Cuentas Internacionales .

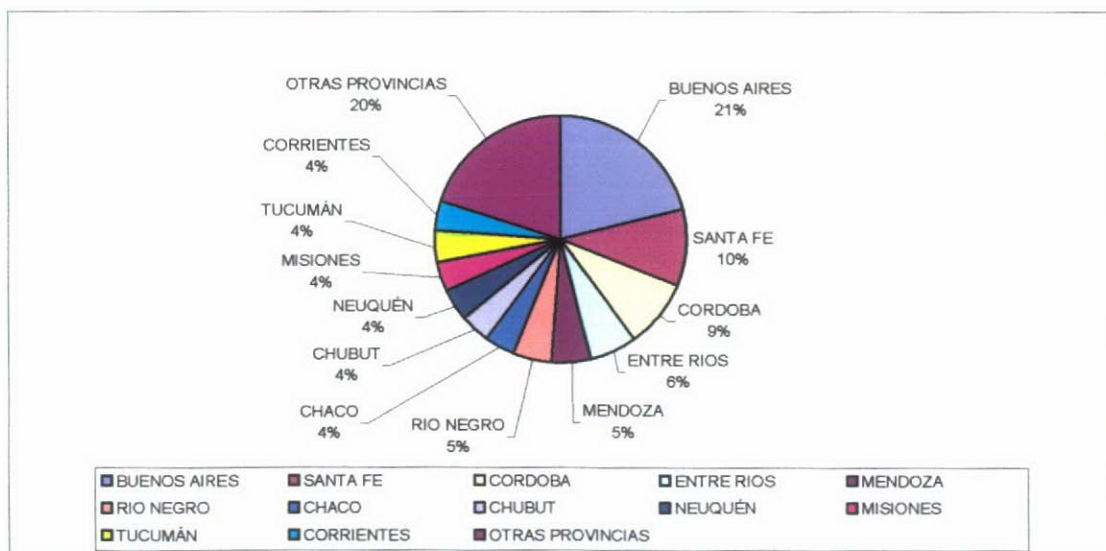
Así los mercados internacionales seleccionados como prioritarios para la realización de la encuesta trade son los siguientes:

- Chile
- Brasil
- Paraguay
- Uruguay
- Resto de América Latina: Perú, Ecuador
- En América del Norte: Estados Unidos, Canadá
- En Europa: España, Francia, Inglaterra, Italia

La selección de los **mercados geográficos nacionales** se ha realizado en base a la importancia relativa de las provincias argentinas para el turismo nacional de la Ciudad de Buenos Aires, según se muestra en la tabla y gráfico siguientes:

Cuota de mercado del turismo nacional en la Ciudad de Buenos Aires. Llegadas 2003

PROVINCIA	%
BUENOS AIRES	21%
SANTA FE	10%
CÓRDOBA	9%
ENTRE RÍOS	6%
MENDOZA	5%
RÍO NEGRO	5%
CHACO	4%
CHUBUT	4%
NEUQUÉN	4%
MISIONES	4%
TUCUMÁN	4%
CORRIENTES	4%
OTRAS PROVINCIAS	20%
TOTAL	100%



Fuente: CEDEM. Centro de Estadísticas y Mediciones. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Así los mercados nacionales seleccionados como prioritarios para la realización de la encuesta al trade son los siguientes: Ciudad de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Santa Fe.

3.5 Tamaño de la muestra:

REGIÓN	MERCADOS	Distribución en el mercado	CANTIDAD
América del Sur			
1	Chile	Santiago de Chile	5
2	Brasil	São Paulo	5
3	Paraguay	Asunción	3
4	Uruguay	Montevideo	3
5	Perú	Lima	3
6	Ecuador	Quito	3
Europa			
7	España	Madrid	5
8	Francia	París	5
9	Inglaterra	Londres	5
10	Italia	Milán	5
América del Norte			
11	Estados Unidos	New York	5
12	Canadá	Toronto	3
SUBTOTAL MI			50
Argentina			
13	Buenos Aires	Ciudad de Buenos Aires	10
14	Cordoba	Cordoba	5
15	Mendoza	Mendoza	3
16	Santa Fe	Rosario	3
SUBTOTAL MN			21
TOTAL			71

3.6 Método:

Para la realización de la encuesta al trade deberá aplicarse un cuestionario semiestructurado, con abordaje telefónico o via email. En el caso de abordaje telefónico las entrevistas deberán tener una duración promedio no superior a 30 minutos.

3.7 Plazos:

La entrega final de los resultados deberá hacerse el día viernes 18.02.05.

Antes de proceder al trabajo de campo la empresa contratada para la realización de la investigación de mercado, deberá presentar a Marketing Systems el cuestionario estructurado según instrucciones detalladas en ítem 3.8, para aprobación.

Esta entrega parcial deberá hacerse el día lunes 24.01.05

3.8 Contenido del cuestionario:

Se adjunta cuestionario semiestructurado en dos versiones, una para aquellas empresas que operan el destino Provincia de Buenos Aires y otra para las que no lo operan actualmente.

INVESTIGACION OPERADORES TURÍSTICOS – GUÍA DE ENTREVISTA		
OPERADORES QUE COMERCIALIZAN EL DESTINO PROVINCIA DE BUENOS AIRES		
NOMBRE DE LA EMPRESA:		
NOMBRE DEL ENTREVISTADO(A):		
CARGO/FUNCIÓN:	Fecha de la encuesta : 	
DIRECCIÓN:		
CÓDIGO POSTAL:	LOCALIDAD/PROVINCIA:	PAÍS:
Tel.:	FAX:	E.MAIL:
Web:		
Nombre del Entrevistador(a):		

1. ¿Cuáles son los segmentos de mercado en los que opera? (por tipo de público, tipo de viajes, niveles de precio, etc.) **Enumere todos**
2. ¿Hace cuánto tiempo su empresa opera los productos de la Provincia de Buenos Aires?
3. ¿Qué productos turísticos opera actualmente? **Citar todos.**
4. En su opinión ¿Cuál es el perfil de los consumidores (en términos de edad, sexo, escolaridad, ingresos, estilo de vida, etc.) que buscan actualmente los productos relacionados a la Provincia de Buenos Aires en su mercado?
5. En su opinión ¿Cuáles son los principales competidores de la Provincia de Buenos Aires?
6. ¿Qué es lo mejor de la Provincia de Buenos Aires como destino turístico?
7. ¿Y lo peor?
8. ¿Cuál es su opinión sobre las acciones de marketing realizadas por la Provincia de Buenos Aires en su mercado? ¿Por qué?
9. ¿Recibe información sobre los atractivos turísticos de la Provincia de Buenos Aires?
10. En general ¿Cómo evaluaría esta información y por qué?
11. ¿Usted o alguien en su empresa conoce la Provincia de Buenos Aires? ¿Hace cuánto tiempo ha ido?

12. Por último nos gustaría conocer los productos que su empresa ofrece sobre la Provincia de Buenos Aires, para lo cual le agradeceríamos nos entregue copia de esa oferta publicada en su catálogo, folletos y/o página web.

INVESTIGACION OPERADORES TURÍSTICOS OCTUBRE/2004 – GUÍA DE ENTREVISTA		
OPERADORES QUE NO COMERCIALIZAN EL DESTINO PROVINCIA DE BUENOS AIRES		
NOMBRE DE LA EMPRESA:		
NOMBRE DEL ENTREVISTADO(A):		
CARGO/FUNCIÓN:	Fecha de la encuesta : 	
DIRECCIÓN:		
CÓDIGO POSTAL:	LOCALIDAD/PROVINCIA:	PAÍS:
Tel.:	FAX:	E.MAIL:
Web:		
Nombre del Entrevistador(a):		

1. ¿Cuáles son los segmentos de mercado en los que opera? *(por tipo de público, tipo de viajes, niveles de precio, etcétera.) Enumere todos*
2. ¿Cuál es el principal segmento en términos de facturación/ventas?
3. ¿Cuáles son los 5 principales productos internacionales que uds. comercializan en términos de facturación/ventas?
4. ¿Su empresa ha operado alguna vez productos de la Provincia de Buenos Aires?
5. ¿Por qué nunca los ha operado (o los ha dejado de operar)?
6. ¿Cuáles son las principales características de los productos de la Provincia de Buenos Aires que cree que limitan su oferta en su mercado? ¿Por qué?
7. En su opinión ¿Cuál sería el perfil de consumidores (en términos de edad, sexo, escolaridad, ingresos, estilo de vida, etc.) que buscarían los productos relacionados a la Provincia de Buenos Aires en su mercado?
8. En su opinión ¿Cuáles son los principales competidores de la Provincia de Buenos Aires ?
9. ¿Qué es lo mejor de la Provincia de Buenos Aires como destino turístico?
10. ¿Y lo peor?
11. ¿Cuál es su opinión sobre las acciones de marketing realizadas por la Provincia de Buenos Aires en su mercado? ¿Por qué?

12. ¿Recibe información sobre los atractivos turísticos de la Provincia de Buenos Aires ?
13. En general ¿Cómo evaluaría esta información y por qué?
14. ¿Usted o alguien en su empresa conoce la Provincia de Buenos Aires?