

Tendencias en turismo rural: El caso del cicloturismo en la provincia de Buenos Aires

Fernando Mogni, Silvana Piro y Hernán Palau¹

RESUMEN

El cicloturismo, entendido como una modalidad de turismo que combina la actividad del ciclismo con el disfrute de paisajes y culturas locales, ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, motivado por el creciente interés en el turismo sustentable y las actividades al aire libre. El presente informe analiza el fenómeno y sus oportunidades de crecimiento a partir de estrategias y tácticas planteadas para la generación de una propuesta de valor para el turista. Se proponen recomendaciones para mejorar la infraestructura, la promoción y la sostenibilidad de la actividad.

INTRODUCCIÓN

El ciclismo ha emergido como una de las tendencias más fuertes en el turismo, alineándose con las nuevas demandas de viajeros que buscan experiencias más saludables, sostenibles y cercanas a la naturaleza. Este tipo de turismo, conocido como cicloturismo, está ganando popularidad a nivel mundial debido a varios factores que responden a un cambio en la mentalidad de los turistas. El Ministerio de Turismo y Transporte de la Nación muestra esta tendencia como una realidad cada vez más importante, sobre todo para regiones turísticas que combinan la naturaleza con el esparcimiento² (Jefatura de Gabinete de Ministros, 2022).

En primer lugar, el ciclismo permite a los viajeros conectarse de manera más íntima con los paisajes y las culturas locales. Las rutas de ciclistas ofrecen una inmersión en el entorno natural y rural, que los viajes en coche o en tren no pueden proporcionar. En destinos rurales o de gran belleza paisajística, el cicloturismo permite explorar de forma pausada y auténtica.

Además, las tendencias de sostenibilidad en el turismo también han impulsado el interés por el ciclismo³ (Mater Sustentable, 2024). Con la creciente conciencia sobre el impacto ambiental de los viajes, muchos turistas optan por medios de transporte que generen menos emisiones de carbono. En este contexto, el ciclismo ofrece una alternativa ecológica, permitiendo reducir la huella de carbono mientras se disfruta del aire libre y se contribuye al turismo responsable.

Otro aspecto es el bienestar físico y mental asociado al ciclismo. Muchos viajeros lo ven como una manera de mantener un estilo de vida activo durante sus vacaciones. Ya sea que se trate de un paseo

¹ Adaptación del trabajo de monografía realizada por alumnas Chaile, Anahi; Gerez, Gabriela; Rivara, Abril; Villarroel, Martina del curso de Comercialización de la carrera de Tecnicatura de Turismo Rural de la FAUBA de 2024.

² <https://www.argentina.gob.ar/noticias/nueva-propuesta-formativa-introduccion-al-cicloturismo>

³ <https://grupo.matersustentable.com.ar/turismo-en-bicicleta/>

relajado por una ruta costera o un desafiante recorrido por montañas, el ciclismo aporta beneficios físicos, mejorando la salud cardiovascular y el estado de ánimo.

El cicloturismo también fomenta el crecimiento económico de las comunidades locales, ya que los ciclistas tienden a detenerse con más frecuencia en pequeños pueblos, comercios y alojamientos que no siempre son los más visitados por el turismo tradicional. Así, se promueve un modelo de turismo más inclusivo y descentralizado.

En términos de infraestructura, cada vez más destinos turísticos invierten en rutas ciclistas seguras, con señalización adecuada y servicios complementarios como alquiler de bicicletas, estaciones de carga para bicicletas eléctricas, y alojamientos bike-friendly. En la Argentina observamos un sinnúmero de iniciativas de turismo y ciclismo, tanto en la provincia de Córdoba, en Buenos Aires, Río Negro y en Mendoza por mencionar algunas⁴ (Extreme Bike, s.f.).

Actualmente hay varios grupos existentes en la provincia de Buenos Aires que recorren en bicicleta pueblos rurales, en la búsqueda de paisajes, actividades colectivas y conexión con la naturaleza. En algunas oportunidades, se complementan con el tren, medio de transporte que les permite subir el propio y acortar distancias para poder recorrer más. Cuando las distancias son más largas o los recorridos más arriesgados, se presenta la necesidad de productos o servicios adicionales que funcionen de soporte para esta nueva modalidad de Turismo Rural.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar las tendencias del cicloturismo visualizando algunos casos de la provincia de Buenos Aires y presentar una propuesta de valor replicable en otros destinos rurales.

2

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología aplicada para la elaboración de este informe tiene distintos orígenes. Por un lado se difundió una encuesta a través de Google forms en el ámbito de la Facultad de Agronomía y en grupos de cicloturistas obteniéndose 106 respuestas (encuesta elaborada entre mayo y junio 2024). Por otra parte, se consultaron sitios web que aportaron información secundaria sobre la actividad.

Para poder evaluar el sector, se realizó un Diamante de Porter (Porter, 1982), lo que permitió hacer un análisis de los factores básicos, generales, avanzados y especializados como así también las condiciones de la demanda, la estructura y rivalidad de las empresas del sector y los sectores conexos y de apoyo. De acuerdo a este análisis, se procedió a la realización de una matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) con el fin de identificar los factores clave que pueden influir en el éxito o fracaso de este caso de estudio.

Finalmente, a modo de estrategia, se procedió a proponer segmentación, aspecto diferenciador y posicionamiento para la actividad en estudio, completando el informe con la propuesta de valor ofrecida. El abordaje incluyó por tanto el desarrollo de un plan de marketing estratégico y operativo (en base a Kotler y Keller, 2006; Kotler et al., 2011).

RESULTADOS

Del análisis de las respuestas brindadas en el formulario Google forms pudo verificarse que:

4

<https://extremebike.com.ar/ranking-5-destinos-para-hacer-cicloturismo-en-argentina/?srsltid=AfmBOooPcrMhpx6rhhN8vIwWDE9SUs13IL-BeYhjsTGZLOIBptkYd3PN>

- Los encuestados son en partes iguales hombres y mujeres,
- Si bien la actividad del cicloturismo es transversal a todas las edades el mayor interés se observó en personas comprendidos entre los 26 y 60 años,
- Ante la posibilidad del uso de la bicicleta para conocer lugares un 58,8% de las personas han respondido sí o tal vez,
- Es bajo el porcentaje de respuestas negativas en cuanto al conocimiento de la existencia de la actividad, y una ausencia de respuestas de desinterés. Lo que marca la presencia creciente de la actividad en el mercado y su potencialidad de desarrollo,
- De las personas que suelen hacer turismo en bicicleta, un 70,6% lo hacen en grupo de ciclistas o con amigos,
- El 97,2% de las personas reconoce que la actividad no contamina, es económica y es un importante aporte como actividad física,
- Un 37,8% del total consultado ha iniciado en la actividad del cicloturismo con posterioridad a la pandemia,
- De las personas que practican cicloturismo, la elección del grupo de ciclistas depende en un 54% por cercanía al domicilio, un 33,3% de los lugares que visitan y un 12,7% por trayectoria y popularidad del grupo,
- Las personas que llegaron a integrarse a un grupo de cicloturismo, un 47,5% lo descubrió por redes sociales y un 21,3% por un conocido que lo invitó a participar de la actividad,
- Las principales motivaciones para hacer cicloturismo fueron realizar actividad física, conocer personas y conocer lugares del interior del conurbano y pueblos rurales,
- el 79,4% de las personas manifiestan que no tienen ningún costo monetario para tener derecho a participar de las salidas grupales,
- El 49,2% manifiesta que el cicloturismo aumentó su red de amistades y valora eso,
- Ante la pregunta sobre lo que esperan encontrar en los lugares que visitan se destacan la interacción con la naturaleza, ver lindos paisajes y conocer caminos rurales,
- Los ciclistas manifiestan la necesidad de más ciclovías, baños públicos y unidades sanitarias,
- El 77,3% de las respuestas manifiestan que usarían el tren para acercarse a destinos más alejados,
- El 59,1% de las personas manifiesta una duración entre 4 y 10 horas en sus salidas, mientras que un 34,8% lo hacen entre 1 y 3 horas,
- Ante las necesidades insatisfechas que los encuestados manifiestan un 37,9% responde ciclovías, un 30,3% responde baños públicos y un 18,2% unidades sanitarias,
- Ante la pregunta sobre destinos más votados en la provincia de Buenos Aires, se encuentran los túneles de camino a Espora (Mercedes), la localidad de Lobos y Paraná de las Palmas.

De la exploración de opiniones a partir de la encuesta se desprende que personas en edad adulta, sin distinción de género reconocen la existencia y los beneficios de la actividad. La práctica es preferida en grupos de ciclistas o de amigos que les permite interactuar con la naturaleza y el entorno rural. Se ha detectado también la necesidad de más ciclovías, baños públicos y unidades sanitarias. El tren complementa la actividad permitiendo acercar a los ciclistas a destinos más alejados.

De la aplicación del Diamante de Porter al sector pueden desprenderse las siguientes consideraciones:

1. En cuanto a la dotación de factores:

- **Infraestructura:** calidad de las rutas ciclísticas, caminos rurales, senderos y señalización específica para cicloturismo. Disponibilidad de alojamientos para ciclistas y servicios complementarios (mecánica, alquiler de bicicletas). En la provincia de Buenos Aires, si bien algunas localidades más desarrolladas, como Vicente López, Zárate, Tigre, Villa Gesell, y Miramar, Chascomús, cuentan con ciclovías en sus paseos costeros. La cantidad es poco relevante teniendo en cuenta que la provincia de Buenos Aires cuenta con 135 municipios. Con respecto a sitios gratuitos disponibles para la reparación de bicicletas, son pocas las localidades que cuentan con ese servicio. Los locales de renta de bicicletas suelen verse en zonas de paseos costeros.
- **Recursos Humanos:** disponibilidad de guías especializados en cicloturismo, expertos en rutas y conocimientos locales sobre la cultura y geografía. Si bien existen cantidad de guías de ciclismo (por ejemplo, los capitanes que coordinan los grupos), la mayoría lo hace de manera improvisada, sin capacitación técnica. Los aficionados a esta práctica comparten conocimientos y rutas entre ellos. Han surgido algunos personajes (*influencers*) que se promocionan por redes y se han hecho conocidos entre los cicloturistas. Estos ofrecen sus servicios de guía de manera rentada y pueden llegar a tener el auspicio de grandes marcas. Un ejemplo de ello es la cuenta de @ojos_de_guia, generador de contenido, quien posee conocimientos de la geografía y cultura del lugar donde realizará la guiada. Atrae a su público promocionando videos y fotos del lugar.
- **Recursos naturales de la provincia de Buenos Aires:** paisajes atractivos, biodiversidad, zonas rurales poco transitadas, áreas protegidas, parques nacionales y climas adecuados para la práctica de ciclismo.

2. En cuanto a las condiciones de la demanda:

Se detecta creciente interés en el turismo de aventura y el turismo sostenible. Las personas buscan experiencias al aire libre, eco-amigables y que combinen deporte y naturaleza. Esta modalidad de turismo se replica a nivel global con ciclistas internacionales que buscan destinos únicos. Los ciclistas buscan experiencias seguras, productos que integren la gastronomía y la cultura local.

3. Industrias relacionadas y de apoyo:

La presencia de industrias complementarias que puedan apoyar el crecimiento del cicloturismo es clave en este modelo.

- **Alojamiento y gastronomía:** hoteles, hostales, campings, y restaurantes que ofrezcan servicios a ciclistas, como espacios para guardar bicicletas y menús energéticos. Al considerarse la posibilidad de alojamiento, debe tenerse en cuenta que se está ante un segmento de mercado poco exigente en cuanto a comodidades. Los ciclistas se adaptan a la modalidad de camping, cabañas y casas. Muchos de ellos no encuentran dificultad al momento de compartir espacios. La mayoría no cuenta con sitios específicos para dejar las bicicletas de manera segura, se improvisan en sectores amplios para que los vehículos queden a resguardo. En el caso de los

campings, se los ingresa a algún sector techado donde se los asegura con lingas y candados, dependiendo de la peligrosidad del lugar. Con respecto a las opciones gastronómicas, no se observan en la actualidad muchas ofertas de menús específicos para estos grupos. No obstante, comienzan a destacarse iniciativas en las zonas costeras, con ofertas en desayunos, y almuerzos saludables.

- Empresas de transporte, servicios de transporte que faciliten el traslado de bicicletas o ciclistas a puntos de inicio o fin de rutas. La opción primaria para acercarse a los destinos es el tren. La mayoría de ellos, cuenta con el sector específico de furgón. Esta modalidad es la más elegida por su rapidez y bajo costo, Suelen verse saturados los servicios en horarios pico. Muchos de los que eligen moverse en vehículos particulares, coordinan puntos de encuentro y comparten gastos. Por último, no es muy común el traslado de pasajeros y bicicletas en combis y micros
- Fabricantes y tiendas de bicicletas: la existencia de negocios que vendan, alquile o reparen bicicletas. Toda la provincia de Buenos Aires cuenta con lugares donde venden y reparan bicicletas.
- Tecnología y apps. Colaboración con aplicaciones especializadas (Komoot, Strava, Google Maps) que ayuden a los ciclistas a planificar rutas, seguir trayectos o compartir experiencias. Todas las personas que realizan guiadas de ciclismo utilizan alguna de estas aplicaciones para gestionar sus excursiones, se pueden descargar los mapas previamente para el caso de no contar con servicio de internet.

4. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas:

En este apartado se analiza cómo se organiza el sector del cicloturismo y la competencia existente.

- Estrategias de diferenciación: las empresas de cicloturismo suelen buscar diferenciarse por la calidad de sus recorridos, la oferta de experiencias personalizadas, y la integración con la cultura local (visitas a bodegas, pueblos históricos, reservas naturales).
- Competencia: la rivalidad entre operadores de cicloturismo puede elevar la calidad del servicio. Las empresas deben innovar para ofrecer rutas nuevas, mejorar la atención al cliente y ofrecer servicios complementarios como guías expertos, soporte mecánico o experiencias gourmet.
- Cooperación entre empresas: en muchos casos, se pueden generar alianzas estratégicas entre distintos actores del sector (hoteles, agencias de viajes, operadores de actividades) para potenciar la oferta de cicloturismo y alcanzar un mayor mercado.

5. Factores externos o gobierno (elemento adicional en el diamante extendido):

El gobierno y otros factores externos también juegan un papel clave en el desarrollo del sector.

- Políticas gubernamentales: inversiones en infraestructura ciclista (carriles bici, mantenimiento de rutas, seguridad) y promoción del cicloturismo como parte de la oferta turística del país o región.
- Normativas: regulaciones relacionadas con el uso de áreas protegidas, sostenibilidad y permisos para operar rutas de cicloturismo en espacios naturales.
- Promoción turística: apoyo a la promoción internacional del cicloturismo mediante campañas

o asociaciones con operadores de viajes internacionales.

Análisis FODA del cicloturismo

Fortalezas

- Bajo impacto ambiental
- Actividad beneficiosa para la salud
- Se adapta a distintos tipos de camino y trayectos
- Posibilidad de conocer lugares de difícil acceso con otros medios de transporte (beneficia a zonas rurales poco conocidas)
- Genera lazos de amistad
- No tiene límites de edad, género o condición social

Debilidades

- Riesgo de accidentes en carreteras
- Algunos ciclistas no respetan normas de tránsito
- Algunas reservas no permiten el ingreso con bicicletas
- Pocos lugares de aparcamientos en sitios de interés

Oportunidades

- Las comunidades locales están abiertas a esta nueva tendencia. Son hospitalarios
- Posibilidad de acceder a trenes con la bicicleta
- Interés por actividades saludables y al aire libre
- Aplicaciones e innovación tecnológica para conocer destinos
- Posibilidad de divulgación en redes sociales destinos poco conocidos por mucha gente

Amenazas

- Poca gestión provincial para asegurar una circulación con menos riesgos
- Clima
- Modo de conducir de los automovilistas
- Potenciales hechos delictivos
- Recorte en el servicio de trenes
- Falta de iluminación
- Mal estado de caminos/carreteras

MARKETING ESTRATÉGICO

SEGMENTACIÓN

Las segmentaciones propuestas son múltiples y varían de acuerdo a distintos factores que pueden ser demográficos, conductuales, psicográficos, etc. Algunas de las segmentaciones propuestas son por:

- a) Nivel de experiencia: novatos, intermedios o cicloturistas avanzados
- b) Nivel de exigencia física: con nivel de dificultad alto, medio o bajo

- c) Lealtad al destino o rutas específicas: preferencias por determinados destinos
- d) Preferencia en servicios ofrecidos: aquellos que prefieren experiencias con todo incluido o prefieren planificar por sí solos
- e) Preferencia en la duración del viaje: cortos de un día o de larga distancia
- f) Rango etario: grupos de jóvenes, adultos o adultos mayores

DIFERENCIACIÓN

La diferenciación del cicloturismo con respecto a otras modalidades de turismo es la conexión directa del entorno natural con la actividad física, la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente a través del uso de la bicicleta como medio de transporte permite recorrer diferentes territorios rurales a bajo costo y proporcionando beneficios para la salud.

POSICIONAMIENTO

Se pretende posicionar a esta modalidad de turismo como una actividad acorde a las nuevas tendencias de valoración de la actividad física, de los recursos naturales y del cuidado del medio ambiente combinados con el bajo costo que tiene su práctica.

A modo de ejemplo se presentan slogans que colaborarían en su posicionamiento:

- Dos ruedas para recorrer, descubrir y visitar
- Dos ruedas para descubrir emociones
- Dos ruedas y mil destinos para conocer

MARKETING TÁCTICO

PRODUCTO

La propuesta de valor ofrecida consiste en mejorar los destinos elegidos por los cicloturistas, incorporando o mejorando:

- Puntos gratuitos para reparación de bicicletas: se propone replicar modelo existente en la localidad de Puerto Madryn en donde funcionan con energía solar, y cuentan con distintas herramientas e instrumentos para reparar bicicletas. Tienen soportes para colgar la bicicleta y poder controlar y mejorar la presión de los neumáticos, además de reparar pinchaduras y otras tareas menores. En esta Ciudad, el usuario puede hacer uso del espacio, sin costo y durante todo el día.
- Mejora de las condiciones de seguridad: implementar medidas para mejorar la seguridad de los ciclistas, como instalación de cámaras de vigilancia en rutas populares, mejoras en iluminación en áreas de cicloturismo y la sensibilización sobre la importancia de respetar las normas de tránsito.
- Establecimientos de puntos de información para cicloturistas: crear puntos de información turística específico para ciclistas, donde puedan obtener mapas, recomendaciones de rutas, información sobre alquiler de bicicletas y servicios mecánicos, así también como consejos de seguridad.
- Proponer la implementación de normas IRAM-SECTUR 42530: Si se aplican los principios de esta norma, las organizaciones pueden identificar oportunidades de mejoras que produzcan

un sistema de gestión altamente eficaz, de gran beneficio para la organización y para sus clientes. Estos beneficios permitirán obtener resultados para el control del desarrollo de todos sus procesos, contribuyendo a que la misma sea rentable y sustentable en el tiempo.

PRECIO

Sin dejar de considerar que siempre el precio es el que el turista está a dispuesto a pagar por la actividad que quiera realizar no pueden dejar de considerarse los costos de:

- Equipamiento: bicicletas, cascos, accesorios (considerar costo de compra, mantenimiento y reposición)
- Guías: retribución mensual, semanal o diaria de acuerdo a nivel de experiencia
- Transporte de bicicletas o de participantes
- Logística o cualquier costo relacionado con la actividad
- Comidas o refrigerios (de ser ofrecidos)
- Promoción y gestión de reservas

PUNTO DE VENTA

Pueden ser varios los canales adecuados para llegar al público objetivo:

- Airbnb experiencias
- Agencias de viajes locales u online (Online Travel Agency, OTAS, por sus siglas en inglés)
- Redes sociales
- Sitios web propios

PROMOCIÓN

- Folletería en centros emisores y oficinas de turismo
- Ferias de turismo
- Eventos deportivos
- Centros de información turística
- Aplicaciones especializadas
- Redes sociales
- Sitios web propios

CONCLUSIONES

Se pudo verificar en el presente estudio que la práctica del cicloturismo es tendencia actual y que la pandemia significó un punto de inflexión en la elección de actividades de esparcimiento. Las personas eligen las actividades al aire libre y en entornos naturales, por sobre las demás, encontrando en el cicloturismo una experiencia vivencial con múltiples beneficios. Esta se adapta a las distintas condiciones físicas de las personas, y no requiere de grandes inversiones para su práctica. Al mismo tiempo es amigable con la naturaleza, fomenta la actividad física, mejora salud y el estado emocional. También genera vida social, y nuevas amistades. Sintetizando, su práctica es tendencia y existen necesidades desatendidas.

Por todo lo expuesto, del presente trabajo se desprende que existe la posibilidad de mejora para el sector con la aplicación de estrategias y tácticas adecuadas. El aprovechamiento de la extensión de

tierras con las que cuenta el territorio para esta actividad fomentaría el crecimiento y desarrollo de los pueblos rurales que resultan ser los destinos predilectos por los aficionados. El cicloturismo puede convertirse en un motor clave para mejoras para el sector gastronómico, productos regionales, artesanías locales con posibilidad de pernocte.

Se destaca la importancia de generar más infraestructura y mejores condiciones de seguridad para los cicloturistas. Este hecho generaría mayor demanda con el consecuente aumento de beneficios para el sector privado que retornaría a modo de impuestos a los municipios recuperando de este modo, todo o parte de la inversión realizada.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Extreme Bike (2024). RANKING: 5 DESTINOS PARA HACER CICLOTURISMO EN ARGENTINA. Disponible en: https://extremebike.com.ar/ranking-5-destinos-para-hacer-cicloturismo-en-argentina/?srsltid=AfmBOoo7xoivFB_grrTXARPLjoevokXUyY1la15q8klrbfM1eHD_XGyR

Jefatura de Gabinete de Ministros (2022). NUEVA PROPUESTA FORMATIVA: INTRODUCCIÓN AL CICLOTURISMO. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/nueva-propuesta-formativa-introduccion-al-cicloturismo>

Mater Sustentable (2024). TURISMO EN BICICLETA POR ARGENTINA. Disponible en: <https://grupo.matersustentable.com.ar/turismo-en-bicicleta/>

Porter, M. (1982). ESTRATEGIA COMPETITIVA. *“Técnicas para el análisis de los sectores industriales”*. Trigésima octava reimpresión, Grupo Editorial Patria.

Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García de Madariaga, J. y Flores Zamora, J. (2011). MARKETING TURÍSTICO. Quinta edición. Editorial Pearson Educación, S.A.

Kotler, P., y Keller, K. (2006). DIRECCIÓN DE MARKETING. Décimo segunda edición. Editorial Pearson Educación.