

Plan de desarrollo y gestión estratégica

DE LA OFERTA TURÍSTICA de la Ciudad de Buenos Aires

Septiembre, 2023





Autoridades

Lic. Horacio Rodríguez Larreta
Jefe de Gobierno

Dr. Felipe Miguel
Jefe de Gabinete de Ministros

Mg. Fernando Straface
Secretaría General y de Relaciones Internacionales

Mg. Lucas Delfino
Presidente Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Dirección y producción

Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires

Agradecimientos

Agradecemos a quienes participaron del proceso de elaboración del presente Plan, realizando importantes aportes para su concreción:

Directores, gerentes, subgerentes y referentes técnicos del Ente de Turismo y de otras áreas de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Entidades miembro del Consejo Asesor.

Referentes de cámaras, asociaciones y federaciones vinculadas al sector turístico nacional y local.

Referentes de empresas del sector privado.



Presentación

La Ciudad de Buenos Aires se caracteriza por ser una usina de experiencias turísticas para los visitantes nacionales e internacionales. Se destaca por su diversidad, por el talento y creatividad, por su riqueza cultural y por la pasión con la que se la vive y disfruta. Este es el resultado de un trabajo conjunto entre el sector privado que impulsa a la actividad turística con ímpetu incansable y una gestión de gobierno que acompaña y coordina los recursos y servicios públicos con convencimiento del valor que el turismo aporta. Ambos son artífices de la evolución que este ha alcanzado en las últimas décadas, logrando un posicionamiento entre las ciudades más destacadas del mundo, para visitar, estudiar y trabajar.

Sin embargo, lejos de considerar que el trabajo está hecho, soy consciente del camino que aún queda por recorrer en pos de un desarrollo turístico de la Ciudad ordenado, equilibrado y sostenible. Tengo la certeza, también, del enorme potencial que tiene como uno de los principales motores productivos, como generador de divisas y de empleo.

Los desafíos que vienen son enormes, el mundo está en un proceso de cambio, y la Ciudad de Buenos Aires vive en movimiento. Por ese motivo, creo que es fundamental marcar el rumbo y definir los parámetros de manera clara y específica, para poder maximizar

el avance y posicionamiento, pero entendiendo que es un proceso dinámico de intereses y expectativas de los turistas y de propuesta y oferta de nuestra Ciudad.

El diseño del *Plan de desarrollo y gestión estratégica de la oferta turística de la Ciudad de Buenos Aires* propone un camino de evolución para el sector, en el que todos los actores puedan transitar de forma mancomunada hacia una visión compartida del futuro de la actividad. Un desarrollo de productos turísticos basados no solo en los atractivos y actividades que la Ciudad tiene para ofrecer, sino también con el foco puesto en los mercados, sus diferentes segmentos de demanda con sus perfiles distintivos y sus características de consumo particulares.

El Plan, lejos de ser una herramienta estática de planificación, representa una herramienta dinámica de gestión con la capacidad para adaptarse a los posibles escenarios que tanto el contexto nacional como el internacional puedan presentar. En la medida que, desde el Gobierno, acompañado por las empresas y prestadores de servicios, podamos alinear nuestros esfuerzos para potenciar estos productos desde el desarrollo y la promoción, no tengo dudas de que veremos una evolución del sector turístico de la que podamos sentirnos orgullosos del trabajo empeñado.

Mg. Lucas Delfino

Presidente del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires



ÍNDICE

	Acrónimos.....	5
1	El cambio es una constante estratégica.....	6
2	Destino turístico BA.....	9
3	Los visitantes de BA.....	14
4	Análisis estratégico de la oferta BA.....	19
	4.1 Enfoque y marco conceptual general.....	20
	4.1.1 Enfoque basado en productos.....	24
	4.1.2 Enfoque basado en demanda.....	30
	4.2 Enfoque estratégico de la oferta BA.....	32
	4.2.1 Matriz estratégica de la oferta BA.....	33
	4.2.2 Matrices por productos BA.....	41
5	Cuadro estratégico para la gestión de la oferta BA.....	55
6	Decálogo de implementación.....	62



Acrónimos

AICA	Área Importante para la Conservación de las Aves	ONGs	Organización no gubernamental
BA	Buenos Aires	OTAs	Agencias de Viajes Online (Online Travel Agencies)
BANI	Frágil <i>-brittle-</i> , ansioso <i>-anxious-</i> , no lineal <i>-nonlinear-</i> e incomprendible <i>-incomprehensible-</i>	UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>)
CABA	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	VUCA	Volátil <i>-volatile-</i> , incierto <i>-uncertain-</i> , complejo <i>-complex-</i> y ambiguo <i>-ambiguous-</i>
DGDTU	Dirección General de Desarrollo Turístico		
DGIMO	Dirección General de Inteligencia de Mercados y Observatorio		
ENTUR	Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires		
GCBA	Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires		
ICAA	<i>International Congress and Convention Association</i>		
LGBTQ+	Lesbianas, gays, bisexuales, transgéneros, queer y otras identidades de género		
MICE	Reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones (<i>Meetings, incentives, conferences and exhibitions</i>)		

Turismo
Buenos Aires

1

El cambio
es una constante
estratégica

Turismo Buenos Aires

El contexto actual se caracteriza por ser un momento de transición y de profundos cambios. La Cuarta Revolución Industrial, la crisis climática, la sostenibilidad y la regeneración están marcando un escenario donde la resiliencia, la adaptación y la capacidad de respuesta se han convertido en los principales atributos que un destino turístico debería desarrollar.

Para muchos, este contexto se define como V.U.C.A. (volátil *-volatile-*, incierto *-uncertain-*, complejo *-complex-* y ambiguo *-ambiguous-*), mientras que, para otros, como B.A.N.I. (frágil *-brittle-*, ansioso *-anxious-*, no lineal *-nonlinear-* e incomprensible *-incomprehensible-*). Mientras que el primero enfatiza la rapidez e inmediatez de los cambios, en un ambiente incierto y complejo; el segundo concepto destaca la inestabilidad y fragilidad del entorno, así como la ansiedad, la impredecibilidad y la dificultad de comprensión que genera. Ante este escenario, los destinos turísticos deberían potenciar sus capacidades estratégicas, afrontando los desafíos y aprovechando las oportunidades, para el desarrollo de una oferta competitiva, ante un mercado cambiante y condicionado por diversos aspectos del entorno que mutan de forma constante.

La Ciudad de Buenos Aires no es ajena a este contexto global altamente volátil, que reconfigura los escenarios con una marcada velocidad. Esto se da en todos los órdenes que componen la gestión gubernamental, los negocios y la

vida cotidiana de los ciudadanos. Es difícil pensar en un largo plazo sin considerar la suficiente flexibilidad para adaptarse a los cambios que el contexto impone.

En el caso del turismo, esta característica se ve exacerbada por la elevada elasticidad de la demanda, y por lo sensible que es el público a cualquier acontecimiento que modifique su expectativa en relación a la experiencia que pretenda obtener en su viaje. Los cambios de escenario en turismo están principalmente caracterizados por la disponibilidad de conectividad, el tipo de cambio, los costos relativos y la seguridad en el destino.

Esto determina que cualquier estrategia de desarrollo turístico deba considerar indefectiblemente **escenarios múltiples y cambiantes**. Múltiple, porque cada mercado y sus respectivos segmentos determinan escenarios diferentes que requieren mensajes promocionales particularizados en función de su gustos, preferencias y hábitos de consumo. Cambiantes, porque frente a las alteraciones de las variables que producen los cambios de contexto, como por ejemplo, una variación significativa en el tipo de cambio, se vuelve necesario reconfigurar la estrategia o reorientarla hacia otro mercado.

Por lo tanto, el desarrollo turístico de la Ciudad de Buenos Aires se presenta como una **estrategia flexible** con capacidad para adaptarse a estos escenarios. A su vez, contempla una **tác-**



Turismo Buenos Aires

tica reversible que permite ajustar las acciones operativas a los cambios de contexto nacional e internacional. Esto es posible a partir de la **Matriz estratégica de la oferta BA** diseñada en un trabajo articulado con el sector privado en el marco de este Plan, como una herramienta de **planificación y gestión dinámica** que permita no solo alcanzar los objetivos del Ente de Turismo de la Ciudad, sino también **facilitar el diseño, promoción y comercialización de la oferta turística** por parte de la cadena de valor del sector.



Turismo
Buenos Aires

2

Destino
Turístico BA



Oferta BA en cifras:

» **1°**
posición en América como sede para congresos y convenciones en el ranking elaborado por la International Congress and Convention Association (ICCA, 2022).

» **869**
eventos MICE celebrados en el año 2022 (DGIMO, 2023).

» **55**
mil plazas disponibles en más de 380 alojamientos turísticos durante el primer semestre del 2023 (DGIMO, 2023).

» **116**
prestadores turísticos distinguidos en programas de calidad, sostenibilidad y accesibilidad (DGDTU, 2023).

» **+1.500**
guías turísticos registrados (ENTUR, 2023).

» **8**
espacios de atención al turista (DGDTU, 2023).

» **46**
paradas totales en los recorridos de los Buses Turísticos amarillo y rojo.

» **20**
sitios referidos a la diversidad y al colectivo LGBTQ+ considerados emblemáticos (Programa Buenos Aires Convive, 2023).

» **16**
prestadores reconocidos con sellos vinculados a la igualdad (DGDTU, 2023).

» **14**
mercados y patios gastronómicos (ENTUR, 2023).

» **+10.000**
establecimientos gastronómicos (ENTUR, 2019).

» **2**
manifestaciones culturales declaradas Patrimonio de la Humanidad Inmaterial por la UNESCO.

» **+50**
colectividades conviven en la Ciudad de Buenos Aires (BA Colectividades, 2023).

» **84**
bares notables (Ministerio de Cultura GCBA, 2021).



» 4

sitios arqueológicos (Ministerio de Cultura GCBA, 2023).

» +300

teatros comerciales, independientes y oficiales (ENTUR, 2023)

» 160

museos y centros culturales de arte nacional e internacional (ENTUR, 2019).

» +400

murales (Ministerio de Cultura GCBA, 2022).

» +300

monumentos y lugares históricos (Ministerio de Cultura GCBA, 2021).

» +2.200

monumentos en plazas o paseos (Ministerio de Ambiente y Espacio Público, 2022).

» +300

librerías (Ministerio de Cultura GCBA, 2021).

» +60

milongas y tanguerías (Ministerio de Cultura GCBA, 2021).

» 3

áreas naturales protegidas, de las cuales una es sitio Ramsar declarada Área Importante para la Conservación de las Aves (AICA) (Secretaría de Ambiente GCBA, 2023).

» +2.000

hectáreas de espacios verdes dependientes del GCBA (Dirección General de Estadística y Censos GCBA, 2021).

Turismo

Buenos Aires

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires es mucho más que una ciudad de grandes edificios, avenidas, bares, restaurantes y teatros.

Reconocida como Capital Iberoamericana de la Cultura (2020), Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica (2017) y Ciudad de Diseño de la UNESCO (2005), es diversidad, talento y creatividad expresada en su oferta cultural, gastronómica y de entretenimiento. Es naturaleza urbana, con sus espacios verdes, árboles, jardines y áreas naturales protegidas.

Es calidad y excelencia en servicios de alojamiento, con una amplia oferta de plazas hoteleras y parahoteleras. También es sede de eventos corporativos y asociativos que han ido posicionándola como un destino líder en la región; y, además, de acontecimientos culturales y deportivos de relevancia nacional e internacional. Es la puerta de entrada al país para el turismo internacional y un importante *hub* para las conexiones nacionales e internacionales.

Sin duda, la Ciudad ofrece múltiples alternativas para que excursionistas y turistas nacionales e internacionales puedan disfrutarla. Recorridos a pie, en bicicleta o en el bus turístico conjugan experiencias vinculadas al arte, la cultura, las compras, el turismo religioso, el fútbol, la naturaleza, entre otros. Los paseos en el río invitan a descubrir la Ciudad desde otra perspectiva, a través de navegaciones que cautivan por sus vistas y conectan al visitante con

la esencia fundacional de la Ciudad y la historia del Puerto de Buenos Aires.

También es cuna de manifestaciones culturales intangibles de reconocimiento internacional, como lo es el tango y el fileteado porteño. Conocida como la Capital Mundial del Tango, abundan las tanguerías y milongas donde poder disfrutar de cenas show con orquestas y bailarines en vivo, así como aprender a bailar el género.

Acompañando a esta diversidad de ofertas, se destaca también la gastronomía que puede ser degustada en parrillas, pizzerías, bodegones, restaurantes, mercados y patios gastronómicos. La Ciudad congrega sabores y estilos culinarios internacionales gracias a la presencia de inmigrantes y colectividades que enriquecieron el menú criollo con recetas de países europeos, y la cocina andina de los países limítrofes. Incluso, vivir la experiencia gastronómica en la Ciudad contempla el tomarse un café como parte de la tradición porteña, en uno de los más de 80 bares notables.

Para los amantes de las actividades nocturnas, la Ciudad cuenta con miles de opciones, desde circuitos teatrales y tanguerías, hasta cervecerías artesanales, discotecas, bares; y novedosos *rooftops* donde disfrutar de la más sofisticada coctelería.



Turismo Buenos Aires

La Ciudad es también diversa e inclusiva, posicionándose como la capital LGBTQ+ de la región. El marco normativo vigente representa oportunidades y derechos que son valorados por la comunidad LGBTQ+, así como la oferta cultural, artística y social a favor de la diversidad, como lo son Buenos Aires Diversa, el Festival Internacional de Tango Queer, la Marcha del Orgullo Gay, entre otros eventos.



Turismo
Buenos Aires

3

**Los visitantes
de BA**



Demanda BA en cifras:

» 1006

frecuencias nacionales semanales promedio y 3 líneas aéreas: Aerolíneas Argentinas, Flybondi y Jetsmart (DGIMO, 2022).

» top 5

de ciudades nacionales origen/destino son Bariloche, Mendoza, Córdoba, Iguazú y Ushuaia (DGIMO, 2022).

» 6

millones de turistas nacionales visitaron la Ciudad de Buenos Aires durante el año 2022 (DGIMO, 2022).

» 44%

de los viajeros nacionales, en el año 2022, se hospedó en hoteles, mientras que el 32% pernoctó en casas de familiares o amigos (DGIMO, 2022).

» 48%

de los viajeros nacionales llega a la Ciudad de Buenos Aires en auto, superando al 30% que opta por el avión (DGIMO, 2022).

» 51%

de los viajeros nacionales tiene como principal motivo de visita a la Ciudad el esparcimiento y ocio, seguido de visita a familiares y amigos (32%) (DGIMO, 2022).

» 616

frecuencias internacionales semanales promedio y 29 líneas aéreas, las principales son: Aerolíneas Argentinas, LATAM, Gol, American Airlines (DGIMO, 2022).

» top 5

de ciudades internacionales origen/destino son Santiago de Chile, San Pablo, Río de Janeiro, Lima y Bogotá (DGIMO, 2022).

» 2,9

millones de turistas internacionales llegaron a la Ciudad en el año 2019, considerándose récord en la serie histórica. La estadía promedio general fue de 9 noches (DGIMO, 2019).

» 16

prestadores reconocidos con sellos vinculados a la igualdad (DGDTU, 2023).



» 1,54

millones de turistas internacionales visitaron la Ciudad de Buenos Aires durante el año 2022 (DGIMO, 2022).

» 35%

de los viajeros internacionales pernocta en hoteles 4 y 5 estrellas, seguido de un 28% que elige casas de familiares y amigos (DGIMO, 2022).

» 45%

de los viajeros internacionales tiene como principal motivo de visita a la Ciudad el esparcimiento y ocio, seguido de visita a familiares y amigos (38%) (DGIMO, 2022).

» 32 mil

pasajeros fueron transportados por el bus turístico en abril de 2023. El 35% de los usuarios eran nacionales (DGIMO, 2023).

» USD118

es el gasto promedio de los visitantes nacionales y la cifra asciende a USD741 para el caso de los internacionales (DGIMO, 2022).

Turismo Buenos Aires

La diversidad de cultura, historia y paisajes que tiene la Ciudad de Buenos Aires atrae una gran cantidad de turistas, tanto nacionales como internacionales, que la visitan cada año.

La demanda turística de la Ciudad de Buenos Aires está influenciada por la diversidad de opciones y la calidad de los servicios ofrecidos.

La Ciudad tiene una gran variedad de actividades para quienes la visitan por primera vez, pero también para sus visitantes frecuentes siempre hay nuevos lugares y experiencias por descubrir.

El año 2019, prepandemia COVID-19, fue considerado récord en la serie histórica de llegadas de turistas internacionales a la Ciudad de Buenos Aires, registrándose un total de 2,9 millones y con un gasto total anual de USD1.839 millones, lo que resultó en un promedio por viaje de USD628. Durante el año 2022, con una actividad turística aún recuperándose pospandemia a nivel mundial, 1,54 millones de turistas internacionales visitaron la Ciudad de Buenos Aires y el gasto total anual de estos mercados fue de USD1.141 millones, con un gasto promedio de USD741 (DGIMO, 2022).

Según el informe *Seguimiento del turismo internacional en CABA*, elaborado por la DGIMO, con respecto a los mercados internacionales durante el primer semestre de 2023,

se destaca Brasil, que ocupa el primer lugar en el *ranking* de arribos internacionales, aportando el 23% de los turistas que llegaron en los primeros seis meses del año, seguido por Uruguay en el segundo lugar, con el 15% y Estados Unidos en el tercer lugar con el 13%. El top 5 se completa con Chile, que ocupa el cuarto lugar con el 12% de los turistas y Perú el quinto con el 4%.

En cuanto a la recuperación de los mercados internacionales respecto a la prepandemia (2019), se destaca principalmente a Uruguay, el cual recuperó un 44% más de turistas del nivel que tenía en 2019. Además, Estados Unidos y Chile también superaron los niveles de turistas que tuvieron en 2019, en un 16% y 15%, respectivamente.

En lo que respecta al mercado nacional, los mercados estratégicos priorizados por la Ciudad son Córdoba, Mendoza, la ciudad de Rosario y el interior de la Provincia de Buenos Aires. El tiempo de estadía promedio es de aproximadamente 4,5 días, lo cual indica que suelen realizar visitas relativamente cortas.

Entre sus motivaciones, se destaca la búsqueda de las nuevas experiencias vanguardistas e innovadoras que ofrece la Ciudad, así como la sensación de libertad que puede percibirse. También son otros motivadores su identificación con el civismo, es decir, con los grandes acontecimientos históricos nacionales; y la di-



versidad de la oferta cultural.

A su vez, el turismo de cruceros en la Ciudad de Buenos Aires ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Los turistas que llegan en crucero tienen la oportunidad de explorar los encantos de Buenos Aires, así como de utilizarla como punto de partida para explorar otros destinos en Argentina y en países vecinos. Durante la temporada 2022-2023, la ciudad recibió 124 recaladas, lo cual se traduce en 348 mil pasajeros con un gasto diario promedio de los turistas internacionales de USD109,1.

De los pasajeros que llegan, más del 70% son pasajeros internacionales y, entre los principales destinos emisores, se destacan Brasil (64%), Estados Unidos y Canadá (16%) y Europa (9%) (DGIMO, 2023).



Turismo
Buenos Aires

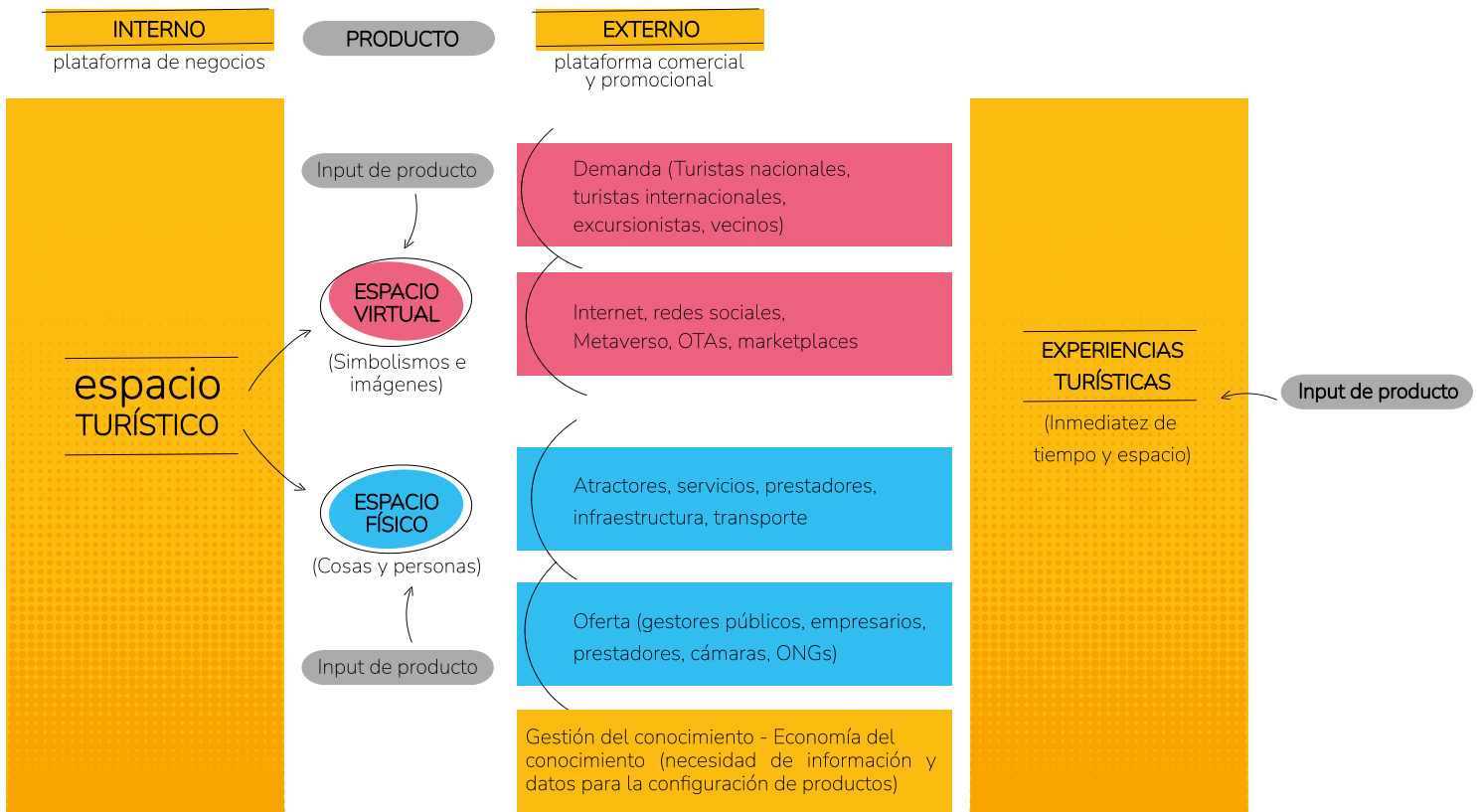
4

**Análisis
estratégico
de la oferta BA**

4.1 Enfoque y marco conceptual general

El enfoque del Plan aborda una doble mirada al momento de analizar y definir los productos turísticos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: la interna y la externa.

Figura 1: Enfoque y marco conceptual del Plan



Fuente: ENTUR, 2023.



Turismo Buenos Aires

La INTERNA está basada en la estrategia de abordar un análisis que permita configurar una plataforma de negocios, orientada a diseñar y rediseñar los productos turísticos de la Ciudad desde una perspectiva que no solo se centre en la oferta de servicios turísticos existentes, sino también en lo que los mercados nacionales e internacionales están demandando. Por tanto, se propone estructurar el análisis de los productos turísticos no solo desde una mirada desde la oferta, sino también desde la demanda.

La EXTERNA está basada en la estrategia de abordar un análisis que permita configurar una plataforma comercial y promocional, orientada a facilitar al ENTUR herramientas prácticas que le permitan identificar cuál o cuáles productos son de especial interés para determinados segmentos de mercado. Este enfoque contribuirá a que el organismo pueda desplegar estrategias de promoción y comercialización más asertivas, adecuadas a los intereses de cada mercado e incluso a su nivel de conocimiento de la Ciudad, pudiendo distinguir entre aquellos que la visitan por primera vez, de aquellos que son viajeros frecuentes. O bien aquellos que solo permanecerán por horas, en contraposición de los que pueden tener una estadía más prolongada.

Por otra parte, para definir el enfoque del trabajo, se han identificado distintos *inputs* que pueden ser claves a la hora de analizar los productos turísticos actuales y potenciales.

Sin duda, el espacio turístico es el principal *input*. Sin embargo, se propone concebirlo no solo desde el tradicional abordaje de lo físico, sino también de lo virtual.

El espacio físico está constituido por todos aquellos atractores, servicios, prestadores de servicios, infraestructura y transporte necesarios para la prestación de las actividades turísticas. Asimismo, se compone de todos los actores que hacen posible el desarrollo de la actividad en el destino, sean públicos, privados u ONGs. Mientras que el espacio virtual está conformado por los simbolismos e imágenes.

Por tanto, analizar este espacio no solo requiere de una clara identificación de lo que la demanda necesita, y que en cierto modo configura la imagen que tiene sobre la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico, sino también de todo aquello que surge en la virtualidad y puede configurar la identificación de nuevos productos o experiencias turísticas en la Ciudad. Este espacio virtual ofrece la posibilidad de identificar nuevas oportunidades en función de contenidos, opiniones u ofertas existentes en internet, redes sociales, metaverso, OTAs y *marketplaces*.



Turismo Buenos Aires

El abordaje del espacio turístico desde esta mirada permitirá identificar las experiencias turísticas existentes o demandadas que, a la vez, configuran un *input* para el diseño de nuevos productos. Por tanto, se considera que todos estos elementos son claves para la gestión del conocimiento. Es decir, son datos e información estratégica para la toma de decisiones respecto de la gestión de la oferta, la comunicación, la promoción y comercialización.

El diagnóstico actual de la gestión de la oferta de la Ciudad permite afianzar la importancia de abordar estratégicamente el análisis de la oferta de la Ciudad bajo este enfoque por los siguientes motivos principales:

- » La Ciudad cuenta con una oferta de múltiples propuestas y actividades que la presentan como infinita o inabordable.
- » Los contenidos promocionales e informativos actuales cuentan con una limitada segmentación en función de variables de comportamiento y perfiles de demanda.
- » El abordaje promocional actual tiene un fuerte énfasis en términos comunicacionales y en menor medida, comerciales.
- » En relación a los mercados, se observa una demanda frecuente, lo que obliga a diseñar productos innovadores para no perder competitividad frente a mercados que ya conocen la

Ciudad, por lo que para ello es necesario analizar el diseño y la oferta de productos desde la perspectiva de la demanda.

Por tanto, sería sesgada una estrategia de ordenamiento de la oferta turística de la Ciudad basada únicamente en una combinación de atractivos y servicios, dejando por fuera las preferencias o disponibilidad de tiempo que tiene la demanda. Es por esto que resulta necesario ordenar la oferta de forma estratégica en pos de ofrecer a los visitantes una experiencia a medida de sus gustos, preferencias y tiempos de estancia.

Bajo esta premisa, para el análisis de la oferta turística se trabajaron dos enfoques de manera integrada, uno basado en productos y otro basado en demanda, con el fin de poder estructurar una plataforma de negocios, comercial y promocional de la Ciudad, tal como se expresa en la siguiente tabla:



Turismo Buenos Aires

Tabla 1: Enfoque estratégico de análisis de la oferta

Enfoque basado en productos

- » Identificación de productos centrales/madre y subproductos.
- » Identificación de niveles de desarrollo de cada producto y subproductos.
- » Identificación de conceptos estratégicos principales y amplificadores.
- » Organización de los productos y subproductos en función de los conceptos estratégicos.

Enfoque basado en demanda

- » Identificación de variables de mercado: procedencia, segmentos y comportamiento en BA (frecuencia y tiempo de permanencia).
- » Análisis de priorización de productos y subproductos turísticos según las variables de mercado identificadas.

Enfoque basado en productos

Plataforma de negocios: ¿Bajo qué conceptos estratégicos se pueden organizar los productos turísticos de la Ciudad?

Plataforma de gestión comercial: ¿Qué productos se pueden ofrecer a cada mercado en función de sus preferencias?

Plataforma de gestión promocional: ¿Cuál es la promesa al turista y la esencia del mensaje de cada producto?

Enfoque basado en demanda

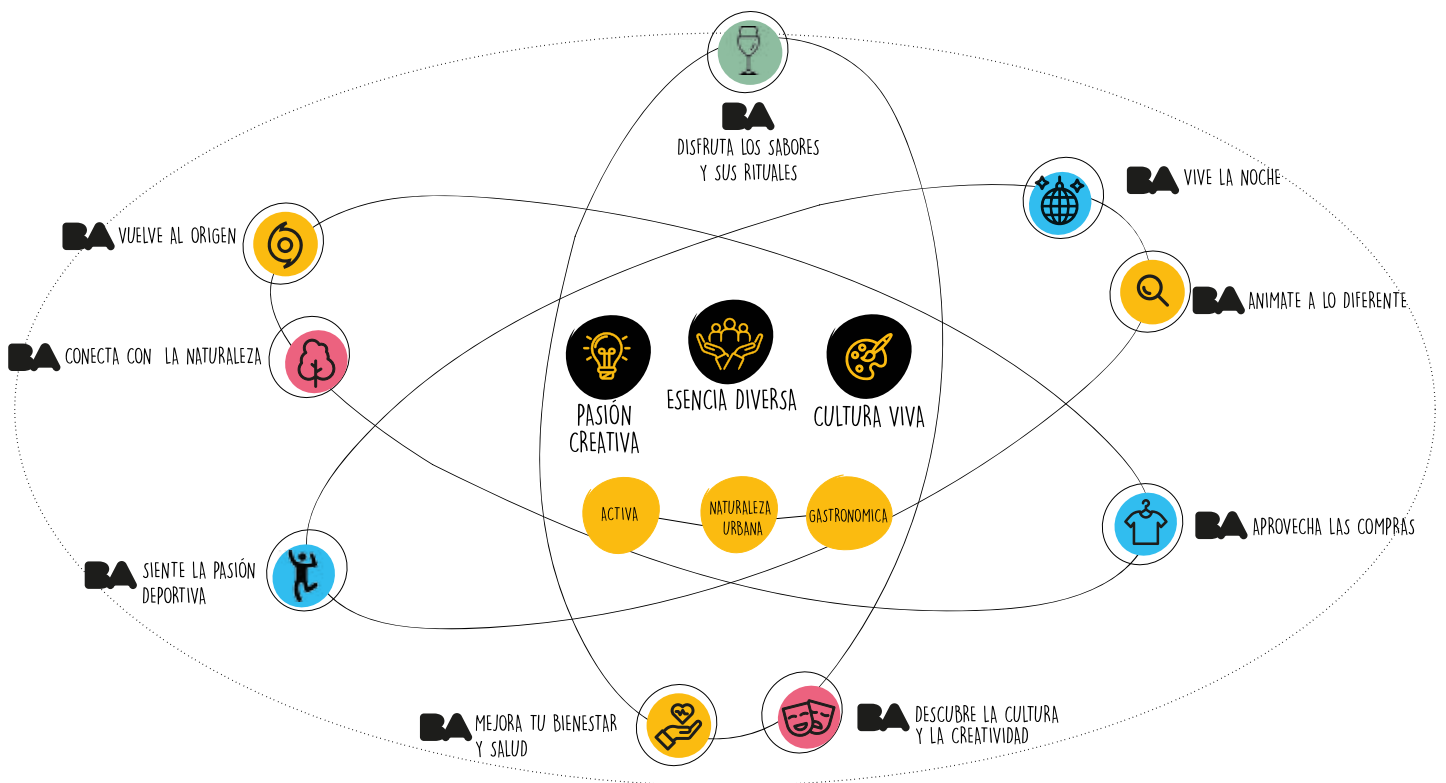
Fuente: ENTUR, 2023



A continuación, se presenta una explicación detallada del análisis estratégico realizado para la oferta turística de la Ciudad de Buenos Aires.

4.1.1 Enfoque basado en productos

Figura 2: Conceptos estratégicos y productos turísticos BA.



Fuente: ENTUR, 2023.



Turismo

Buenos Aires

a. Productos y subproductos turísticos

El análisis estratégico de la oferta permitió identificar que la Ciudad de Buenos Aires cuenta con diversos productos turísticos que pueden funcionar como centrales/madre sobre los que se despliegan una serie de subproductos relacionados. Tal como se presenta en la figura precedente, se identificaron productos turísticos centrales/madre, con sus respectivos subproductos:



1. Buenos Aires - vuelve al origen

- Sumérgete en la historia de la Ciudad.
- Explora el corazón industrial de la Ciudad: trenes, fábricas y talleres emblemáticos.
- Descubre el pasado de la Ciudad a través de sus secretos arqueológicos.
- Aprecia la belleza arquitectónica de la Ciudad.
- Explora las raíces criollas: saborear, bailar y disfrutar en Buenos Aires.
- Descubre la memoria viva de la Ciudad.



2. Buenos Aires - vive la noche

- Explora los mejores clubes: sumérgete en el ambiente vibrante de Buenos Aires.
- Celebra la Diversidad: vive la Experiencia LGBTQ+ en la Noche de Buenos Aires.
- Explora la escena nocturna de la Ciudad: Teatro a todas las horas en la Ciudad.
- Baila y siente la pasión del tango porteño.
- Descubre los rooftops y bares ocultos en la Ciudad.



3. Buenos Aires - conecta con la Naturaleza

- Explora la biodiversidad en las áreas naturales protegidas de la Ciudad.
- Disfruta del arte y naturaleza, un binomio único para descubrir la Ciudad.
- Observa las aves del Río de la Plata - *Birdwatching*.
- Aprecia la belleza de la Ciudad de Buenos Aires y sus árboles: un paisaje único.
- Disfruta el encanto del Río de la Plata y sus costaneras.



4. Buenos Aires - siente la pasión deportiva

- Vive el fútbol en la Ciudad.
- Conoce a las grandes figuras del fútbol argentino.
- Disfruta y muévete en bicicleta por toda la Ciudad.
- Disfruta del tenis en la Ciudad.
- Mira, juega y disfruta al Polo.
- Corre y disfruta de los maratones de la Ciudad.
- Disfruta del trekking urbano por la Ciudad de Buenos Aires.
- Juega al golf junto a la capital.
- Aprecia la Ciudad de Buenos Aires desde el río y disfruta de actividades náuticas.



Turismo

Buenos Aires



5. Buenos Aires - disfruta los sabores y sus rituales

- Descubre los detalles y los eventos gastronómicos de la Ciudad.
- Saborea los secretos de las pizzerías porteñas.
- Descubre el vino y su nuevo distrito en la Ciudad.
- Explora los mercados y patios gastronómicos.
- Saborea la fusión de Buenos Aires a través de su gastronomía multicultural.
- Conoce y disfruta los secretos de la coctelería porteña.
- Saborea el encanto de los cafés de Buenos Aires: una aventura llena de aromas.
- Vive la experiencia de los bodegones y bares Notables en Buenos Aires.
- Saborea la tradición: vive el ritual del asado y el mate en la Ciudad de Buenos Aires.



6. Buenos Aires - descubre la Cultura y Creatividad

- Explora los museos variopintos de Buenos Aires.
- Explora la magia literaria de Buenos Aires.
- Vive el arte de Buenos Aires: sumérgete en el fileteado, murales y experiencias creativas.
- Explora las mil caras del Teatro Colón en Buenos Aires.

- Siente el pulso de la Ciudad: explora la vibrante escena de eventos, espectáculos y festivales en Buenos Aires.
- Descubre la vanguardia: vive la experiencia de la cultura underground en la Ciudad y de su espíritu creativo.
- Explora la escena teatral de la Avenida Corrientes.
- Explora la Ciudad del Papa: sumérgete en la herencia del Papa Francisco.
- Descubre la diversidad religiosa a través de los templos, lugares sagrados y sus prácticas.
- Encuentra inspiración en cada esquina de la Ciudad y una comunidad emprendedora que te potencie.



7. Buenos Aires - aprovecha las compras

- Vive la experiencia de las ferias y paseos de compras en Buenos Aires.
- Recorre la capital del shopping.
- Vive la experiencia del diseño y la moda en la Ciudad.



8. Buenos Aires - anímate a lo diferente

- Vive la experiencia de Buenos Aires más allá de sus límites.
- Explora Buenos Aires desde adentro: descubre las experiencias comunitarias en la Ciudad.



- Descubre los barrios porteños menos conocidos de la Ciudad.
- Vive la Ciudad y conecta con los locales a través de voluntariados.
- Explora las raíces de las colectividades en la Ciudad.



9. Buenos Aires - mejora tu bienestar y salud

- Reconecta a través de la práctica de yoga y meditación en la Ciudad.
- Disfruta de los spas y centros de bienestar de la Ciudad.
- Recarga tu energía a través de actividades físicas al aire libre.
- Descubre las opciones de alimentación saludable.
- Revitaliza tu salud a través de los mejores centros médicos de la Ciudad.



Turismo Buenos Aires

Adicionalmente a la identificación de los productos y subproductos, se procedió a caracterizarlos en función a su nivel de desarrollo como consolidados, en desarrollo o emergentes/potenciales. Para poder determinar el nivel, se analizaron 5 (cinco) variables en cada uno de los productos o subproductos:

- » 1. Nivel de organización de los *servicios turísticos* asociados.
- » 2. Nivel de *unicidad* de los atractivos que comprende, es decir, el valor que tienen por ser únicos en la Ciudad, en el país, en la región o en el mundo.
- » 3. Nivel de *valor intrínseco* de los atractivos que comprende, es decir, el valor que tienen en comparación con otros a-

tractivos similares o de la misma categoría.

- » 4. Nivel de *carácter local* de los atractivos que comprende, es decir, el valor que tienen por ser característicos de la Ciudad.
- » 5. Nivel de *notoriedad* de los atractivos que comprende, es decir, el grado de conocimiento de estos a nivel nacional o internacional.

A raíz de dicho análisis, se concluyeron las siguientes definiciones para cada nivel de desarrollo de productos o subproductos:

Tabla 2: Nivel de desarrollo de productos y subproductos BA

Emergente/Potencial

En desarrollo

Consolidado

Aquel que cuenta con servicios turísticos en proceso de organización o bien escasos, y que conjuga atractivos turísticos de la Ciudad con un alto valor intrínseco o carácter local, pero con un nivel bajo de notoriedad al momento.

Aquel que cuenta con servicios turísticos organizados o en proceso de organización, y que conjuga atractivos turísticos de la Ciudad con un alto valor intrínseco o carácter local, y con un nivel medio o bajo de notoriedad.

Aquel que cuenta con servicios turísticos organizados y que conjuga atractivos turísticos únicos de la Ciudad y con un nivel medio o alto de notoriedad.



Fuente: ENTUR, 2023.

Turismo Buenos Aires

b. Conceptos estratégicos

Con el fin de ordenar la oferta de forma estratégica, se definieron conceptos bajo los cuales puedan integrarse los distintos productos con los que cuenta la Ciudad. La definición de conceptos estratégicos contribuye, asimismo, a construir una promesa y un mensaje al turista que recupere cuáles son los aspectos más distintivos del destino con los que puede entrar en contacto al consumir dichos productos.

Por tanto, se procedió a identificar conceptos estratégicos principales y amplificadores:

» **Principales:** son ejes temáticos vinculados a los aspectos más distintivos de la Ciudad, lo que más la caracteriza y sobre los cuales tiene un posicionamiento turístico diferencial respecto de otros destinos. Como conceptos principales se consideraron:



BA Pasión Creativa: Destaca la creatividad como característica clave manifestada en los productos/subproductos turísticos de la Ciudad, dando lugar a una oferta dinámica y vanguardista.



BA Esencia Diversa: Destaca la diversidad como característica clave manifestada en los productos/subproductos turísticos de la Ciudad. Diversidad en su sentido amplio, es decir, no solo aspectos de la oferta que sean prioritarios pa-

ra el segmento LGBTQ+, sino también aquellos que ponen en relevancia la multiculturalidad existente en la Ciudad.



BA Cultura Viva: Destaca los valores culturales y aspectos identitarios como aspectos claves manifestados en los productos/subproductos turísticos de la Ciudad.



Amplificadores: son ejes temáticos vinculados también a aspectos distintivos de la Ciudad, pero complementarios a los principales y claves para la diversificación de la oferta. Como conceptos amplificadores se consideraron:



BA Naturaleza Urbana: Destaca la conexión con la naturaleza como característica clave manifestada en los productos/subproductos turísticos de la Ciudad.



BA Gastronómica: Destaca la vinculación de cada producto/subproducto turístico con los atributos y sabores culinarios de la Ciudad¹.



BA Activa: Destaca al deporte y actividades físicas y de bienestar, como características claves manifestadas en los productos/subproductos turísticos de la Ciudad que aprovechan el uso del espacio público para potenciar el movimiento.

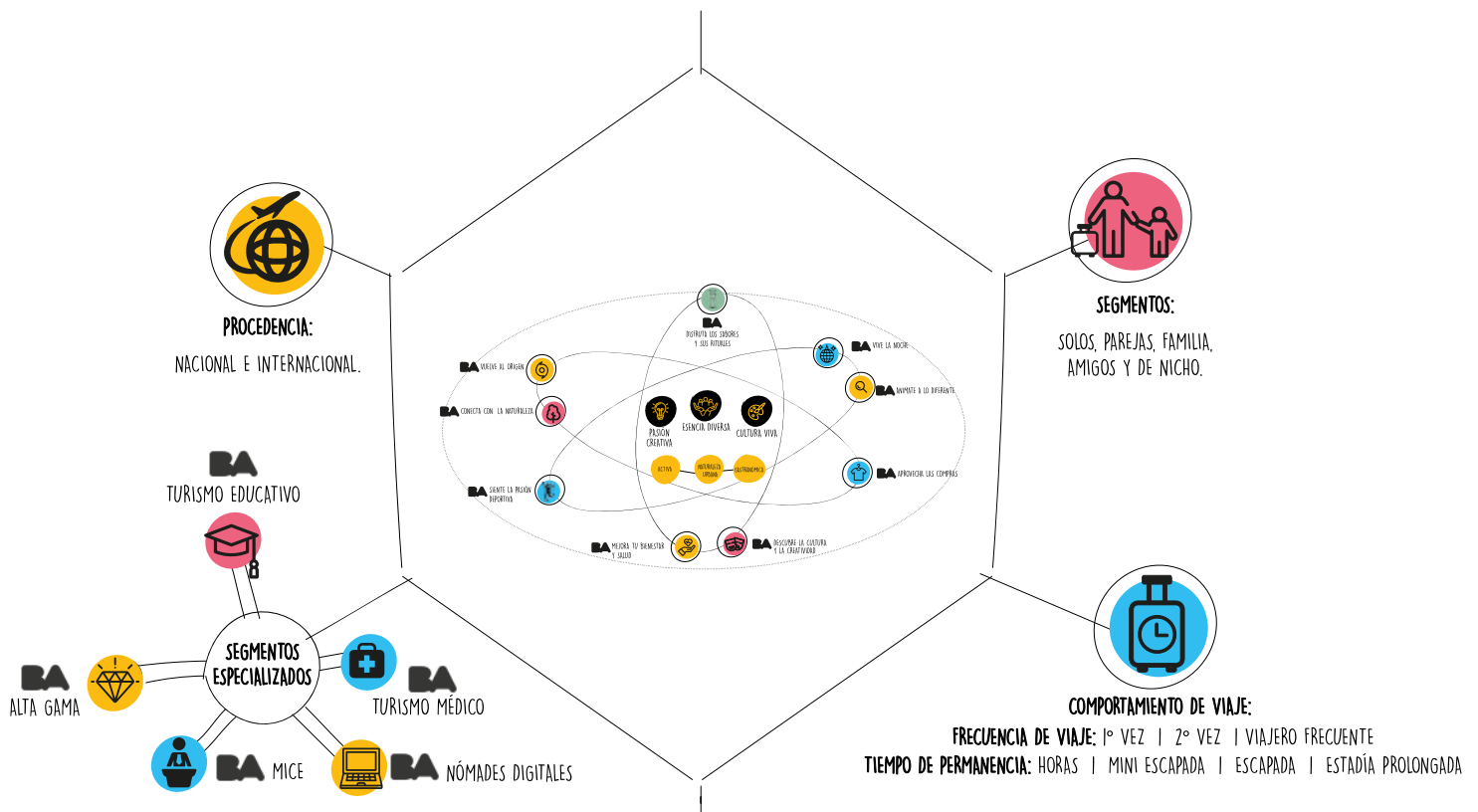
¹ La gastronomía porteña es un atributo destacado en la mayoría de los productos turísticos madre y, en consecuencia, en sus subproductos. Por tanto, BA Gastronómica es un concepto amplificador que es transversal en la oferta.



Turismo Buenos Aires

4.1.2 Enfoque basado en demanda

Figura 3: Variables de demanda para el análisis de productos turísticos BA



Fuente: ENTUR, 2023.



Turismo Buenos Aires

a. Mercados y segmentos:

Tomando como referencias los análisis realizados por la DGIMO, se propusieron analizar los siguientes mercados estratégicos según su procedencia:

- » **Nacionales:** Córdoba, Mendoza, Rosario e interior de la Provincia de Buenos Aires.
- » **Internacionales:** Brasil, Uruguay, Chile y EE. UU.

Considerando que la procedencia es solo una variable de la demanda, que puede llegar a orientar la toma de decisiones sobre la oferta a promocionar y comercializar, se procedieron a determinar los siguientes segmentos con el fin de poder realizar el ordenamiento más específico:

- » **Segmentos según composición del grupo de viaje:** solos, parejas, familias, amigos y de nicho (se consideran en este segmento a visitantes aficionados, profesionales o expertos en búsqueda de productos turísticos específicos -por ejemplo, arte, arquitectura, *birdwatching*, entre otros-).
- » **Segmentos especializados:** Alta Gama, MICE, Turismo Educativo, Turismo Médico y Nómades Digitales. Estos segmentos se han considerado especializados dado que merecen un tratamiento particular para el diseño, promoción y comunicación de la oferta.

b. Comportamiento de la demanda

El análisis contempla que, más allá de la procedencia de la demanda y los segmentos, el factor tiempo es una variable clave a la hora de determinar qué productos o experiencias está en condiciones de disfrutar.

Al respecto, la Ciudad no está encasillada en un único tipo de destino turístico, sino que muta en función del tiempo de permanencia de sus visitantes. A diferencia de otros destinos, que son considerados netamente de paso o de estadía, el comportamiento de la demanda nacional e internacional en la Ciudad configura un escenario donde conviven 3 (tres) formas de disfrutarla:

- » **Destino de estadía:** para visitantes que eligen la Ciudad para una Mini escapada (2 días y 1 noche), Escapada (3 días y 2 noches) o Estadía prolongada (+ 7 días).
- » **Destino distribuidor de flujos:** para visitantes que llegan a la Ciudad como punto de entrada al país, optando por estadías de 1 o 2 noches para luego hacer la conexión a otras provincias.
- » **Destino por horas:** especialmente para cruceristas, otros excursionistas y turistas del segmento MICE que solo pueden disfrutar de actividades turísticas en la Ciudad en un período igual o menor a 24h.



Tomando en consideración estas formas de disfrutar la Ciudad, la oferta turística requiere de un análisis estratégico y un ordenamiento que contemple el tiempo de permanencia como factor determinante y, a la vez, la frecuencia de viaje de cada mercado.

Considerar la frecuencia de viaje es otro factor clave, dado que la oferta puede ordenarse estratégicamente dependiendo de si es la primera vez o no de un visitante en la Ciudad:

- » *Primera vez en BA:* el ordenamiento de la oferta tendrá como enfoque priorizar los imperdibles de la Ciudad.
- » *Segunda vez en BA:* el ordenamiento de la oferta tendrá como enfoque priorizar productos secundarios o lo nuevo que tiene la Ciudad para ofrecer.
- » *Visitante frecuente:* el ordenamiento de la oferta tendrá como enfoque priorizar lo nuevo que tiene la Ciudad para ofrecer.

4.2 Enfoque estratégico de la oferta BA

La gestión de la oferta turística BA bajo el enfoque previamente descrito se puede observar graficada en la siguiente matriz, que se trata de un cuadro de doble entrada donde, por un lado, se enlistan los productos y subproductos turísticos identificados; y, por el otro, se indican en columnas las distintas variables analizadas en relación al nivel de desarrollo de

estos, concepto estratégico al que refieren y, finalmente, variables asociadas a la demanda.

Se espera que esta matriz sea una herramienta de gestión dinámica para el ENTUR y de soporte para el sector privado. Por tanto, no es estática ni definitiva, sino que está completada en virtud de la información relevada al momento.



4.2.1

Matriz estratégica de la oferta BA

Tabla 3: Matriz estratégica de la oferta BA

	Productos	Nivel de desarrollo	Concepto estratégico					
			BA Pasión Creativa	Principales BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	Amplificadores		
						BA Naturaleza Urbana	BA Gastronómica	BA Activa
1	Buenos Aires - vuelve al origen	Consolidado	✓	✓			✓	
1.1	Sumérgete en la historia de la Ciudad.	Consolidado		✓				
1.2	Explora el Corazón Industrial de la Ciudad: Trenes, Fábricas y Talleres Emblemáticos.	Emergente/Potencial	✓	✓	✓			
1.3	Descubre el pasado de la Ciudad a través de sus secretos arqueológicos.	Emergente/Potencial		✓	✓			
1.4	Aprecia la belleza arquitectónica de la Ciudad.	Consolidado		✓	✓			
1.5	Explora las raíces criollas: Saborear, Bailar y Disfrutar en Buenos Aires.	En desarrollo		✓			✓	
1.6	Descubre la Memoria Viva de la Ciudad.	En desarrollo		✓	✓			
2	Buenos Aires - vive la noche	Consolidado	✓	✓	✓		✓	
2.1	Explora los Mejores Clubes: sumérgete en el ambiente vibrante de Buenos Aires.	Consolidado		✓	✓			
2.2	Celebra la Diversidad: Vive la Experiencia LGBTQ+ en la Noche de Buenos Aires.	En desarrollo			✓			
2.3	Explora la escena nocturna de la Ciudad: Teatro a todas las horas en la Ciudad.	Consolidado	✓	✓	✓			
2.4	Baila y Siente la pasión del tango porteño.	Consolidado		✓	✓			
2.5	Descubre los Rooftops , y bares ocultos en la Ciudad.	Consolidado	✓				✓	
3	Buenos Aires - conecta con la naturaleza	En desarrollo		✓		✓		✓
3.1	Explora la biodiversidad en las áreas naturales protegidas de la Ciudad.	En desarrollo				✓		✓
3.2	Disfruta del arte y naturaleza, un binomio único para descubrir la Ciudad.	En desarrollo		✓		✓		✓
3.3	Observa las aves del Río de la Plata - <i>Birdwatching</i> .	Emergente/Potencial				✓		✓
3.4	Aprecia la belleza de la Ciudad de Buenos Aires y sus árboles: un paisaje único.	Emergente/Potencial		✓		✓		✓
3.5	Disfruta el encanto del Río de Plata y sus costaneras.	En desarrollo			✓	✓		✓
4	Buenos Aires - siente la pasión deportiva	En desarrollo		✓	✓	✓		✓
4.1	Vive el Fútbol en la Ciudad.	Consolidado			✓			✓
4.2	Conoce a las grandes figuras del fútbol argentino (Maradona, Messi).	En desarrollo		✓				
4.3	Disfruta y muévete en bicicleta por toda la Ciudad.	En desarrollo				✓		✓
4.4	Disfruta del tenis en la Ciudad.	Emergente/Potencial						✓
4.5	Mira, juega y disfruta al Polo.	En desarrollo						✓
4.6	Corre y disfruta de los maratones de la Ciudad.	En desarrollo						✓
4.7	Disfruta del trekking urbano por la Ciudad de Buenos Aires.	Emergente/Potencial		✓		✓		✓
4.8	Juega al Golf junto a la capital.	Emergente/Potencial						✓
4.9	Aprecia la Ciudad de Buenos Aires desde el río y disfruta de actividades náuticas.	Emergente/Potencial				✓		✓
5	Buenos Aires - disfruta los sabores y sus rituales	En desarrollo	✓	✓	✓		✓	
5.1	Descubre los detalles gastronómicos de la Ciudad.	Consolidado			✓		✓	
5.2	Saborea los secretos de las pizzerías porteñas.	Consolidado			✓		✓	
5.3	Descubre el Vino y su nuevo distrito en la Ciudad.	En desarrollo			✓		✓	
5.4	Explora los mercados y patios gastronómicos.	En desarrollo		✓	✓		✓	
5.5	Saborea la fusión de Buenos Aires a través de su gastronomía multicultural.	En desarrollo			✓		✓	

	Productos	Nivel de desarrollo	Concepto estratégico					
			BA Pasión Creativa	Principales BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	Amplificadores		
						BA Naturaleza Urbana	BA Gastronómica	BA Activa
5,6	Conoce y disfruta los secretos de la coctelería porteña.	Consolidado	✓		✓		✓	
5,7	Saborea el encanto de los Cafés de Buenos Aires: una Aventura llena de aromas.	Consolidado	✓	✓	✓		✓	
5,8	Vive la experiencia de los Bodegones y Bares Notables en Buenos Aires.	Consolidado		✓	✓		✓	
5,9	Saborea la tradición: Vive el ritual del Asado y el Mate en la Ciudad de Buenos Aires.	Consolidado		✓	✓		✓	
6	Buenos Aires - descubre la cultura y la creatividad	Consolidado	✓	✓	✓			
6,1	Explora los museos variopintos de Buenos Aires.	Consolidado	✓	✓				
6,2	Explora la Magia Literaria de Buenos Aires.	En desarrollo	✓	✓				
6,3	Vive el arte de Buenos Aires: sumérgete en el Fileteado, Murales y Experiencias Creativas.	En desarrollo	✓	✓	✓			
6,4	Explora las mil caras del Teatro Colón en Buenos Aires.	Consolidado		✓				
6,5	Siente el pulso de la Ciudad: explora la vibrante escena de eventos, espectáculos y festivales en Buenos Aires.	En desarrollo	✓	✓	✓			
6,6	Descubre la vanguardia: vive la experiencia de la cultura <i>underground</i> en la Ciudad y de su espíritu creativo.	En desarrollo	✓		✓			
6,7	Explora la Escena Teatral de la Avenida Corrientes.	Consolidado	✓	✓	✓			
6,8	Explora la Ciudad del Papa: sumérgete en la Herencia del Papa Francisco.	Emergente/Potencial		✓	✓			
6,9	Descubre la Diversidad Religiosa a través de los templos, lugares sagrados y sus prácticas.	En desarrollo		✓	✓			
6,10	Encuentra inspiración en cada esquina de la Ciudad y una comunidad emprendedora que te potencie.	En desarrollo	✓		✓			
7	Buenos Aires - aprovecha las compras	En desarrollo	✓	✓	✓			
7,1	Vive la Experiencia de las Ferias y Paseos de Compras en Buenos Aires.	En desarrollo	✓	✓	✓			
7,2	Recorre la capital del shopping.	Consolidado						
7,3	Vive la Experiencia del Diseño y la Moda en la Ciudad.	En desarrollo	✓		✓			
8	Buenos Aires - animate a lo diferente	Emergente/Potencial	✓	✓	✓		✓	
8,1	Vive la Experiencia de Buenos Aires más allá de sus límites.	En desarrollo						
8,2	Explora Buenos Aires desde adentro: descubre las experiencias comunitarias en la Ciudad.	En desarrollo			✓		✓	
8,3	Descubre los barrios porteños menos conocidos de la Ciudad.	En desarrollo	✓	✓	✓			
8,4	Vive la Ciudad y conecta con los locales a través de voluntariados.	Emergente/Potencial	✓		✓			
8,5	Explora las raíces de las colectividades en la Ciudad.	Emergente/Potencial	✓	✓	✓		✓	
9	Buenos Aires - mejora tu bienestar y salud	Emergente/Potencial	✓			✓	✓	✓
9,1	Reconecta a través de la práctica de yoga y meditación en la ciudad	Emergente/Potencial				✓		✓
9,2	Disfruta de los spas y centros de bienestar de la ciudad	En desarrollo						
9,3	Recarga tu energía a través de actividades físicas al aire libre.	Emergente/Potencial	✓			✓		✓
9,4	Descubre las opciones de alimentación saludable	En desarrollo	✓				✓	
9,5	Revitaliza tu salud a través de los mejores centros médicos de la ciudad	En desarrollo	✓					

Productos		Mercados									
		Segmentos					Segmentos especializados				
		Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nicho	Alta Gama	Turismo Educativo	Nómades digitales	Turismo Médico	MICE
1	Buenos Aires - vuelve al origen	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
1,1	Sumérgete en la historia de la Ciudad.	✓	✓	✓	✓						
1,2	Explora el Corazón Industrial de la Ciudad: Trenes, Fábricas y Talleres Emblemáticos.					✓					
1,3	Descubre el pasado de la Ciudad a través de sus secretos arqueológicos.	✓	✓	✓	✓	✓					
1,4	Aprecia la belleza arquitectónica de la Ciudad.					✓					
1,5	Explora las raíces criollas: Saborear, Bailar y Disfrutar en Buenos Aires.	✓	✓	✓	✓						
1,6	Descubre la Memoria Viva de la Ciudad.					✓					
2	Buenos Aires - vive la noche	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
2,1	Explora los Mejores Clubes: sumérgete en el ambiente vibrante de Buenos Aires.	✓	✓		✓						
2,2	Celebra la Diversidad: Vive la Experiencia LGBTQ+ en la Noche de Buenos Aires.	✓	✓		✓						
2,3	Explora la escena nocturna de la Ciudad: Teatro a todas las horas en la Ciudad.		✓	✓	✓						
2,4	Baila y Siente la pasión del tango porteño.	✓	✓		✓						
2,5	Descubre los <i>Rooftops</i> , y bares ocultos en la Ciudad.	✓	✓		✓						
3	Buenos Aires - conecta con la naturaleza	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3,1	Explora la biodiversidad en las áreas naturales protegidas de la Ciudad.	✓	✓	✓	✓						
3,2	Disfruta del arte y naturaleza, un binomio único para descubrir la Ciudad.	✓	✓	✓	✓						
3,3	Observa las aves del Río de la Plata - <i>Birdwatching</i> .					✓					
3,4	Aprecia la belleza de la Ciudad de Buenos Aires y sus árboles: un paisaje único.	✓	✓	✓	✓						
3,5	Disfruta el encanto del Río de Plata y sus costaneras.	✓	✓	✓	✓						
4	Buenos Aires - siente la pasión deportiva	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4,1	Vive el Fútbol en la Ciudad.			✓	✓						
4,2	Conoce a las grandes figuras del fútbol argentino (Maradona, Messi).			✓	✓	✓					
4,3	Disfruta y muévete en bicicleta por toda la Ciudad.	✓	✓	✓	✓						
4,4	Disfruta del tenis en la Ciudad.					✓					
4,5	Mira, juega y disfruta al Polo.		✓		✓						
4,6	Corre y disfruta de los maratonés de la Ciudad.	✓				✓					
4,7	Disfruta del trekking urbano por la Ciudad de Buenos Aires.	✓	✓		✓						
4,8	Juega al Golf junto a la capital.					✓					
4,9	Aprecia la Ciudad de Buenos Aires desde el río.	✓	✓	✓	✓						
5	Buenos Aires - disfruta los sabores y sus rituales	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
5,1	Descubre los detalles gastronómicos de la Ciudad.	✓	✓	✓	✓						
5,2	Saborea los secretos de las pizzerías porteñas.	✓	✓	✓	✓						
5,3	Descubre el Vino y su nuevo distrito en la Ciudad.	✓	✓		✓						
5,4	Explora los mercados y patios gastronómicos.	✓	✓	✓	✓						
5,5	Saborea la fusión de Buenos Aires a través de su gastronomía multicultural.	✓	✓	✓	✓						

Productos	Mercados									
	Segmentos					Segmentos especializados				
	Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nicho	Alta Gama	Turismo Educativo	Nómades digitales	Turismo Médico	MICE
5,6 Conoce y disfruta los secretos de la coctelería porteña.	✓	✓		✓						
5,7 Saborea el encanto de los Cafés de Buenos Aires: una Aventura llena de aromas.	✓	✓		✓						
5,8 Vive la experiencia de los Bodegones y Bares Notables en Buenos Aires.	✓	✓	✓	✓						
5,9 Saborea la tradición: Vive el ritual del Asado y el Mate en la Ciudad de Buenos Aires.	✓	✓	✓	✓						
6 Buenos Aires - descubre la cultura y la creatividad	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6,1 Explora los museos variopintos de Buenos Aires.	✓	✓	✓	✓						
6,2 Explora la Magia Literaria de Buenos Aires.	✓	✓	✓	✓	✓					
6,3 Vive el arte de Buenos Aires: sumérgete en el Fileteado, Murales y Experiencias Creativas.	✓	✓	✓	✓						
6,4 Explora las mil caras del Teatro Colón en Buenos Aires.	✓	✓	✓	✓						
6,5 Siente el pulso de la Ciudad: explora la vibrante escena de eventos, espectáculos y festivales en Buenos Aires.	✓	✓	✓	✓						
6,6 Descubre la vanguardia: vive la experiencia de la cultura <i>underground</i> en la Ciudad y de su espíritu creativo.	✓	✓		✓						
6,7 Explora la Escena Teatral de la Avenida Corrientes.	✓	✓	✓	✓						
6,8 Explora la Ciudad del Papa: sumérgete en la Herencia del Papa Francisco.					✓					
6,9 Descubre la Diversidad Religiosa a través de los templos, lugares sagrados y sus prácticas.	✓	✓			✓					
6,10 Encuentra inspiración en cada esquina de la Ciudad y una comunidad emprendedora que te potencie.	✓	✓	✓	✓	✓					
7 Buenos Aires - aprovecha las compras	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
7,1 Vive la Experiencia de las Ferias y Paseos de Compras en Buenos Aires.	✓	✓	✓	✓						
7,2 Recorre la capital del shopping.	✓	✓	✓	✓						
7,3 Vive la Experiencia del Diseño y la Moda en la Ciudad.	✓	✓		✓						
8 Buenos Aires - animate a lo diferente	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8,1 Vive la Experiencia de Buenos Aires más allá de sus límites.	✓	✓	✓	✓						
8,2 Explora Buenos Aires desde Adentro: Turismo Comunitario en la Ciudad.		✓		✓						
8,3 Descubre los barrios porteños menos conocidos de la Ciudad.	✓	✓		✓						
8,4 Vive la Ciudad y conecta con los locales a través de voluntariados.	✓			✓	✓					
8,5 Explora las raíces de las colectividades en la Ciudad.	✓	✓	✓	✓	✓					
9 Buenos Aires - mejora tu bienestar y salud	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
9,1 Reconecta a través de la práctica de yoga y meditación en la ciudad	✓	✓								
9,2 Disfruta de los spas y centros de bienestar de la ciudad	✓	✓		✓						
9,3 Recarga tu energía a través de actividades físicas al aire libre.	✓	✓		✓						
9,4 Descubre las opciones de alimentación saludable	✓	✓	✓	✓						
9,5 Revitaliza tu salud a través de los mejores centros médicos de la ciudad	✓	✓								

	Mercados								Adecuación al comportamiento de la demanda						
	Nacionales Prioritarios				Internacionales Prioritarios				Frecuencia de viaje a CABA			Tiempo de permanencia			
	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA	Brasil	Uru	Chile	USA	1° vez	2° vez	Viajero frecuente	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)
1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1.1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓
1.2	✓										✓			✓	✓
1.3	✓									✓	✓			✓	✓
1.4	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓
1.5	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓
1.6	✓										✓			✓	✓
2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.1	✓								✓	✓	✓		✓	✓	✓
2.2	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.3	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
2.4	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
2.5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.1	✓		✓		●	●	●	✓		✓	✓	✓		✓	✓
3.2	✓		✓		●	●	●		✓		✓			✓	✓
3.3	●	●	●	●	●	●	●	✓		✓			✓		✓
3.4	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓
3.5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
4	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.1	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓
4.2	✓	✓	✓							✓	✓		✓	✓	✓
4.3	●	●	●	●	●	●	●	●		✓	✓		✓	✓	✓
4.4	●	●	●	●	●	●	●	●		✓	✓		✓	✓	✓
4.5	●	●	●	●	●	●	●	●	✓				✓	✓	✓
4.6	●	●	●	●	●	●	●	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.7	●	●	●	●	●	●	●	●		✓	✓		✓	✓	✓
4.8	●	●	●	●	●	●	●	●		✓	✓		✓	✓	✓
4.9	●	●	●	●	●	●	●	●	✓	✓	✓		✓	✓	✓
5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.1	✓	✓	✓						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.2	✓	✓							✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.3	✓	●	●	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.4	✓	✓							✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.5	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

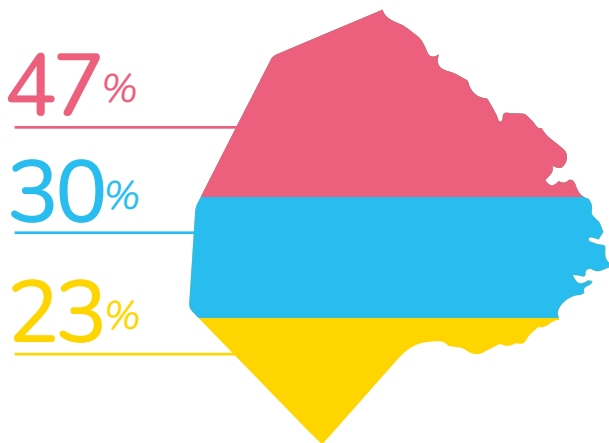
	Mercados								Adecuación al comportamiento de la demanda						
	Nacionales Prioritarios				Internacionales Prioritarios				Frecuencia de viaje a CABA			Tiempo de permanencia			
	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA	Brasil	Uru	Chile	USA	1° vez	2° vez	Viajero frecuente	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)
5,6	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5,7	✓	✓							✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5,8	✓	✓	✓						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5,9		✓			✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6,1			✓	✓					✓	✓	✓	✓	✓	✓	
6,2	✓		✓	✓					✓	✓	✓			✓	✓
6,3			✓						✓	✓	✓		✓	✓	✓
6,4	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
6,5	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓
6,6	✓	✓	✓	✓					✓	✓	✓		✓	✓	✓
6,7	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓
6,8	✓	✓							✓	✓	✓				✓
6,9	✓	✓									✓		✓	✓	✓
6,10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
7	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7,1	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7,2	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7,3	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓		✓	✓	✓
8,1	•	•	•	•	•	•	•	•		✓	✓				✓
8,2	✓		✓							✓	✓			✓	✓
8,3	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓		✓	✓	✓
8,4	•	•	•	•	•	•	•	•	✓	✓	✓	✓			✓
8,5	✓	✓		✓	✓					✓	✓			✓	✓
9									✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9,1	✓	•	•	✓	•	•	•	•					✓	✓	✓
9,2	•	•	•	•	•	•	•	•		✓				✓	✓
9,3	•	•	•	•	•	•	•	•	✓	✓	✓		✓	✓	✓
9,4	•	•	•	•	•	•	•	•	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9,5	•	•	•	✓	•	•	•	•			✓			✓	✓

Turismo Buenos Aires

Del análisis realizado, se detallan los siguientes resultados:

Sobre el nivel de desarrollo de los productos y subproductos turísticos:

» El 47% de los productos y subproductos que componen la oferta de la Ciudad se consideran en desarrollo, respecto de un 30% que se consideran consolidados y un 23% como emergentes/potenciales.



Sobre el concepto estratégico:

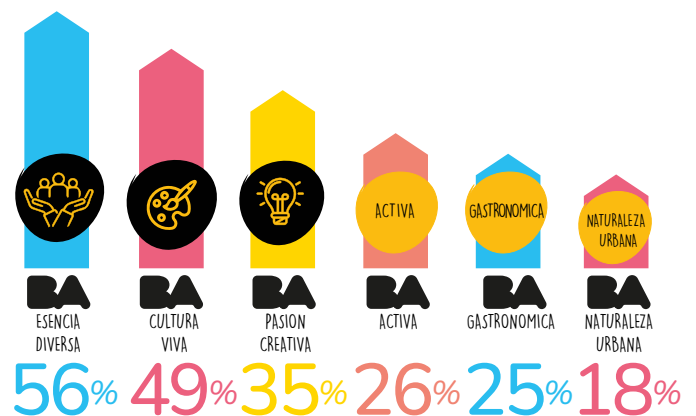
Considerando que cada producto o subproducto puede aplicar a más de un concepto estratégico, se expresa a continuación la representatividad de cada uno de ellos en la oferta de la Ciudad.

» La mayor parte de la oferta de la Ciudad está asociada al concepto estratégico de BA Esencia Diversa (56%) y BA Cultura Viva (49%)

(49%), seguidos de BA Pasión Creativa (35%).

» En menor medida están representados los conceptos estratégicos de BA Activa (26%) y BA Naturaleza Urbana (18%).

» En relación a BA Gastronómica, el porcentaje de representación (25%) se debe a que en la matriz se lo considera un producto turístico principal/madre por lo que, en el comparativo general, pierde fuerza. Sin embargo, se considera un producto transversal a todos los productos turísticos.



Sobre la adecuación de la oferta a la demanda²:

De igual forma, cada producto o subproducto puede aplicar a más de un segmento y tipo de comportamiento de demanda, por lo que se presenta a continuación la representatividad

² En relación a las preferencias de los mercados, no se presentan resultados promedios, dado que algunos de los subproductos deportivos y de naturaleza, al momento, no cuentan con informes específicos de demanda que permitan detectar cuáles serían los mercados más interesados en ellos.



de cada uno de ellos en la oferta de la Ciudad.

» El 81% de la oferta de la Ciudad de Buenos Aires podría responder a los intereses del segmento que viaja en pareja, mientras que el 79% para amigos y solos. En relación a visitantes que viajan en familia, se identifica que el 53% de la oferta podría responder a los intereses de este segmento. Finalmente, el segmento para el que menos oferta se identifica es para los de nicho (28%).

» Se considera a *priori* que el 100% de los productos turísticos de la Ciudad pueden ser de interés para los segmentos especializados. Sin embargo, es necesario que el ENTUR lleve adelante planes específicos para analizar cómo adecuar el desarrollo de los distintos subproductos a las necesidades y requerimientos puntuales de estos segmentos.

» En función de la frecuencia de viaje, el 82% de la oferta de la Ciudad podría ser de interés para visitantes frecuentes, mientras que el 74% para aquellos que la visitan por segunda vez y el 68% para quienes llegan por primera vez.

» En relación al tiempo de permanencia que esté un turista, el 33% de la oferta de la Ciudad podría ser disfrutada por un excursionista, mientras que el 68% para quienes eligen Mini-Escapadas y el 91% para el que elige a la Ciudad como destino de Escapadas y para estadías prolongadas.

4.2.2 Matrices por productos BA

Para un análisis más detallado de los productos BA se procedió a realizar una ficha de sistematización que se espera sea una herramienta de gestión dinámica para el ENTUR.

Tal como puede apreciarse a continuación, la matriz de productos recupera toda la información presentada anteriormente respecto del análisis estratégico y, además, agrega los siguientes campos específicos:

» *Promesa al visitante*: es la idea central sobre la que se construye el producto turístico, la expresión máxima de su identidad. Por tanto, es donde se expresa el valor de atracción para los visitantes, presentando las grandes premisas que contribuyan a construir el mensaje comunicacional y promocional del producto. Este apartado es orientativo y debe recibir el tratamiento adecuado por parte del ENTUR en virtud del nivel de desarrollo en el que se encuentre cada producto.

» *Atractores principales*: se enlistan los principales atractivos turísticos vinculados al producto, con la posibilidad de marcar en un semáforo el nivel de desarrollo en el que se encuentran (siendo verde: desarrollados, amarillo: en proceso de desarrollo, y rojo: emergente/potencial).

» *Oferta principal y complementaria*: se indican los servicios principales para el desarrollo del producto, así como aquellos de apoyo.



Turismo Buenos Aires

» *Experiencias destacadas:* esta sección reunirá información sobre propuestas experienciales que surjan asociadas al producto, que contribuyan a aportar un valor agregado. Por tal motivo, esta sección debe ser completada por las áreas operativas del ENTUR al momento de realizar el monitoreo de los productos.

» *Impulsores claves:* reúne a organizaciones o actores claves que pueden contribuir a desarrollar o potenciar el producto.

» *Principales comunas:* comprende todas las comunas de la Ciudad con la posibilidad de marcar aquellas donde el producto es desarrollado.

» *Estrategias y proyectos potenciadores:* esta sección reunirá información clave sobre iniciativas existentes por parte del GCBA, o bien por parte del sector privado, que contribuyan a desarrollar o mejorar el producto turístico. Por tal motivo, esta sección debe ser completada por las áreas operativas del ENTUR al momento de realizar el monitoreo de los productos.

» *Necesidades para el desarrollo o mejora del producto:* esta sección reunirá información sobre necesidades detectadas para el desarrollo o mejora de los productos turísticos y que puedan ser atendidas por el GCBA o bien por parte del sector privado. Por tal motivo, esta sección debe ser completada por las áreas operativas del ENTUR al momento de realizar el monitoreo de los productos.



Tabla 4: Modelo Matriz Producto BA

Fecha de registro/actualización		0/0/2023					
Producto madre							
Concepto estratégico	Principales			Amplificadores			
	BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa	
Nivel de desarrollo del producto							
Subproductos que integra							
Promesa al visitante	Insumo - Nacional						
	Insumo - Internacional						
Atractores principales							
Oferta principal							
Oferta complementaria							
Experiencias destacadas							
Impulsores clave							
Principales comunas donde se desarrolla el producto	C1 (Retiro, S.Nicolás, Pto. Madero, S.Telmo, Montserrat y Constitución)		C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristobal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)		
	C5 (Almagro y Boedo)	C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V.Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)	C10 (V.Real, Mte.Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V.Luro)	
	C11 (V. Gral. Mitre, V.Devoto, V.del Parque y V.Santa Rita)	C12 (Coghlan, Saavedra, V.Urquiza y V.Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq Chas)		
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda	Frecuencia de viaje	1° vez	2° vez	Viajero frecuente			
	Tiempo de permanencia	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)		
Mercados meta	Segmentos	Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nicho	
	Nacionales Prioritarios	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA		
	Internacionales Prioritarios	Brasil	Uru	Chile	USA		
Estrategias y proyectos potenciadores	Iniciativa Pública						
	Iniciativa Privada						
Necesidades para el desarrollo y/o mejora del producto	Iniciativa Pública						
	Iniciativa Privada						

Semáforo

Semáforo

Fuente: ENTUR, 2023.

A continuación, se presentan entonces las matrices de sistematización de cada uno de los productos identificados con la información disponible al momento⁴:

Tabla 5: Matriz Producto Buenos Aires - vuelve al origen

Fecha de registro/actualización		10/07/2023						
Producto madre		Buenos Aires - vuelve al origen						
Concepto estratégico	Principales			Amplificadores				
	BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa		
Nivel de desarrollo del producto		Consolidado						
Subproductos que integra		1.1 Sumérgete en la historia de la Ciudad.						
Promesa al visitante		- Encuentra el legado histórico y cultural en sus monumentos, edificios emblemáticos y espacios gastronómicos.						
		Insumo - Nacional	Se aconseja hacer foco en la historia nacional, la importancia del Centro Histórico de la					
		Insumo - Internacional	Se aconseja hacer hincapié en las raíces criollas, la arquitectura que combina el pasado y las vanguardias; la inmigración y la gastronomía.					
Atractores principales		Casa Rosada						
		Plaza de Mayo						
		El Cabildo						
		Catedral Metropolitana						
		Plaza del Congreso						
		Buenos Aires Museo - Museo de la Ciudad						
		Avenida 9 de Julio y Obelisco						
		Café Tortoni						
		Confitería el Molino						
		Manzana de la luces						
		Zanjón de Granados						
		Casa Mínima						
		Iglesia San Ignacio de Loyola						
		Librería Ávila						
		Iglesia y Convento San Francisco						
		Bar Sur						
		Plaza Dorrego						
		Mercado de San Telmo						
		Museo de la Inmigración						
		Museo Nacional Ferroviario						
		Teatro Colón						
		Teatro Cervantes						
		Avenida de Mayo y Palacio Barolo						
		Parque de la Memoria						
		Espacio Memoria - Ex Esma						
		Museo Malvinas e islas del Atlántico Sur						
		Museo Evita						
		Los Galgos						
		Caminito						
		Museo Histórico Nacional						
Museo Quinquela Martín								
Cementerio Recoleta								
Estación de Tren Retiro								
Usina del Arte								
Palacio Lezama								
Centro Metropolitano de Diseño								
Edificios emblemáticos por su arquitectura: Centro Cultural Kirchner, Teatro Colón, Palacio Pereda, Otto Kraus,								
Cúpulas: Galería Guemes, Palacio Barolo, Palacio Bencich, No hay sueños imposibles, entre otros.								
Gastronomía criolla: asado, empanadas, locro, carbonada, entre otros.								
Tradición del mate.								
Oferta principal		Teatros, cafés, bares, templos, museos, prestadores turísticos.						
Oferta complementaria		Guías turísticos especializados en arquitectura, arqueología, patrimonio industrial por ejemplo. Experiencias						
Impulsores claves		Comisión de Protección y Promoción de los Cafés, Bares, Billares y Confiterías Notables de la Ciudad de Buenos Aires, espacios de la memoria, museos, prestadores turísticos, entre otros.						
Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)		C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)		
		C5 (Almagro y Boedo)		C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)	C10 (V. Real, Mte. Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V. Luro)
		C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)		C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)	
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda		Frecuencia de viaje		1° vez	2° vez	Viajero frecuente		
		Tiempo de permanencia		Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)	
Mercados meta		Segmentos		Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nicho
		Nacionales		Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA	
		Prioritarios						
		Internacionales		Brasil	Uru	Chile	USA	
		Prioritarios						

Tabla 6: Matriz Producto Buenos Aires - vive la noche

Fecha de registro/actualización		31/8/2023				
Producto madre		Buenos Aires - vive la noche				
Concepto estratégico	Principales			Amplificadores		
	BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa
		✓	✓	✓	✓	
Nivel de desarrollo del producto		Consolidado				
Subproductos que integra		2.1 Explora los Mejores Clubes: sumérgete en el ambiente vibrante de Buenos Aires. 2.2 Celebra la Diversidad: vive la Experiencia LGBTQ+ en la Noche de Buenos Aires. 2.3 Explora la escena nocturna de la Ciudad: Teatro a todas las horas en la Ciudad. 2.4 Baila y Siente la pasión del tango porteño. 2.5 Descubre los <i>rooftops</i> y bares ocultos en la Ciudad.				
Promesa al visitante		- Descubre la Ciudad viva de día y de noche. - Prueba los cientos de restaurantes con su exquisita gastronomía, cervecerías artesanales, bares y <i>rooftops</i> con excelente coctelería. - Experimenta la vida nocturna en la Ciudad de Buenos Aires, reconocida en todo el mundo por su oferta diversa, divertida y sofisticada: desde el clásico circuito teatral comercial, hasta el teatro del under, comunitario, tanguerías, milongas, discotecas, noches de jazz y música electrónica.				
		Insumo - Nacional	Se aconseja hacer hincapié en la novedad y la diversidad de oferta nocturna.			
		Insumo - Internacional	Se aconseja hacer hincapié en la particularidad de BA como Ciudad que no duerme, con su diversidad de oferta nocturna a toda hora.			
Atractores principales		Circuito teatral comercial Avenida Corrientes	878			
		La Trastienda	Brukbar			
		Plaza Serrano y Plaza Armenia	Vermutería La Fuerza			
		Discotecas de Palermo y Costanera Norte	Florería Atlántico			
		Ciudad Cultural Konex	Salón Pueyrredón			
		Amerika	Makena Cantina Club			
		Peuteo	Club Matienzo			
		Sitges	Niceto Club			
		Queer Tango	Roxy			
		Señor Tango	Santos 4040			
		La Catedral	Café San Bernardo			
		La Viruta Tango Club	Olympo			
		Bar Sur	Crystal Bar			
		Café Tortoní	Alvear Roof Bar			
		Trade Sky Bar	Cielo Sky Bar			
		Palacio Barolo - Salón 1923	Espacio cultural comunitario de Parque Patricios "Las Pompas"			
		Frank's bar	Café Los Galgos			
		Uptown BA	La Calle Bar			
		Luz Mala				
Oferta principal		Restaurantes, bares y cafés, discotecas, <i>rooftops</i> , milongas, shows de tango, bares <i>speakeasy</i> , teatros, teatro				
Oferta complementaria		Guías especializados.				
Impulsores claves		AADET, organizadores de eventos culturales y espectáculos, como ser Fuerza Bruta, la Bomba de Tiempo, AOM -				
Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)	C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)	
		✓	✓	✓	✓	
		C5 (Almagro y Boedo)	C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)
		✓				C10 (V. Real, Mte. Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V. Luro)
		C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)	C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)
				✓	✓	✓
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda	Frecuencia de viaje	1° vez	2° vez	Viajero frecuente		
		✓	✓	✓		
	Tiempo de permanencia	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)	
		✓	✓	✓	✓	
Mercados meta	Segmentos	Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nicho
		✓	✓	✓	✓	
	Nacionales Prioritarios	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA	
		✓	✓	✓	✓	
	Internacionales Prioritarios	Brasil	Uru	Chile	USA	
		✓	✓	✓	✓	

Tabla 7: Matriz Producto Buenos Aires - conecta con la naturaleza

Fecha de registro/actualización		10/07/2023							
Producto madre		Buenos Aires - conecta con la naturaleza							
Concepto estratégico		Principales			Amplificadores				
		BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa		
Nivel de desarrollo del producto		En desarrollo							
Subproductos que integra		3.1 Explora la biodiversidad en las áreas naturales protegidas de la Ciudad. 3.2 Disfruta del arte y naturaleza, un binomio único para descubrir la Ciudad. 3.3 Observa las aves del Río de la Plata - <i>Birdwatching</i> . 3.4 Aprecia la belleza de la ciudad de Buenos Aires y sus árboles: un paisaje único. 3.5 Disfruta el encanto del Río de Plata y sus costaneras.							
Promesa al visitante		- Vive la naturaleza en la Ciudad y disfruta de la floración en las cuatro estaciones. - Descubre los tesoros verdes de Buenos Aires. - ¡Respira aire fresco! Descubre los espacios verdes de Buenos Aires. - Descubre el patrimonio escultórico perdido en los parques. - Explora su biodiversidad que permite el avistaje de aves a metros del Centro Histórico.							
		Insumo - Nacional	Se recomienda hacer foco en estos espacios para disminuir la sensación de agobio por el ritmo de la Ciudad.						
		Insumo - Internacional	Se aconseja hacer hincapié en la biodiversidad de la RECS, la cantidad de espacios verdes de la Ciudad y la floración de los árboles.						
Atractores principales		Reserva Ecológica Costanera Sur			Parque Mujeres Argentinas				
		Río de la Plata			Parque de los Niños				
		Reserva Ecológica Costanera Norte (CABA)			Parque Micaela Bastidas				
		Parque Natural Lago Lugano (CABA)			Parque Mujeres Argentinas				
		Parque Sarmiento			Parque de la Ciudad				
		Jardín Botánico			Parque Rivadavia				
		Ecoparque			Parque Agronomía				
		Jardín Japonés			Parque Sarmiento				
		Parque 3 de Febrero			Plaza San Martín				
		Rosedal			Parque Carlos Thays				
		Costanera Norte			Parque Sarmiento				
		Costanera Sur			Jardín Andalúz del Museo Larreta				
		Rosedal			Parque Avellaneda				
		Plaza Intendente Seeber			Parque de los Andes				
		Plaza Sicilia			Parque Lezama				
Parque Centenario			Árboles: palos borrachos, jacarandaes, lapachos, entre otros.						
Plaza Francia									
Oferta principal		Áreas Naturales protegidas, parques, plazas y espacios verdes.							
Oferta complementaria		Prestadores turísticos especializados en ecoturismo.							
Impulsores claves		Ambiente y Espacio Público. Aves argentinas, Sturla, Humberto M.							
Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)		C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)			
		✓		✓					
		C5 (Almagro y Boedo)		C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)	C10 (V. Real, Mte. Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V. Luro)	
		✓		✓	✓	✓	✓		
		C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)		C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)		
✓		✓	✓	✓	✓				
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda		Frecuencia de viaje	1° vez	2° vez	Viajero frecuente				
		✓	✓	✓	✓				
		Tiempo de permanencia	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)			
		✓	✓	✓	✓				
Mercados meta		Segmentos	Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nicho		
		✓	✓	✓	✓	✓			
		Nacionales Prioritarios	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA			
		✓	✓	✓	✓				
		Internacionales prioritarios	Brasil	Uru	Chile	USA			
		✓	✓	✓	✓				

Tabla 8: Matriz Producto Buenos Aires - siente la pasión deportiva

Fecha de registro/actualización		31/8/2023				
Producto madre		Buenos Aires - siente la pasión deportiva				
Concepto estratégico	Principales			Amplificadores		
	BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa
Nivel de desarrollo del producto		En desarrollo				
Subproductos que integra		4.1 Vive el fútbol en la Ciudad. 4.2 Conoce a las grandes figuras del fútbol argentino (Maradona, Messi). 4.3 Disfruta y muévete en bicicleta por toda la Ciudad. 4.4 Disfruta del tenis en la Ciudad. 4.5 Mira, juega y disfruta al Polo. 4.6 Corre y disfruta de los maratones de la Ciudad. 4.7 Disfruta del trekking urbano por la Ciudad de Buenos Aires. 4.8 Juega al golf junto a la capital. 4.9 Aprecia la Ciudad de Buenos Aires desde el río y disfruta de actividades náuticas. (*) (*) Se considera un subproducto emergente/potencial dado que al momento la oferta turística en el río está vinculada a navegaciones con fines recreativos principalmente, existiendo una gran oportunidad de desarrollar productos vinculados a actividades náuticas.				
Promesa al visitante		- Disfruta del deporte que prefieras en esta Ciudad activa: siempre hay alguna actividad deportiva para realizar, Insumos - Nacional Se aconseja hacer foco en el fútbol. Insumos - Internacional Se recomienda hacer hincapié en el fútbol y polo. También en la posibilidad de recorrer				
Atractores principales		Museo de la Pasión Boquense Estadio de Boca Juniors (La Bombonera) Museo River Plate Estadio de River Plate (El Monumental) Campo Argentino de Polo Hipódromo Argentino de Palermo Buenos Aires Lawn Tennis Reserva Ecológica Costanera Sur Parque Tres de Febrero Parque Roca Autódromo Oscar y Juan Gálvez Rosedal Campo de Golf de la Ciudad Ironman Maratones Parque Sarmiento Skateparks Bicisendas por toda la Ciudad Río de la Plata Costanera Norte (actividades náuticas)				
Oferta principal		Estadios de fútbol, museos deportivos, hipódromos, canchas de tenis, espacios verdes, maratones y polo.				
Impulsores claves		Organizadores de eventos deportivos como maratones, triatlones. Fundación Nándú, Mude, ATP, Ironman, Clubes náuticos, clubes de fútbol, entre otros.				
Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)	C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)	
		C5 (Almagro y Boedo)	C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)
		C10 (V. Real, Mte. Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V. Luro)	C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)	C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)
		C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)				
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda		Frecuencia de viaje	1° vez	2° vez	Viajero frecuente	
		Tiempo de permanencia	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)
Mercados meta		Segmentos	Solos	Parejas	Familia	Amigos
		Nacionales Prioritarios	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA
		Internacionales Prioritarios	Brasil	Uru	Chile	USA

Tabla 9: Matriz Producto Buenos Aires - disfruta los sabores y sus rituales

Fecha de registro/actualización	10/07/2023					
Producto madre	Buenos Aires - disfruta los sabores y sus rituales					
Concepto estratégico	Principales			Amplificadores		
	BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa
Nivel de desarrollo del producto	En desarrollo					
Subproductos que integra	5.1 Descubre los detalles y los eventos gastronómicos de la Ciudad. 5.2 Saborea los secretos de la pizzerías porteñas. 5.3 Descubre el vino y su nuevo distrito en la Ciudad. 5.4 Explora los mercados y patios gastronómicos. 5.5 Saborea la fusión de Buenos Aires a través de su gastronomía multicultural. 5.6 Conoce y disfruta los secretos de la coctelería porteña. 5.7 Saborea el encanto de los cafés de Buenos Aires: una Aventura llena de aromas. 5.8 Vive la experiencia de los bodegones y bares Notables en Buenos Aires. 5.9 Saborea la tradición: vive el ritual del asado y el mate en la Ciudad de Buenos Aires.					
Promesa al visitante	- Saborea la gastronomía multicultural. - Conecta con la cultura local a través de sus cafés. - Prueba sabores auténticos y la fusión de cocina internacional reinterpretada a lo porteño. - Descubre los sabores de los cocktails, vinos y cervecerías.					
	Insumos - Nacional	Se aconseja hacer hincapié en la cocina del mundo y los chefs reconocidos.				
	Insumos - Internacional	Se aconseja hacer hincapié en la comensalidad y rituales asociados a la mesa y encuentro.				
	Parrillas:	El Ferroviario La Cabrera La Dorita Estilo Campo Parrilla Don Julio Parrilla El DesNivel Rodizio				
	Distrito del Vino:	Tiempo de sabores Bodega de Borbore Pámpano wine & whisky bar Vinoteca Devoto Laganini rooftop Bodega Amparo Cucina Paradiso				
	Pizzerías:	El Cuartito 1983 El Imperio de la Pizza 36 Billares La Guitarrita Angelín La Mezzetta El Fortín Guerrín				
	Polos gastronómicos:	Palermo Hollywood, delimitado por la Av. Juan B. Justo, Dorrego, Av. Santa Fe y Av. Córdoba Las Cañitas Puerto Madero Recoleta San Telmo				
Mercados y patios gastronómicos:	Mercat Villa Crespo Mercado Bonpland El Galpón Centro Comunal de Abastecimiento Agroecológico Mercado de San Telmo Mercado de San Nicolás Mercado de los Carruajes Patio Gastronómico de Rodrigo Bueno Mercado Belgrano Patio de los Lecheros Mercado Soho Patio Costanera Norte Smart Plaza Patio Parque Patricios					
Atractores principales	Bares Notables, confiterías y cafés: Café Los Galgos Confitería Las Violetas Bar El Federal Café Tortoní La Giralda La Biela El Gato Negro Confitería La Ideal Chocolatería San Ginés Chocolatería Rapanui Maru Botana					

		Coctelería y cervecerías: Florería Atlántico Puerta Uno Presidente Rey de Copas La Fuerza Bar Antares				Bierlife Rabieta Bucaré Charlone Peñón del Águila		
		Café de especialidad: Cuervo Café Lab Sastre Salvaje Café Registrado						
		Cocina multicultural: Jardín Japonés Barrio Chino Barrio Coreano Gastronomía asiática Comida árabe						
		Gastronomía orgánica, vegetariana o vegana: Bio Restaurante Mercado de las Flores Catalino Fauna Café y Flora Let It V Koko Bao Bar						
		Detalles gastronómicos: Heladerías Churrerías Panaderías Kioscos Rooftops Chocolaterías Food trucks de la Costanera Boutiques del mate						
		Ferias y eventos gastronómicos: Buenos Aires Market Sabe la Tierra Festival Vegano Campeonato Federal del Asado MAPPA - Mercado Argentino de Productos y Productores Agroalimentarios Fiesta de la Empanada FECA - Festival del Café Festival BA Gastronómica						
Oferta principal		Bares, Confeiterías, Restaurantes, Mercados y patios gastronómicos.						
Experiencias destacadas		Teatro Ciego. Degustación a ciegas: teatro gourmet en Buenos Aires.						
Impulsores claves		Subsecretaría de Políticas Gastronómicas, AHRCC, Asociación de Pizzerías y Casas de Empanadas de la República						
Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)		C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)		
		✓		✓	✓	✓		
		C5 (Almagro y Boedo)	C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)	C10 (V. Real, Mte. Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V. Luro)	
		✓		✓			✓	
		C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)	C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)		
		✓		✓	✓	✓		
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda	Frecuencia de viaje	1° vez	2° vez	Viajero frecuente				
	Tiempo de permanencia	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)			
		✓		✓	✓	✓		
Mercados meta	Segmentos	Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nichos		
	✓		✓	✓	✓	✓		
	Nacionales Prioritarios	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA			
	Internacionales Prioritarios	Brasil	Uru	Chile	USA			
		✓		✓	✓	✓		

Tabla 10: Matriz Producto Buenos Aires - descubre la cultura y la creatividad

Fecha de registro/actualización	10/07/2023					
Producto madre	Buenos Aires - descubre la cultura y la creatividad					
Concepto estratégico	Principales			Amplificadores		
	BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa
Nivel de desarrollo del producto	Buenos Aires - descubre la cultura y la creatividad					
Subproductos que integra	6.1 Explora los museos variopintos de Buenos Aires. 6.2 Explora la magia literaria de Buenos Aires. 6.3 Vive el arte de Buenos Aires: sumérgete en el fileteado, murales y experiencias creativas. 6.4 Explora las mil caras del Teatro Colón en Buenos Aires. 6.5 Siente el pulso de la Ciudad: explora la vibrante escena de eventos, espectáculos y festivales en Buenos Aires. 6.6 Descubre la vanguardia: vive la experiencia de la cultura <i>underground</i> en la Ciudad y de su espíritu creativo. 6.7 Explora la escena teatral de la Avenida Corrientes. 6.8 Explora la Ciudad del Papa: sumérgete en la herencia del Papa Francisco. 6.9 Descubre la diversidad religiosa a través de los templos, lugares sagrados y sus prácticas. 6.10. Encuentra inspiración en cada esquina de la Ciudad y una comunidad emprendedora que te potencie.					
Promesa al visitante	- Disfruta de una Ciudad donde el arte y la cultura se fusionan para crear un ambiente único y estimulante. - Experimenta esta ciudad, que es un lienzo en constante transformación. - Vibra la escena artística y teatral de la Ciudad, reconocida por sus numerosos eventos y espectáculos. - Palpita tanto los grandes teatros como los pequeños escenarios. - Percibe la esencia heterogénea y romance de las artes en las calles, museos y galerías. - Asiste a numerosos eventos y festivales que permiten sumergirte en la cultura y el arte argentino. - Inspírate con la creatividad de la Ciudad.					
	Insumo - Nacional:	Se recomienda hacer foco en la renovación del "carnet de modernidad" y la diversidad de la oferta cultural para todos los bolsillos.				
	Insumo - Internacional:	Se aconseja hacer hincapié en la transformación constante de la Ciudad y la creatividad que hace que siempre haya oferta cultural de vanguardia.				
Atractores principales	Teatro Colón Museo de Arte Decortivo Fábrica Colón Museo Larreta Circuito teatral comercial Avenida Corrientes Museo Malba Teatro El Liceo Museo Carlos Gardel Teatro Maipo Museo Buenos Aires Teatro el Coliseo Museo Argentino de Ciencias Naturales Bernardino Rivadavia Centro Cultural San Martín Prohibido No Tocar - Centro Cultural Recoleta ND Ateneo Buque Museo Fragata ARA Presidente Sarmiento Centro Cultural Konex Museo Nacional de Bellas Artes Centro Cultural Recoleta Museo de Arte Fortabat Centro Cultural de la Ciencia Parque Temático Tierra Santa Planetario Iglesia Ortodoxa Rusa Teatro Ciego Centro Cultural Islámico Timbre 4 Basílica Nuestra Señora del Pilar Casa Cultural Quetzal Basílica San José de Flores (Papa) Emergente Abasto Iglesia de San Francisco de Asís (Papa) Camarín de las Musas Circuito Arte Urbano Palermo Elefante Club de Teatro Circuito Arte Urbano La Boca Biblioteca Nacional Circuito Arte urbano Barracas Librerías de Avenida Corrientes Eventos educativos Librerías Ateneo Tango (Tango rioplatense Patrimonio Cultural de la Humanidad) Librería El Aleph Fileteado porteño (Patrimonio Inmaterial de la Humanidad) Eterna Cadencia Pasaje Lanín Librería Ghandi Antigüedades Falena Planetario Libros del Pasaje Parque de la Innovación Librería Orsai Centro Cultural de la Ciencia Fundación Proa Centro Metropolitano de Diseño Museo Casa Rosada Galerías de arte en Villa Crespo y Palermo Museo de la Inmigración					
	Espectáculos y eventos: Teatrales (Ej.: Fuerza Bruta) Conciertos / Festivales de Música (Ej.: Primavera Sound Buenos Aires)					
Oferta principal	Teatros, espacios para eventos, librerías, museos, Templos, galerías de arte y espacios religiosos.					
Oferta complementaria	Espacios de <i>co-working</i> (Nota: para el segmento de <i>Nómades Digitales</i> , estos espacios se convierten en la oferta principal)					
Experiencias destacadas	Clase de Fileteado Porteño.					
Impulsores claves	Ministerio de Cultura, ADEET, Red Argentina de Teatros, Asociación de Fileteadores, Organizadores de Grandes Eventos,					

Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)	C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)		
		✓	✓	✓	✓		
		C5 (Almagro y Boedo)	C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)	C10 (V. Real, Mte. Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V. Luro)
		C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)	C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)	
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda		Frecuencia de viaje	1° vez	2° vez	Viajero frecuente		
		Tiempo de permanencia	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)	
Mercados meta		Segmentos	Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nicho
		Nacionales	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA	
		Prioritarios	✓	✓	✓	✓	
		Internacionales	Brasil	Uru	Chile	USA	
		Prioritarios	✓	✓	✓	✓	

Tabla 11: Matriz Producto Buenos Aires - aprovecha las compras

Fecha de registro/actualización		10/07/2023						
Producto madre		Buenos Aires - aprovecha las compras						
Concepto estratégico		Principales			Amplificadores			
		BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa	
Nivel de desarrollo del producto		En desarrollo						
Subproductos que integra		7.1 Vive la Experiencia de las ferias y paseos de compras en Buenos Aires. 7.2 Recorre la capital del shopping. 7.3 Vive la experiencia del diseño y la moda en la Ciudad.						
Promesa al visitante		<ul style="list-style-type: none"> - Aprovecha variedad de productos locales e indumentaria, tanto de outlets como de los diseñadores de moda más vanguardistas. - Sumérgete en las mejores tiendas, boutiques, librerías y mercados de la región. - Descubre variedad de discos, artículos de cuero y ropa de tango. - Vive la Ciudad del Diseño y las últimas tendencias de moda. 						
		Insumos - Nacional	Se aconseja hacer foco en la diversidad de la oferta para hacer compras y en rubros como indumentaria, tecnología y perfumería.					
		Insumos - Internacional	Se recomienda hacer foco en el beneficio de la devolución de impuestos (tax free) en numerosos negocios de la Ciudad.					
Atractores principales		Abasto Shopping (Balvanera)			Calle Defensa (San Telmo)			
		Distrito Arcos (Palermo)			Avenida Cabildo (Belgrano)			
		Outlets de Avenida Córdoba (Palermo)			Avenida Santa Fe (Palermo, Recoleta y Retiro)			
		Outlets de Blanco Encalada (Belgrano)			Peatonal Florida (San Nicolás y Retiro)			
		Avenida Álvarez Thomas (Villa Ortúzar)			Avenida Corrientes (Balvanera y San Nicolás)			
		Avenida Forest (Chacarita)			Avenida Pueyrredón (Balvanera y Recoleta)			
		Calle Aguirre (Villa Crespo)			Avenida Rivadavia y Avenida Acoyte (Caballito)			
		Calle Murillo (Villa Crespo)			Zona Palermo Viejo			
		Calle San José entre Avenida Belgrano y Chile (Montserrat)			Circuito de Diseño Palermo Viejo			
		Calle Herrera (Barracas)			Galerías Pacífico (San Nicolás)			
		Parque Brown Factory Outlet (Villa Lugano)			Recoleta Mall			
		Av. Avellaneda, entre Nazca y Bahía Blanca, Flores			Solar de la Abadía			
		Estación Federal			Caballito Shopping Center			
		Feria de Mataderos			DOT Baires Shopping (Saavedra)			
		Ferias Artesanales			Devoto Shopping			
		Barrio Chino			Plaza Liniers Shopping			
		Galería Bond Street			Del Parque Shopping (Villa del Parque)			
		Galerías de Arte			Patio Bullrich (Retiro)			
		Mercado de Pulgas			Paseo Alcorta (Palermo)			
		Alto Palermo						
Ferias de Diseño: Puro Diseño, Designers Buenos Aires, el Bafweek y el Festival Internacional de Diseño, entre muchos								
Oferta principal		Shoppings, outlets, calle peatonal, circuitos comerciales al aire libre, ferias y mercados.						
Oferta complementaria		Lugares gastronómicos y de entretenimiento.						
Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)		C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)		
		C5 (Almagro y Boedo)		C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)	C10 (V. Real, Mte. Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V. Luro)
		C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)		C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)	
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda		Frecuencia de viaje		1° vez	2° vez	Viajero frecuente		
		Tiempo de permanencia		Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)	
Mercados meta		Segmentos		Solos	Parejas	Familia	Amigos	
		Nacionales Prioritarios		Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA	
		Internacionales Prioritarios		Brasil	Uru	Chile	USA	

Tabla 12: Matriz Producto Buenos Aires - animate a lo diferente

Fecha de registro/actualización		31/08/2023					
Producto madre		Buenos Aires - animate a lo diferente					
Concepto estratégico	Principales			Amplificadores			
	BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa	
Nivel de desarrollo del producto		Emergente/Potencial					
Subproductos que integra		8.1 Vive la Experiencia de Buenos Aires más allá de sus límites. 8.2 Explora Buenos Aires desde adentro: descubre las experiencias comunitarias en la Ciudad. 8.3 Descubre los barrios porteños menos conocidos de la Ciudad. 8.4 Vive la Ciudad y conecta con los locales a través de voluntariados. 8.5 Explora las raíces de las colectividades en la Ciudad.					
Promesa al visitante		- Experimenta la vida local y las tradiciones menos conocidas. - Conecta con la cultura local y vive experiencias auténticas en los barrios emergentes que solo los locales conocen. - Sumérgete en la vida local y explora la autenticidad de Buenos Aires y los encantos escondidos cerca de la Ciudad.					
		Insumos - Nacional Descubrir nuevos barrios y explorar lugares poco conocidos. Insumos - Internacional Descubrir la autenticidad y cultura local.					
Atractores principales		Barrios de Chacarita (Cementerio de la Chacarita, El Galpón, etc.) Barrio Villa Crespo (Mercat, murales, calle Murillo, outlets, casa Brandon) Barrio Belgrano (Barrio Chino, Belgrano R., etc.) Barrio Caballito (Tranvía Histórico de Buenos Aires, Mercado del Progreso, etc.) Barrio Barracas (Iglesia Santa Felicitas, Ortodoxa Rusa, Palacio Lezama, etc.) Barrio Coghlan (Murales, Centro de Ana Frank, etc.) Barrio Mugica (Ex 31) (Murales, Feria Latina, Club Deportivo EL Campito, canchita de Güemes, Padre Mugica, etc.) Barrio Rodrigo Bueno (Patio Gastronómico, La Vivera, etc.) Teatros <i>under</i> y espacios comunitarios Eventos temáticos de las colectividades Gastronomía y artesanías de las colectividades Atractores metropolitanos:					
Oferta principal		Museos, teatros, restaurantes, cafés, bares, librerías, estancias, pulperías.					
Experiencias destacadas		Voluntariados.					
Impulsores claves		Municipios AMBA, Ajayu, Comunas, Red Argentina de Teatros, AHRCC, Agrupación Xangó, Subsecretaría de Derechos					
Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)		C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)	
		C5 (Almagro y Boedo)		C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)
		C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)		C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda		Frecuencia de viaje		1° vez	2° vez	Viajero frecuente	
		Tiempo de permanencia		Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)
Mercados meta		Segmentos		Solos	Parejas	Familia	Amigos
		Nacionales		Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA
		Prioritarios		Brasil	Uru	Chile	USA
		Internacionales		Brasil	Uru	Chile	USA

Tabla 13: Matriz Producto Buenos Aires - mejora tu bienestar y tu salud

Fecha de registro/actualización		21/07/2023						
Producto madre		Buenos Aires - mejora tu bienestar y salud						
Concepto estratégico		Principales			Amplificadores			
		BA Pasión Creativa	BA Cultura Viva	BA Esencia Diversa	BA Gastronómica	BA Naturaleza urbana	BA Activa	
		✓			✓	✓	✓	
Nivel de desarrollo del producto		Emergente/Potencial						
Subproductos que integra		9.1 Reconecta a través de la práctica de yoga y meditación en la Ciudad. 9.2 Disfruta de los spas y centros de bienestar de la Ciudad. 9.3 Recarga tu energía a través de actividades físicas al aire libre. 9.5 Revitaliza tu salud a través de los mejores centros médicos de la Ciudad.						
Promesa al visitante		- Descubre el bienestar en Buenos Aires a través de las prácticas de yoga y meditación. Hay muchos centros que ofrecen clases de yoga y meditación, así como retiros y talleres. - Revitaliza tu cuerpo en los spa y centros de bienestar de la Ciudad. Los spas ofrecen una amplia gama de servicios, incluyendo masajes, tratamientos faciales, tratamientos corporales, y más. - Mejora tu salud en los centros médicos de excelencia de la Ciudad. Buenos Aires tiene una excelente red de centros médicos que ofrecen una amplia gama de servicios médicos. - Reconecta con actividades físicas en centros especializados y al aire libre en los espacios verdes de la Ciudad.						
		Insumos - Nacional	Se aconseja hacer hincapié en la diversidad de oportunidades de experiencias de bienestar que ofrece la Ciudad.					
		Insumos - Internacional	Se aconseja hacer hincapié en la diversidad de oportunidades de experiencias de bienestar que ofrece la Ciudad y al mismo tiempo, en la calidad de las prestaciones médicas, la diversidad de tratamientos existentes y la competitividad en términos de precios.					
Atractores principales		Fo Guang Shan Argentina Templo		Reserva Ecológica Costanera Sur				
		Centro de Meditación Kadampa		Clínica Bazterrica				
		Ananda Yoga		Instituto Argentino de Diagnóstico y Tratamiento				
		Cielo Spa		Hospital Alemán				
		Vitrum		Fundación Favalaro				
		Zero Gravite		Alexander Fleming				
		Tédelúpulo Beer Spa		Fleni				
		Buenos Aires Life Centre		Clínica Bazterrica				
		Alvear Icon Spa		Instituto Cardiovascular Buenos Aires (ICBA)				
		Spa Faena Hotel		Sanatorio Los Arcos				
		Sacro		Spa & Wellness Center de Palladio Hotel Buenos Aires MGallery				
		Casa Sur Spa		Anafe				
		Secret Spa & Wellness Center		Hierba Buena				
		Spa Belgrano		Casa Munay				
		Mindfulness Buenos Aires		Artemisia Cocina Natural				
		Parque Tres de Febrero		Bio Restaurante				
Oferta principal		Centros de yoga y meditación, centros médicos, spa, restaurantes,						
Oferta complementaria		Tourop operadores especializadas en turismo médico.						
Impulsores claves		Cámara Argentina de Turismo Médico, Federación Argentina de Yoga, AHT,						
Principales comunas donde se desarrolla el producto		C1 (Retiro, S. Nicolás, Pto. Madero, S. Telmo, Montserrat y Constitución)		C2 (Recoleta)	C3 (Balvanera y San Cristóbal)	C4 (La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya)		
		✓		✓	✓	✓		
		C5 (Almagro y Boedo)	C6 (Caballito)	C7 (Flores y Pq. Chacabuco)	C8 (V. Soldati, Riachuelo y Lugano)	C9 (Liniers, Mataderos, Pq. Avellaneda)	C10 (V. Real, Mte. Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsf. y V. Luro)	
		✓						
		C11 (V. Gral. Mitre, V. Devoto, V. del Parque y V. Santa Rita)	C12 (Coghlan, Saavedra, V. Urquiza y V. Pueyrredón)	C13 (Núñez, Belgrano y Colegiales)	C14 (Palermo)	C15 (Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Pq. Chas)		
		✓		✓	✓			
Adecuación del producto al comportamiento de la demanda		Frecuencia de viaje	1° vez	2° vez	Viajero frecuente			
		Tiempo de permanencia	Horas (Exc.)	Mini escapada (2 días y 1 noche)	Escapada (3 días y 2 noches)	Estadía prolongada (+ 7 días)		
Mercados meta		Segmentos	Solos	Parejas	Familia	Amigos	Nicho	
		✓		✓	✓	✓	✓	
		Nacionales Prioritarios	Córdoba	Mendoza	Rosario	Interior PBA		
		Internacionales Prioritarios	Brasil	Uru	Chile	USA		

Turismo
Buenos Aires

5

**Cuadro
estratégico
para la gestión
de la oferta BA**

Turismo Buenos Aires

Si entendemos que el desarrollo turístico de un destino implica un proceso de gestión complejo que opera con variables sobre las que no siempre se tiene el control por parte del organismo de gestión, podemos considerar que la estrategia central para ese desarrollo requiere principalmente de acciones de coordinación y de articulación con los actores claves del sector y de la gestión gubernamental.

En esta línea, y en consonancia con el enfoque y marco conceptual descrito anteriormente, se presenta a continuación el cuadro estratégico

que define las principales líneas de acción a seguir por parte del ENTUR para la implementación del Plan propuesto.

Para esto se consideran 4 ejes estratégicos para los que se definieron sus respectivos objetivos y acciones estratégicas.

Tabla 14: Cuadro estratégico para la gestión de la oferta BA

PRODUCTOS TURÍSTICOS

Ejes estratégicos		Objetivos	Acciones estratégicas
P1	Plataforma de gestión de negocios	1.1 Asociar a los prestadores privados a la estrategia de productos	1.1.1 Convocar a los actores claves para establecer acciones conjuntas para potenciar los productos. 1.1.2 Convocar a prestadores individuales que por sí solos dinamicen uno o más productos para coordinar acciones potenciadoras.
		1.2 Incrementar y mejorar la oferta de servicios asociados a los productos	1.2.1 Generar un sistema de incentivos (fiscales, promocionales, de formación) para prestadores asociados a los productos. 1.2.2 Diseñar e implementar un sistema de mejora continua para prestadores asociados a los productos. 1.2.3 Formular una guía de inversiones orientada al desarrollo de los productos.
		1.3 Potenciar la sinergia entre los prestadores de servicios públicos y privados	1.3.1 Implementar un canal de comunicación permanente con los prestadores asociados a cada producto. 1.3.2 Establecer una agenda de trabajo con los prestadores asociados a cada producto. 1.3.3 Propiciar la combinación de servicios para mejorar la experiencia del turista.



Turismo Buenos Aires

PRODUCTOS TURÍSTICOS

Ejes estratégicos		Objetivos	Acciones estratégicas
P2	Plataforma de gestión promocional	2.1 Posicionar los conceptos estratégicos en los mercados prioritarios	<p>2.1.1 Diseñar e implementar campañas de posicionamiento en los mercados prioritarios basadas en los conceptos estratégicos.</p> <p>2.1.2 Comunicar permanentemente los conceptos estratégicos al sector privado para que actúen como agentes de difusión y posicionamiento.</p> <p>2.1.3 Sostener la comunicación de los conceptos estratégicos en el mediano y largo plazo.</p>
		2.2 Promocionar los productos de forma segmentada de acuerdo con la matriz de productos	<p>2.2.1 Implementar la matriz de productos como herramienta de gestión del ENTUR para el desarrollo y promoción de los productos.</p> <p>2.2.2 Desarrollar una herramienta informática para la gestión de la matriz de productos integrada con un CRM para la gestión promocional y comercial.</p> <p>2.2.3 Revisar periódicamente la definición de mercados prioritarios, estratégicos y potenciales.</p> <p>2.2.4 Establecer un mensaje comunicacional basado en la segmentación de la matriz de productos para cada mercado y cada segmento.</p> <p>2.2.5 Diseñar e implementar campañas promocionales diferenciadas por mercado y segmento.</p> <p>2.2.6 Diseñar un manual de implementación de los conceptos estratégicos y los mensajes comunicacionales por producto dirigido al sector privado para facilitar su integración como agentes de difusión de la estrategia, y para el sector público para alinear mensajes en mercados estratégicos y ordenar el desarrollo de la oferta.</p>
		2.3 Incrementar el alcance comunicacional en redes sociales	<p>2.3.1 Seleccionar y contratar a embajador/es de cada producto.</p> <p>2.3.2 Diseñar e implementar campañas basadas en marketing de influencers por producto (específicas por cada público - no genéricas de turismo).</p>



Turismo Buenos Aires

PRODUCTOS TURÍSTICOS

Ejes estratégicos		Objetivos	Acciones estratégicas
P3	Plataforma de gestión comercial	3.1 Promover la unificación del canal de comunicación y ventas de tickets de los servicios turísticos asociados a los productos	<p>3.1.1 Unificar y ordenar la comunicación de los productos de la Ciudad en un solo sitio web en base a la matriz de productos, con acceso distintivo por cada mercado y segmento (gestión pública).</p> <p>3.1.2 Promover el desarrollo de un canal de venta online de tickets de los servicios de la Ciudad asociados a los productos (gestión privada). Evaluar posibles integraciones con canales existentes.</p>
		3.2 Coordinar los canales comerciales online y offline para lograr mayor visibilidad de los productos de la Ciudad	<p>3.2.1 Identificar los canales de comercialización de los servicios turísticos de la Ciudad.</p> <p>3.2.2 Difundir el uso de los canales de comercialización entre los prestadores asociados a los productos.</p> <p>3.2.3 Implementar acciones cooperadas de promoción con los canales comerciales identificados.</p>
		3.3 Incrementar los vínculos comerciales con los mercados emisores nacionales	<p>3.3.1 Promover la oferta de productos de la Ciudad con las agencias de viajes tradicionales del ámbito nacional.</p> <p>3.3.2 Promover la oferta de productos de la Ciudad en los portales <i>online</i>.</p> <p>3.3.3 Promover la oferta de productos de la Ciudad con las agencias de turismo estudiantil.</p>
		3.4 Sostener e incrementar los vínculos comerciales con los mercados emisores internacionales	<p>3.4.1 Coordinar con el Visit BA las acciones promocionales y la generación de vínculos comerciales con los operadores del exterior.</p>
P4	Plataforma de gestión pública (coordinación interministerial)	4.1 Mejorar la experiencia pre y post arribo/partida de turistas a las terminales de transporte terrestre	<p>4.1.1 Habilitar paradas rápidas para los servicios de transporte terrestre de larga distancia.</p> <p>4.1.2 Adecuar la infraestructura de las terminales de transporte terrestre de larga distancia. Especialmente la terminal de Retiro (competencia de Nación) y su entorno.</p> <p>4.1.3 Habilitar servicios de transporte entre las terminales y los principales puntos de la Ciudad.</p>



Turismo Buenos Aires

PRODUCTOS TURÍSTICOS

Ejes estratégicos		Objetivos	Acciones estratégicas
P4	Plataforma de gestión pública (coordinación interministerial)	4.2 Mejorar la experiencia pre y post de arribo/partida de turistas en el Aeroparque Jorge Newbery	4.2.1 Habilitar servicios de transporte entre las terminales y los principales puntos de la Ciudad.
		4.3 Potenciar la comunicación de la oferta cultural, de espectáculos y deportiva	4.3.1 Definir una agenda de trabajo coordinada con el Ministerio de Cultura de la Ciudad. 4.3.2 Definir una agenda de trabajo coordinada con la Secretaría de Deportes, dependiente del Ministerio de Desarrollo Económico y Producción. 4.3.3 Potenciar la promoción de las actividades culturales y de espectáculos de la Ciudad.
		4.4 Lograr mayor visualización de la oferta gastronómica de la Ciudad	4.4.1 Identificar y definir los perfiles gastronómicos de la Ciudad y formular un catálogo de opciones. 4.4.2 Establecer un canal de comunicación particular para la gastronomía de la Ciudad, donde se publiquen los perfiles gastronómicos del catálogo. 4.4.3 Generar un proceso de actualización de la oferta gastronómica para mantener la comunicación a los turistas, pero también a los residentes (gestión privada).
		4.5 Contar con información estratégica para potenciar el desarrollo de los mercados turísticos	4.5.1 Continuar potenciando el sistema de Inteligencia Turística de la Ciudad con nuevos estudios de demanda y operativos estadísticos, atendiendo especialmente a segmentos especializados, como ser Turismo Médico, Educativo, MICE, Nómades Digitales y Alta Gama; y productos en crecimiento, como el Turismo Gastronómico y Deportivo. 4.5.2 Integrar los observatorios de Turismo y Cultura para potenciar el desarrollo turístico.



Turismo Buenos Aires

PRODUCTOS TURÍSTICOS

Ejes estratégicos		Objetivos	Acciones estratégicas
P4	Plataforma de gestión pública (coordinación interministerial)	4.6 Lograr mayor difusión de la naturaleza urbana como atributo de la Ciudad	4.6.1 Definir una agenda de trabajo con la Secretaría de Ambiente para diseñar una estrategia de comunicación de las cualidades naturales que potencian la experiencia turística.
		4.7 Mejorar las condiciones de infraestructura y acceso a los productos turísticos de la Ciudad	4.7.1 Definir una agenda y un proceso de trabajo continuo con la Subsecretaría de Mantenimiento del Espacio Público, así como, en el caso de las áreas naturales protegidas, con la Secretaría de Ambiente.

Fuente: ENTUR, 2023.



Tabla 15: Cuadro estratégico para la gestión de la oferta especializada BA

SEGMENTOS ESPECIALIZADOS

Segmento		Promotor	Objetivo	Acciones estratégicas
S1	Alta Gama	Visit BA (con foco en turismo internacional)	A) Lograr diferenciación y posicionamiento de la Ciudad de Buenos Aires agregando valor a la propuesta de estos segmentos especializados.	1.1 Facilitar a los prestadores de servicios el acceso y diseño de experiencias de alta gama basado en los productos definidos.
S2	MICE			2.1 Consensuar con el Buenos Aires Bureau la conformación de un equipo de Relaciones Públicas enfocado en la captación de eventos.
S3	Turismo Médico			3.1 Consensuar con los proveedores de servicios médicos una estrategia de promoción de la Ciudad para este segmento.
S4	Turismo Educativo	Programa Study	B) Profundizar la estrategia de promoción integrada de la Secretaría General.	4.1 Consensuar una estrategia de promoción con el Programa Study dependiente de la Secretaría General y Relaciones Internacionales, con foco primario en la oferta educativa y secundario en la oferta turística.
S5	Nómades digitales	Programa Nómades digitales		5.1 Integrar una estrategia de promoción con el Programa "Nómades Digitales" dependiente de la Secretaría General y Relaciones Internacionales para comunicar los incentivos para posicionar a la Ciudad como un destino ideal para nómades digitales.

Fuente: ENTUR, 2023.



6

**Decálogo de
implementación**

Turismo Buenos Aires

Con el objetivo de maximizar las capacidades de gestión para la implementación del Plan, se proponen las siguientes recomendaciones:

»1

El Plan presenta una estrategia flexible y adaptable a los escenarios dinámicos y cambiantes que el contexto y los mercados proponen en diferentes ciclos. Por lo tanto, su implementación requiere de un ejercicio permanente de revisión basado en información estratégica. La premisa debe ser la adaptación como fundamento y el Plan como una herramienta dinámica.

»2

La articulación con las cámaras, federaciones, empresas del sector y los prestadores de servicios resulta central para aunar esfuerzos en el posicionamiento de los conceptos estratégicos que representan a la Ciudad y para la alienación con sus productos. Esto requiere de un trabajo permanente de gestión público-privada para comunicar y sostener los componentes comunicacionales y la transmisión de sus atributos a los públicos objetivos.

Se recomienda la producción de manuales, guías y piezas de promoción de los productos de la Ciudad dirigidas al sector privado.

»3

La Ciudad de Buenos Aires cuenta con una oferta turística rica y extensa. El énfasis en el desarrollo debe estar puesto en la calidad más que en la cantidad.

En el contexto actual, es más eficiente destinar una porción mayor del esfuerzo al incremento de los estándares de servicio que a la incorporación de oferta nueva.

»4

El resultado de la experiencia de los visitantes de la Ciudad posee un componente de gestión privada y otro de gestión pública.

Del primero son responsables las empresas y los prestadores que proveen servicios de alojamiento, gastronomía, excursiones, espectáculos, etc. En el caso del segundo, la responsabilidad recae sobre un complejo entramado de organismos de gestión pública responsables de la infraestructura de servicios de transporte, la seguridad, la limpieza, las facilidades de acceso, entre otros. Este componente público es determinante en la experiencia turística y requiere de un trabajo dinámico y coordinado, en el ámbito de una mesa de diálogo entre el Ente de Turismo de Buenos Aires y el resto de los organismos de gestión que controlan esas variables claves que tanto aportan a la satisfacción de los visitantes.



Turismo Buenos Aires

»5

La comunicación de los productos de la Ciudad debe basar su estrategia en simplificar el entendimiento de su oferta extensa y diversa. Además, es recomendable unificar el canal de comunicación y evitar la dispersión de información atomizada.

»6

Las principales ciudades turísticas del mundo han unificado un canal de comercialización de sus principales atracciones y servicios.

Esto facilita el acceso a la información y a la compra anticipada de *tickets*, pases y entradas. Dada la dificultad que los organismos públicos tienen para el desarrollo de estas herramientas comerciales, se sugiere delegarla al sector privado.

»7

La oferta cultural, los espectáculos y los eventos deportivos son pilares de la oferta turística de la Ciudad. Es trascendental la articulación con los organismos de gestión que promueven y controlan esta oferta para diseñar políticas conjuntas de desarrollo.

»8

El segmento de Alta Gama, MICE, Nómades Digitales, Turismo Educativo y Médico requieren un abordaje particular. Por tanto, la formulación de planes de desarrollo de oferta y análisis de mercado particulares a estos tipos de segmentos podrían contribuir a identificar los atributos más distintivos que hacen a la oferta turística de la Ciudad competitiva frente a otros destinos regionales e internacionales.

»9

La gastronomía representa un atributo central de la Ciudad de Buenos Aires y es responsable de uno de los principales ingresos económicos entre lo producido por las principales ramas de la actividad. Por lo tanto, requiere de una mirada especial por parte de la gestión del Ente de Turismo de Buenos Aires, en articulación con la Subsecretaría de Políticas Gastronómicas, para potenciar su desarrollo y sostener los estándares de servicio.

»10

El Río de la Plata posee hoy una escasa consideración en la oferta turística de la Ciudad. Podría integrarse con otros servicios para conformar productos combinados que potencien su inclusión.





Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
Ente de Turismo. *Plan de desarrollo y
gestión estratégica de la oferta turística de
la Ciudad de Buenos Aires.* Ciudad Autóno-
ma de Buenos Aires: Gobierno de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires. Ente de Turis-
mo, 2023