

ARGENTINA



"a l l s e n s e s"

Problema

Argentina perdió participación de mercado en el turismo internacional como destino con fines recreacionales o de vacaciones. Hay un déficit en la balanza comercial en esta materia. La demanda turística se encuentra estancada desde el 2011 y decreciendo, ha quedado sesgada a mercados de turistas de bajos gastos por estadía y provenientes de países limítrofes mayoritariamente.

¿A cuál de los desafíos refiere?

"Más extranjeros viajando por Argentina"

¿Quién?

¿Para quienes es un problema o necesidad?

Para el Estado Argentino fundamentalmente.

Y para los turistas extranjeros que manifiestan no tener información turística de primera mano, que los seduzcan a visitar nuestro país

Perfiles de usuario

Turistas extranjeros, de poder adquisitivo medio, medio alto y alto; que viajan asiduamente por placer, en búsqueda de vivir nuevas experiencias en países diversos

¿Qué?

¿Qué propongo para resolverlo?

A través de eventos promocionales "*all senses*" (con degustaciones, música, bailes, tour virtual, información turística, concursos, participación activa de los asistentes, interacción para relevamiento de datos), a desarrollarse en las ciudades más importantes del mundo (elegidas por su receptividad turística y su potencialidad de turismo emisor), ayudamos de modo innovador a que turistas extranjeros descubran, visiten y recomienden nuestro país

¿Qué lo vuelve innovador?

- "Salimos" a conquistar en forma "directa" (cara a cara) al turista objetivo, en lugares estratégicos, a través de acciones promocionales de menor costo, mediante una "experiencia sensorial" completa
- Buscamos incrementar el turismo de calidad con un programa complementario y efectivo,
- Utilizamos todos los medios y redes online para multiplicar el efecto de las acciones a llevar
- Orientamos la oferta turística hacia lo que actualmente demanda un turista de calidad
- Generamos oportunidades para argentinos residentes en el exterior, que brindarán su conocimiento respecto de los lugares de destino
- Interacción necesaria entre lo público y privado para el logro de los objetivos

¿Cómo?

¿Cómo lo voy a implementar?

Se desarrollará un evento mensual en una ciudad elegida estratégicamente (según cronograma), el que será transmitido en vivo y difundido desde su preparación, por las redes sociales más importantes, a fin de ampliar la llegada al público objetivo de modo convocatorio y de recordación.

También podrá llevarse a cabo acciones en otros eventos institucionales (ferias, embajadas, etc.) que realice Argentina en el exterior.

Todo esto se llevará a cabo a través del trabajo permanente del equipo y la participación remuneradas de argentinos residentes en dichas ciudades.

¿Cuál es el grado de avance?

- Hay un plan estratégico de donde llevarse adelante el programa
- Están los recursos humanos necesarios (equipo)
- Tenemos la base de colaboradores residentes en el exterior
- Contamos con el apoyo de posibles sponsors
- Se ha testeado positivamente ante turistas extranjeros el interés en eventos de este tipo y su efecto de generar atracción para visitar Argentina

¿Cuánto?

COSTOS

- FIJOS: remuneración mensual (coordinadores y equipo permanente)
- VARIABLES: *por evento / hora (asist. turísticos, cocineros, bailarines, músicos, sommeliers, fotógrafos, filmadores, traductores –residentes en país donde se lleve a cabo cada evento)
 - * pasajes y estadía para equipo permanente
 - * alquiler food truck o stand + enseres + equipo tecnológico
 - * materia prima alimentos/bebidas

INGRESOS

- DIRECTOS: patrocinadores / sponsors / comisión por venta de paquetes turísticos / canje publicitario
- INDIRECTOS: ingreso de divisas / posibilidad de inversiones extranjeras / mayores exportaciones / generación de trabajo interno y externo / aumento de ventas internas