

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

Agencia de Viajes – Once in a Lifetime

Autor/es:

Bellina Zeña, Georgina Beatriz – LU: 1103633

Bernao, Daniela – LU: 1103205

Cosentino, Bianca Ayelen – LU: 1102438

Mascaró Martínez, Marianela – LU: 11011966

Penacino Garat, Agustina – LU: 1101531

Carrera:

Licenciatura en Turismo y Hotelería

Tutor:

Lic. Nicita, Analía Karina

Lic. Cherkasky, Julián

Año: 2021



*Experiencias únicas
para momentos únicos*

Resumen

La elección de este trabajo constó de un fuerte análisis del mercado, el cual nos llevó a uno que se encuentra en sobresaliente crecimiento, el de los jóvenes.

El proyecto consta de la conformación de una empresa de viajes y turismo llamada “Once in a Lifetime S.R.L”, situada en el barrio de San Nicolás en CABA. Cuenta con paquetes para quienes quieran comprender en primera persona los conocimientos que obtuvieron a lo largo de sus años de carrera. Es por eso que los paquetes están ligados a algunas carreras que comúnmente existen. Los paquetes son: Arquitectura e Ingeniería, Bellas Artes, Ciencias Ambientales, Idiomas, y por último, Turismo, Hotelería y Gastronomía. Para la elección de los destinos realizamos una investigación y selección de aquellas ciudades con los atractivos y actividades que mejor las simbolizan. Los países que se visitarán son España, Francia, Reino Unido, Países Bajos, Alemania, Italia y Grecia.

Con respecto al contexto actual podemos decir que es un tanto desfavorable, debido a que, por un lado, el COVID-19 aún sigue vigente y el futuro es incierto para la actividad turística. Por otro lado, la situación económica del país también genera cierta inestabilidad, debido al aumento imprevisible del porcentaje de inflación y las inesperadas medidas impuestas por el gobierno. Sin embargo, ante esta incertidumbre, según encuestas mencionadas en el trabajo, hay un gran porcentaje de personas que aun así se animarían a viajar; esa mayoría son los jóvenes.

Para la comunicación y difusión de nuestra empresa y sus servicios, se tuvieron en cuenta sobre todo el internet y las redes sociales, con la creación de una página web, Instagram y Tik Tok, así como aplicando ciertas estrategias de difusión.

Abstract

The choosing of this project consisted of a strong analysis of the market, which led us to one that is experiencing an outstanding growth, the youth.

The project was elaborated through the formation of a tour operator called “Once in a Lifetime S.R.L”, located in the neighborhood of San Nicolás in CABA. It counts with package tours for the ones who want to acknowledge firsthand the knowledge that they acquired throughout their careers. That is why the packages are attached to some careers that commonly exist. The packages are Architecture and Engineering, Fine Arts, Environmental Science, Languages, and finally, Tourism, Hotelery and Gastronomy. For the choosing of the destinations we made an investigation and selection of those cities with the attractions and activities that symbolize them the best. The countries to visit are Spain, France, UK, Netherlands, Germany, Italy and Greece.

Regarding the current circumstances we might say that it is somewhat discouraging, because, on one hand, COVID-19 is still in force and the future is uncertain for tourist activity. On the other hand, the financial situation of the country also causes certain instability, due to the unpredictable increase of the inflation percentage and the unexpected measures inflicted by the government. However, before this uncertainty, and according to surveys mentioned in the project, there is a large percentage of people who would still dare to travel; that majority are young people.

For the transmission and spreading of the company and its services, especially the internet and social media were taken into account, with the design of a website, and an Instagram and Tik Tok profile, as well as applying certain diffusion strategies.

ÍNDICE

1. IDEA DE NEGOCIO	1
1.1 Análisis de las oportunidades de negocio.	1
1.1.1 Análisis del escenario.	1
1.1.2 Proyección del escenario en el corto y mediano plazo.	3
1.2 Idea de negocio	4
1.3 Localización	4
1.3.1 Sitio de asentamiento del negocio:	4
1.3.2 Elección y valorización del destino turístico	5
1.4 Forma jurídica:	21
1.5 Procedimientos para poner en marcha la agencia:	21
2. ANÁLISIS DEL AMBIENTE DE NEGOCIOS Y MERCADO	23
2.1 Entorno de negocios del sector donde la empresa operará	23
2.1.1 Descripción del entorno de negocio actual:	23
2.2.1 Empresas oferentes existentes o potenciales:	34
4. PLAN DE MARKETING	43
4.1 Selección de segmentos a operar	43
4.1.1 Perfil del segmento de nuestra oferta:	43
4.2 Objetivos comerciales previstos	47
4.2.1 Objetivos comerciales de nuestra empresa	47
4.3 Producto	48
4.3.1 Los productos ofrecidos	48
4.3.2 Gama completa de productos ofertados.	91
4.3.3 Necesidad que satisface la propuesta nuestra empresa	91
4.4 El precio	91
4.4.1 Primera aproximación a los precios	91
4.5 Comunicación	92
4.5.1 Imagen de marca:	92
4.5.2 Plan de Comunicación	95
4.6 Comercialización	100
4.6.1 Sistema de comercialización	100
5. PLAN OPERATIVO	101
5.1 Procesos: El sistema de prestación de servicio	101
5.2 Posibles operaciones “críticas”:	105

5.3 Sistema de calidad de servicio	106
6. RECURSOS HUMANOS	109
6.1 Recursos Humanos	109
6.1.1 Organigrama	109
6.1.2 Planilla de empleados	109
Conclusión:	117
Bibliografía:	118

1. IDEA DE NEGOCIO

1.1 Análisis de las oportunidades de negocio.

1.1.1 Análisis del escenario.

Se comenzará haciendo referencia al “Turismo Joven” en la actualidad; que, según un *informe de la OMT y la WYSE TRAVEL CONFEDERATION*, “*La fuerza del Turismo Joven*”, (s.f.), se define que el turismo joven “comprende todos los viajes independientes por períodos no mayores a un año por personas entre los 16 y 29 años de edad, los cuales están motivados por un deseo de experimentar otras culturas, construir experiencias vivenciales y/o beneficiarse formal o informalmente con el fin de aprender y recibir oportunidades fuera del ambiente usual al que se está acostumbrado”.

Más que cualquier otro segmento del mercado, los estudiantes y viajeros jóvenes están impulsando la innovación y allanando el camino para el turismo responsable. Este tipo de viajero representa un mercado potencial a largo plazo, ya que los gastos totales en sus viajes más largos son más altos que los gastos de los demás mercados existentes.

Otro dato que aporta a la justificación de por qué este tipo de viajero se perfila como fuerte y próspero mercado potencial, es por el hecho de que muchos jóvenes viajeros son estudiantes universitarios en proceso de formación profesional, los cuales construyen al mismo tiempo una profesión como viajeros, viéndose inducidos a seguir viajando para expandir sus horizontes, llevándolos a planear con mayor detalle sus viajes y a gastar mayor cantidad de dinero en los mismos.

Para el joven turista, los viajes largos son “una oportunidad única en la vida”, es por esto que se dedican bastante tiempo, energía y dinero, para asegurar que el viaje que realizan se convierta en una experiencia única e inigualable.

Analizando el escenario actual argentino, encontramos el informe realizado por Singerman y Makon, “*Desafíos del turismo en Argentina*”, cuya publicación es de octubre del 2020, y en donde obtendremos estadísticas y porcentajes que corresponden a los jóvenes turistas que viajan o tienen el deseo de viajar desde y por Argentina permitiendo estudiar la posible evolución de la actividad turística en el país, para el período 2020-2021. En este sentido, se realizaron estimaciones del movimiento turístico interno e internacional considerando diferentes escenarios. La Encuesta de Viajes y Turismo en Hogares (EVyTH) es una fuente valiosa de información cuantitativa, sobre los viajes de los argentinos. En la Ciudad de Buenos Aires se concentra la mayor proporción de quienes han visitado destinos en el exterior.



Durante enero de 2021, se estimaron 64.496 turistas residentes argentinos con destinos al exterior, un decrecimiento de 94,5% respecto a lo registrado en el mismo mes del año anterior. En el primer cuatrimestre de 2021, las salidas de argentinos al exterior alcanzaron un total de 198,2 de miles de pasajeros. El turismo en Argentina aún tiene un largo camino para recorrer para poder acercarse aún más a cierta estabilidad, sin embargo, el estudio Singerman y Makón realizó una serie de proyecciones para analizar distintos escenarios en cuanto a la evolución del turismo en Argentina.

Algunos puntos positivos para destacar es que las encuestas realizadas demostraron que: el 42,9% de los encuestados respondieron que destinarán parte de sus ahorros al consumo de bienes y servicios, el turismo continúa figurando al tope de las prioridades de consumo para los próximos meses, el 51% de los encuestados consideran que la situación de aislamiento aumentó sus deseos por viajar, hecho que se potencia sobre todo entre los más jóvenes. Asimismo, se plantea que entre los cambios estructurales que se plantea en la nueva normalidad se encuentra la incorporación de buenas prácticas de desarrollo responsable y sostenible en el turismo y que la posibilidad de viajar aún continúa consolidándose como una necesidad prioritaria de las personas, en respuesta al deseo de libertad luego del confinamiento. Singerman y Makón. (2020); p.8-20.

Por otro lado, se comentará acerca de los viajes que realizan los jóvenes argentinos a destinos europeos. Si bien la información no es muy detallada ya que abarca muchos aspectos que no han sido investigados en profundidad, utilizaremos la información obtenida de un informe de “*Turistas residentes por destino visitado en el exterior y medio de transporte utilizado*” propuesto por YVERA, fuente de Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación, que es una plataforma tecnológica diseñada para consolidar los procesos de gestión y socialización de la inteligencia y el conocimiento turístico.

En el periodo 2019 tenemos un estimativo de 70.000 residentes argentinos viajando por mes vía aérea con destino a Europa. Respecto al periodo 2020, por la situación epidemiológica del COVID-19 que se expandió por el mundo, los números de turistas tuvieron un cambio drástico, disminuyendo a 49.000 pasajeros en los meses de enero y febrero, luego el número continuará decreciendo, siendo 20.000 viajeros para el mes de marzo, y para los meses siguientes (de abril a julio), terminará de reducirse las cantidades de salidas a ninguna de ellas. Los meses restantes las cantidades máximas de salidas alcanzadas es de 10.000 argentinos viajando hacia Europa.



Todos los cambios mencionados anteriormente son consecuencia de las diferentes acciones llevadas a cabo ante el contexto actual de la pandemia, como, por ejemplo, el caso del cierre de fronteras y las restricciones sanitarias; además de la incertidumbre por parte del turista al momento de tomar la decisión de emprender un viaje a kilómetros de distancia.



indice_ti...	medio_...	pais_de...	turistas...
2020-04	Fluvial/M...	Paraguay	0
2020-04	Fluvial/M...	Uruguay	0
2020-04	Fluvial/M...	EE.UU. ...	0
2020-04	Fluvial/M...	Resto de...	0
2020-04	Fluvial/M...	Europa	0
2020-04	Fluvial/M...	Resto de...	0
2020-05	Aérea	Brasil	0
2020-05	Aérea	Chile	0
2020-05	Aérea	Paraguay	0
2020-05	Aérea	Uruguay	0
2020-05	Aérea	EE.UU. ...	0
2020-05	Aérea	Resto de...	0
2020-05	Aérea	Europa	0
2020-05	Aérea	Resto de...	0
2020-05	Terrestre	Bolivia	0
2020-05	Terrestre	Brasil	0
2020-05	Terrestre	Chile	0
2020-05	Terrestre	Paraguay	0
2020-05	Terrestre	Uruguay	0
2020-05	Terrestre	EE.UU. ...	0
2020-05	Terrestre	Resto de...	0
2020-05	Terrestre	Europa	0

Figura 1 YVERA. (2020). Citado del Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación 2020

1.1.2 Proyección del escenario en el corto y mediano plazo.

Hoy en día con la conectividad en la era de las comunicaciones, es notable el grado en el que los jóvenes que quieren ahondar sus conocimientos sobre todo el mundo pueden hacerlo a través de internet.

Sin embargo, el viaje a algunas partes del mundo -como lo es el continente europeo- se vuelve un lugar indispensable para conocer, ya sea por: sus grandes niveles culturales, por la capacidad de los jóvenes de relacionarse abiertos a aceptar cualquier forma de pensar; o por el simple hecho de conocer ciertos lugares y disfrutar de ellos como siempre lo habían pensado.

Más aún si se trata de realizar las actividades mencionadas anteriormente luego de haber estado en un contexto pandémico, donde no se podía disfrutar de estar con amigos, ni con la familia; ya sea de ir a un restaurante o estar en plena naturaleza.

Uno de los motivos por los que la empresa se ve como una alternativa viable y con una proyección positiva en el corto y mediano plazo, es debido a que los jóvenes buscarán una nueva experiencia que sea de ayuda personal, social y profesional, luego de haber vivenciado una situación de la cual había mucha incertidumbre respecto al futuro.



Para muchos jóvenes que se encuentran estudiando o que terminan sus estudios universitarios o terciarios y no sepan qué hacer luego, se encuentra abierta la posibilidad planteada en el presente trabajo de un viaje con colegas a Europa, donde se pueda disfrutar y al mismo tiempo afianzar los conocimientos de acuerdo a la carrera que hayan elegido, pudiendo así volver a Argentina con nuevas ideas.

1.2 Idea de negocio

Se realizará una Agencia de Viajes orientada exclusivamente a un segmento de 18 a 35 años, estudiantes y/o egresados terciarios o universitarios que residan en el país. En dicha empresa se encontrarán paquetes adaptados a cada carrera y, cuyo objetivo, es reforzar los conocimientos requeridos para cada una de ellas, siendo un viaje de ocio y de aprendizaje al mismo tiempo.

1.3 Localización

1.3.1 Sitio de asentamiento del negocio:

La oficina que será la base de las operaciones de la Agencia de Viajes del presente trabajo se encontrará ubicada en Capital Federal en el barrio San Nicolás. Dirección: Viamonte 174.¹

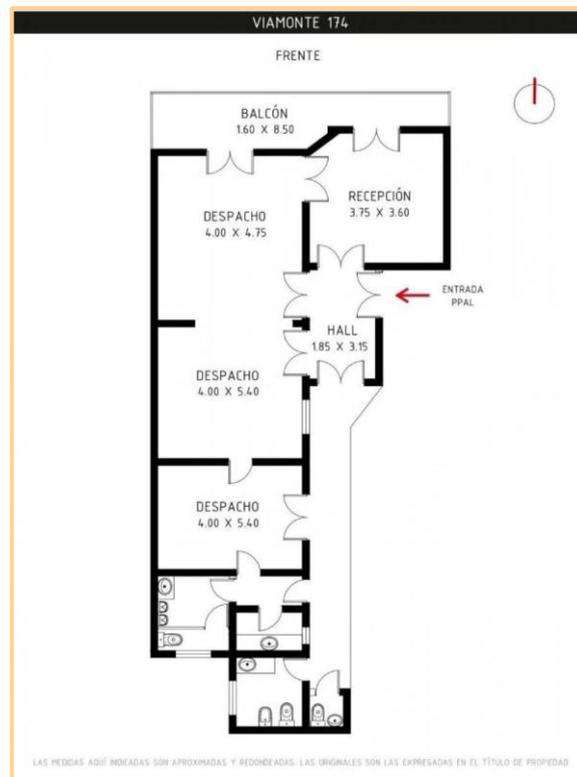


Figura 2: Plano de Edificio seleccionado para alquilar

¹ Enlace del departamento seleccionado para la oficina en cuestión:
<https://www.zonaprop.com.ar/propiedades/impeccable-oficina!-87-m-sup2-!-excelente-ubicacion-y-48139556.html>

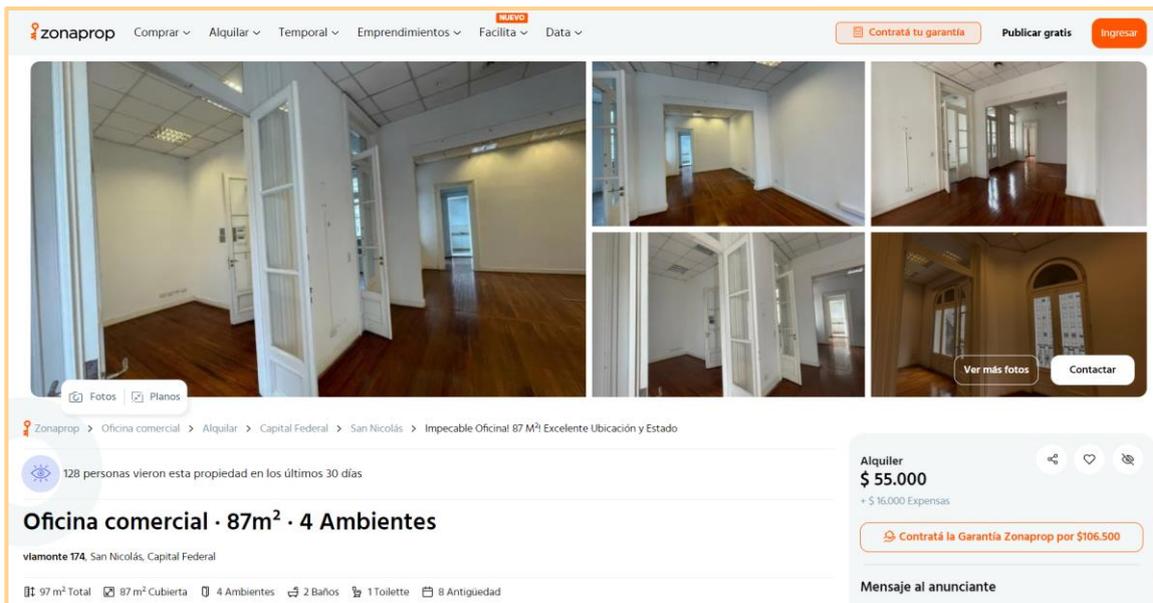


Figura 3: Captura de Pantalla sobre el edificio seleccionado

1.3.2 Elección y valorización del destino turístico

ESPAÑA		
Tipos de atractivos	Detalle de atractivos	Valoración
Artísticos	<p>a. Museo del Prado (Madrid): En 1819 abrió sus puertas por primera vez el Museo del Prado; acogía una parte importante de las colecciones reales. Con los años, donaciones y compras fueron ampliando los fondos de la pinacoteca.</p> <p>b. Museo de Picasso (Barcelona): Es el centro de referencia para el conocimiento de los años de formación de Pablo Picasso. El genio del joven artista se revela a través de las 4.251 obras que componen la colección permanente. Inaugurado en 1963. El museo alberga también una importante representación de obras de 1917 y la serie Las Meninas (1957), y una completa colección de grabados.</p> <p>c. Palacio Nacional (Barcelona): Fue construido durante los años 1926 y 1929 para la Exposición Internacional que tuvo lugar en Barcelona en 1929. Desde 1934 es la sede del MNAC, un museo que tiene una de las colecciones de arte románico más importantes del mundo.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 2</p> <p>c. 2</p>



Históricos - patrimoniales	<p>a. Plaza mayor (Madrid): A lo largo de la historia de Madrid, la Plaza Mayor ha sido lugar de encuentro, anuncios y celebraciones de carácter civil. Además, está cargada de placas conmemorativas, lugares históricos y otros símbolos de gran valor.</p> <p>b. La puerta de Alcalá (Madrid): Una de las cinco antiguas puertas reales que daban acceso a la ciudad, construida por mandato de Carlos III para sustituir otra del siglo XVI. Esta puerta monumental, inaugurada en 1778, se encuentra al lado del <u>Parque del Retiro</u> y constituye uno de los iconos turísticos de Madrid.</p> <p>c. La Giralda (Sevilla): Tiene la estructura clásica de los alminares almohades que se seguirá usando durante siglos en la mayoría de los campanarios mudéjares. Entre ambas estructuras se sitúan las rampas de subida, que permitía el acceso a caballo. Posee un campanil gótico y allí se ubicó hasta el siglo XII la mezquita.</p> <p>d. La alhambra (Granada): Patrimonio de la humanidad, se encuentra sobre una colina rocosa de difícil acceso, en los márgenes del río Darro, protegida por las montañas y rodeada de bosque, entre los barrios más antiguos de la ciudad, la Alhambra se levanta como un castillo imponente de tonos rojizos.</p>	<p>a. 2</p> <p>b. 1</p> <p>c. 1</p> <p>d. 1</p>
Naturales	<p>a. Parque Nacional Timanfaya (Lanzarote): El único parque nacional de la red española de carácter eminentemente geológico, resultado de las erupciones volcánicas sucedidas entre 1720 y 1736, y en 1824. La ausencia de vegetación, la extrema rugosidad de las formas, la variedad de colores, las siluetas de los volcanes y la abrupta costa; confieren a Timanfaya una extraordinaria belleza.</p> <p>b. Parque del Retiro (Madrid): Es un remanso verde en el centro de Madrid. Especial atención merecen algunos de sus jardines: el jardín de Vivaces, los jardines de Cecilio</p>	<p>a. 2</p> <p>b. 2</p>



	Rodríguez (jardines clasicistas con aires andaluces), los jardines del Arquitecto Herrero Palacios, la Rosaleda (colección de rosas) y el Parterre Francés con el ahuehuete, el árbol más antiguo de Madrid, del que se dice que podría tener alrededor de 400 años.	
Gastronómicos	<p>a. Tortilla de patatas: Hay de diferentes versiones, pero la base es la misma: huevos, patatas (papas) y aceite de oliva.</p> <p>b. El Cocido madrileño: La primera es un caldo, que resulta de la cocción de todos los ingredientes; luego viene el plato con garbanzos, acompañados con verduras; y finalmente las carnes: pollo, cerdo y embutidos.</p> <p>c. Gazpacho Andaluz: De lejos el plato representativo de la cocina andaluza. Esta comida típica de España es un plato refrescante, una sopa que se toma fría y en el que su principal ingrediente es el tomate. Tampoco puede faltar el pan con aceite de oliva y vinagre.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 2</p> <p>c. 1</p>
Tradicionales	a. Iglesia Sagrada Familia (Barcelona): Como máximo exponente de la arquitectura modernista creada por Gaudí, miles de turistas acuden cada día a contemplar el curioso, aunque inacabado templo. La construcción comenzó en 1882 con un estilo neogótico. Estaría compuesto por 18 torres, aunque finalmente sólo tuvo tiempo de crear una de ellas antes de su muerte. Gaudí falleció en 1926 pero, gracias a los planos que se conservan, su sueño se hace realidad gracias al trabajo de otros artistas y al dinero obtenido de las donaciones y las visitas.	b. 1
Socioculturales	a. Fiesta de San Fermín (Pamplona): Realmente puedes encontrar momentos de fiesta muy diferentes a cualquier hora. En Pamplona, desde el 6 hasta el 14 de julio, hay espacio para todo el mundo y personas de diferentes edades pueden encontrar lo que les gusta para pasarlo bien.	a. 1



FRANCIA		
Tipos de atractivos	Detalle de atractivos	Valoración
Artísticos	<p>a. Casa de las artes extraordinaria en Nantes: Centro de música y arte contemporáneo.</p> <p>b. Centro cultural de la edad digital de Montpellier: Inaugurada en 2013. Es un centro cultural contemporáneo especializado en artes visuales, tecnología digital y escritura moderna. También posee una plataforma online donde los creadores digitales pueden exponer sus obras.</p> <p>c. Museo multicolor de Le Havre: En su interior se encuentran dos auditorios, estudios para músicos y un espacio para exposiciones.</p> <p>d. Colección de Yvon Lambert en Aviñón: Museo que expone más de 350 obras de arte de la colección personal de Yvon.</p> <p>e. Arte internacional en Mulhouse: Esta galería cuenta con 4 o 5 exposiciones temáticas temporales al año.</p> <p>f. Arte en un búnker de la II Guerra Mundial en Burdeos: centro cultural oculto en el interior de un enorme búnker de hormigón. Se realizan exposiciones, conciertos y representaciones de ópera, teatro y danza. Explore France (2019)</p>	<p>a. 2</p> <p>b. 2</p> <p>c. 2</p> <p>d. 2</p> <p>e. 2</p> <p>f. 2</p>
Históricos - patrimoniales	<p>a. Palacio de Versalles: Patrimonio mundial de la Humanidad en 1979 por la UNESCO. Uno de los monumentos más importantes de Francia por su belleza arquitectónica y los acontecimientos históricos que tuvieron lugar en él. Dentro se encuentra la Galería de los Espejos, la sala más majestuosa del Palacio.</p> <p>b. Catedral de Notre-Dame: Declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1988.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p> <p>c. 1</p> <p>d. 2</p>



	<p>Es uno de los monumentos más visitados de Francia. Es la iglesia gótica más antigua del mundo.</p> <p>c. Monte Saint-Michel y Abadía medieval en Normandía: Declarado Monumento Histórico en 1862, y desde 1979 figura en la Lista de Patrimonio Mundial por la UNESCO. Es una ciudadela medieval amurallada situada en un monte de 92 metros que se eleva en una gran planicie arenosa. En lo alto se encuentra una abadía medieval. 53 días al año, sólo durante las mareas del equinoccio, se convierte en una isla por algunas horas.</p> <p>d. Pont du Gard Acueducto romano en Provenza: En 1985 fue añadido a la Lista de Patrimonio Mundial por la UNESCO. Es uno de los destinos turísticos más importantes de toda Francia. Aquí encontraremos senderos para pasear, caminar o utilizar la bicicleta de montaña. Está red de senderos une el monumento con los pueblecitos del Gardón.</p>	
Naturales	<p>a. Lago de Annecy: Se encuentra al este de Francia y es famoso por sus aguas transparentes, además de ser uno de los más grandes del país. Lago alimentado por aguas de deshielo que vienen desde los Alpes. Se encuentra cerca de la ciudad de Annecy.</p> <p>b. Mont Blanc: Es todo un monumento natural de los Alpes, con 4810 metros de altura. Esta área es un sitio para explorar, entre valles con glaciares y ciudades que son un paraíso del turismo de montaña como Chamonix-Mont-Blanc y Saint-Gervais-les-Bains. Encontramos la frontera con Italia, un país al que se conecta a través de un túnel.</p> <p>c. Parque Nacional des Calanques: Es un espacio protegido que en el año 2012 se convirtió en el décimo parque nacional de Francia. Este lugar resguarda pequeñas playas entre acantilados rocosos. La forma más fácil de explorar es desde la ciudad de Marsella.</p>	<p>a. 2</p> <p>b. 2</p> <p>c. 2</p> <p>d. 2</p> <p>e. 2</p> <p>f. 2</p>



	<p>d. Étretat: Es el nombre de una ciudad en la costa de Pays de Caux, famosa por los imponentes acantilados retratados en cuadros por artistas de la talla de Claude Monet o Eugène Boudin.</p> <p>e. Gargantas del Verdon: Es un cañón imponente modelado por el río Verdon, destacado por sus aguas turquesas. Uno de los paisajes más lindos de Europa.</p> <p>f. Parque Nacional Mercantour: Paisaje de alta montaña de gran proximidad al mar Mediterráneo, donde se practica senderismo entre cumbres a 3.000 metros snm. También muy cerca de la frontera con Italia.</p>	
Gastronómicos	<p>a. Crepes: Hay versión dulce o salada. Es una de las comidas más ricas y más baratas de toda Francia.</p> <p>b. Ratatouille: Uno de los platos franceses más populares. Es una receta de vegetales guisados, se aromatiza con especias y hierbas provenzales. Es originario de la región de Provenza.</p> <p>c. Boeuf Bourguignon: Es uno de los platos más queridos por los franceses y extranjeros. Se trata de buey estofada en vino tinto de Borgoña, ajo, cebolla, hierbas y setas.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p> <p>c. 3</p>
Artesanales	<p>a. Cerámica Francesa: Muy apreciada, la más famosa es la de Sevres, a las afueras de París, y la de Limoges. En Provenza hay gran cantidad de cerámica y porcelana colorida e interesante.</p>	<p>a. 3</p>
Tradicionales	<p>a. Torre Eiffel: Construcción de hierro que se realizó para la Exposición Universal de París entre 1887 y 1889 por Gustave Eiffel. Para subir existen dos posibilidades, una es por los ascensores y la otra por las escaleras.</p> <p>b. Museo del Louvre: Es uno de los museos más importantes del mundo y el más grande de París. Es un museo universalista que abarca una amplia cronología, desde la Antigüedad hasta 1848, y también una amplia</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p> <p>c. 1</p>



	<p>área geográfica: de Europa occidental hasta Irán, pasando por Grecia, Egipto y el Próximo Oriente. Hay aproximadamente 35.000 obras y entre las piezas más célebres del museo se encuentran La Gioconda de Leonardo Da Vinci, La Venus de Milo, El Código de Hammurabi y La Libertad guiando al Pueblo, de Delacroix.</p> <p>c. Museo de Orsay: Se encuentra a orillas del Sena, y casi al frente del Museo de Louvre. Dedicado a las artes plásticas del siglo XIX, y presenta una importante muestra de pintura moderna; contiene un gran número de obras dedicadas al impresionismo. En sus tres niveles se exponen todas las formas de arte: arquitectura, escultura, pintura, artes decorativas, cine, fotografía y música, que son presentadas dentro de un orden cronológico del periodo que va de 1848 a 1914.</p>	
Socioculturales	<p>a. Carnavales de Niza: Es uno de los más importantes del mundo con casi un millón de visitantes. Toda la ciudad se disfraza para la ocasión. Paseo de los ingleses, desfile de carrozas, cabezudos y música con más de 1.000 intérpretes.</p> <p>b. Festival de cine: Es un festival de cine internacional que se celebra todos los años en Cannes durante doce días. Todos los años, durante la segunda quincena de mayo, la ciudad se llena de cineastas y fotógrafos. Las principales proyecciones tienen lugar en el Palacio de Festivales y Congresos, situado en la Croisette.</p>	<p>a. 3</p> <p>b. 2</p>



REINO UNIDO

Tipos de atractivos	Detalle de atractivos	Valoración
Artísticos	<p>a. Teatro el globo de Shakespeare (Londres): El Shakespeare's Globe Theatre es una réplica de un teatro construido en 1599, donde Shakespeare representó sus obras más famosas. Situado a menos de 200 metros del recinto original. Se construyó a partir de diferentes fuentes de información, que lograron crear un edificio prácticamente idéntico al original.</p> <p>b. Museo Británico (Londres): Las páginas de galería cuentan con una variedad de recursos interesantes, que incluyen recorridos virtuales con Google Street View, elementos destacados, líneas de tiempo, actividades familiares y hechos. Un ejemplo importante que hace destacar este museo es la Piedra Rosetta, procedente de Egipto. También posee arqueología original de Grecia, entre otras culturas.</p> <p>c. Abadía de Westminster (Londres): Es el templo más antiguo de Londres. Sede de las coronaciones, la Abadía de Westminster acoge las tumbas y mausoleos de los monarcas y figuras históricas británicas de los últimos mil años. Es en 1245 DC que fue reconstruida con un estilo gótico. En su interior guarda los mejores ejemplos de la arquitectura medieval londinense.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 2</p> <p>c. 1</p>
Históricos - patrimoniales	<p>a. Palacio de Westminster (Londres): Es un edificio gótico victoriano que alberga las dos Cámaras que componen el Parlamento Británico. Después del incendio del antiguo palacio sólo se pudo salvar una ínfima parte, compuesta por el Westminster Hall, los claustros y la cripta de St Stephen's Chapel y la Jewel Tower, una construcción del siglo XIV en la que se guardaban las joyas y el oro.</p>	<p>a. 2</p> <p>b. 1</p>



	<p>b. Buckingham Palace (Londres): Es uno de los pocos palacios reales en activo que quedan en el mundo. El palacio es la residencia oficial de la Reina y ha albergado muchos acontecimientos históricos, desde bautismos reales hasta visitas de líderes mundiales. Cada año, el palacio de Buckingham acoge una exposición especial como parte de la apertura estival. La exposición cambia todos los años, pero siempre ofrece un enfoque fascinante sobre la vida real.</p>	
Naturales	<p>a. Hyde Park (Londres): Hyde Park está considerado como el parque más antiguo de la ciudad y desde su creación ha sido escenario de duelos, manifestaciones y conciertos. Desde hace años se cumple la tradición de celebrar los aniversarios relacionados con la Casa Real disparando 41 cañonazos al mediodía.</p>	<p>a. 2</p>
Gastronómicos	<p>a. Tierras Altas (Escocia): Hay más de medio centenar de destilerías, se puede visitar algunas de ellas y conocer cómo se produce el whisky.</p> <p>b. Fish & Chips: Este plato es un básico del verano británico.</p> <p>c. Cream Tea: Manjar mundialmente famoso consiste en una humeante taza de té acompañada de dos enormes scones (bollitos) untados con crema cuajada y mermelada. Pruébalo en: Torquay, Devon, el hogar del té de la tarde.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 2</p> <p>c. 1</p>
Tradicionales	<p>a. Catedral St. Paul (Londres): Está construida en un estilo barroco moderado que representa a la perfección el racionalismo de su arquitecto, Wren. El templo de 158 metros de largo dedicado a San Pablo tiene forma de cruz latina con orientación noreste. Justo en mitad de la cruz encontramos una inmensa cúpula, el sello característico del edificio. Para llegar al punto más alto del majestuoso edificio es necesario superar 528 escalones, aunque la vista panorámica de la ciudad que se tiene desde allí sin duda</p>	<p>a. 2</p> <p>b. 1</p>



	<p>merece la pena. Es también la única catedral católica que se paga entrada para entrar.</p> <p>b. London Eye (Londres): Tras su inauguración en el año 2000, la sorprendente noria de 135 m. de altura conocida como The London Eye (El Ojo de Londres) se ha convertido en uno de los iconos más emblemáticos de la ciudad y de toda Gran Bretaña.</p>	
Socioculturales	<p>a. Abbey Road (Londres): Es una calle localizada en los municipios de Camden y Westminster en el distrito del Gran Londres, Inglaterra. Corre aproximadamente de noroeste a sureste a través del distrito de St John's Wood, cerca del Lord's Cricket Ground. Forma parte de la carretera B507 y es conocida por ser la sede de los estudios de grabación Abbey Road Studios y por el álbum de The Beatles de 1969, Abbey Road.</p>	a. 3

ALEMANIA		
Tipos de atractivos	Detalle de atractivos	Valoración
Artísticos	<p>a. Las Tres Pinacotecas: La Pinacoteca Antigua, la Pinacoteca Nueva y la de Arte Moderno. Todas poseen manifestaciones artísticas del arte europeo, siendo uno de los lugares turísticos de Alemania para visitar.</p> <p>b. Kunsthalle de Hamburgo: Es una galería de arte que cuenta con obras del siglo XV, impresionistas franceses y artículos de Andy Warhol.</p>	<p>a. 2</p> <p>b. 2</p>
Históricos - patrimoniales	<p>a. Catedral de Naumburgo: Es uno de los monumentos culturales más importantes de la Alta Edad Media. Se encuentra ubicada en la ciudad alemana del mismo nombre. El 01/07/2018 fue añadida a la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO.</p>	<p>a. 2</p> <p>b. 2</p> <p>c. 2</p> <p>d. 2</p> <p>e. 2</p>



	<p>b. Estatua de Rolando en Bremen: Se erige imponente en la Markplatz o plaza del mercado de Bremen. Allí, frente al Ayuntamiento, la estatua de Rolando permanece vigilante sobre sus 10 metros de altura, protegiendo la ciudad y la mantiene libre. En el año 2004 pasó a formar parte del Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.</p> <p>c. Catedral de Aquisgrán: Bien cultural inscrito en 1978. La construcción de esta capilla en forma de basílica octogonal comenzó entre los años 790 y 800 en tiempos del emperador Carlomagno.</p> <p>d. Residencia de Wurzburg con los Jardines de la Corte y Plaza de la Residencia: Bien cultural inscrito en 1981. Palacio barroco, es uno de los más grandes y hermosos de Alemania. Rodeado de magníficos jardines, fue ornamentado en el siglo XVIII por un grupo de arquitectos, escultores, pintores de varios países.</p> <p>e. Museumsinsel: Isla de los Museos. Bien cultural inscrito en 1999. Posee 5 museos y en estos se guardaron diversas colecciones, que son testimonios de la evolución de la civilización. Al valor de las colecciones viene a sumarse el del patrimonio arquitectónico y urbanístico del conjunto del sitio.</p>	
Naturales	<p>a. Alpes Alemanes: En los meses de frío son un paraíso para los esquiadores. A medida que avanza el año, la nieve se derrite y deja a la vista rutas de senderismo, suaves colinas cubiertas de flores y una atmósfera estival animada por el sonido de los cencerros de las vacas.</p> <p>b. Cuevas de hadas de Saalfeld en Turinga: En la antigua mina de Saalfeld, las grutas de hadas atraen a los turistas a una visita subterránea. El Libro Guinness de los Récords catalogó a la cueva de hadas como “Las cuevas de espectáculo más coloridas del mundo”.</p>	<p>d. 1</p> <p>g. 1</p>



Gastronómicos	<p>a. Torta Selva Negra: Una de las principales cartas de presentación de la pastelería alemana en el mundo. El nombre completo alemán es “schwarzwälder kirschtorte”, que quiere decir, «torta de cerezas de la Selva Negra».</p> <p>b. Salchicha Alemana: Hay varios tipos de salchichas, entre los que destacamos a la de Fráncfort, una de las salchichas más famosas de Alemania por su sabor ahumado. Elaborada con carne de cerdo embutida en tripa de oveja.</p> <p>c. Pretzels: Es el snack más popular de los alemanes. Es una especie de galleta salada (aunque también hay dulce) con una apariencia de lazo redondeado.</p> <p>d. Sauerkraut: Chucrut, alimento tradicional de Alemania y de otros países europeos. El principal consumidor mundial del chucrut es Alemania, donde un 80% de la producción de coles se destina a elaborar el producto.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p> <p>d. 1</p> <p>e. 1</p>
Artesanales	<p>a. Handwerkethof: Patio del artesano, en la Puerta del Rey, ubicado en el antiguo sitio para el arsenal de Núremberg, oasis cultural que se estableció en el año de celebración de Durerro en 1971 y que ha encantado a millones de visitantes de todo el mundo. Encontramos el taller de violines en Mittenwald, la talla de madera en Oberammergau, también el cristal es un elemento importante en la artesanía</p>	<p>a. 1</p>
Tradicionales	<p>a. Muro de Berlín: En 1989, se derribó el muro que fue construido en 1961 por el gobierno de Alemania Oriental, para separar a los sectores este y oeste de Berlín. De esta demolición se salvó 1.3 km, que se convirtió en un museo de pintura al aire libre, especialmente murales, considerado el más largo del mundo en su tipo.</p> <p>b. Plaza Alexanderplatz: destacadas en invierno. Es una de las plazas más modernas de Berlín. Podremos ver la Torre de Televisión y el famoso Reloj Mundial, que se ubica en</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p>



	el lado este de la plaza y que, de forma rotatoria, marca las horas de cualquier rincón del mundo.	
Socioculturales	<p>a. Oktoberfest: Fiesta de la cerveza en Múnich que se celebra desde el año 1810 y cada año atrae a millones de visitantes provenientes de todas partes del mundo.</p> <p>b. Puerta de Brand Enburgo: Construida en el siglo XVIII como símbolo de paz. Sufrió daños en la segunda guerra mundial.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p>

ITALIA

Tipos de atractivos	Detalle de atractivos	Valoración
Artísticos	<p>a. Florencia: Epicentro del arte renacentista en Italia. El hogar de la Galleria dell'Accademia, donde se encuentra la estatua del David de Miguel Ángel, la Galería de los Uffizi con la colección más grande de obras renacentistas, la Basílica de Santa Croce la cual posee las tumbas de artistas y científicos famosos como Galileo y Miguel Ángel. También se encuentra el Duomo con su gigantesca cúpula de aires renacentistas.</p> <p>b. La Última Cena: Es la famosa pintura mural realizada entre los años 1495 y 1498 por Leonardo da Vinci. Encargada por Ludovico Sforza para el refectorio del Convento de Santa Maria delle Grazie en Milán. La escena recrea la última cena de Pascua entre Jesús y sus apóstoles. Es una de las obras artísticas más reconocidas del mundo.</p> <p>c. La Capilla Sixtina: Obra del artista Miguel Ángel entre 1508 y 1512. Los frescos con gigantescos tamaño de las figuras y la dificultad que conllevó aplicar la pintura a los techos curvos convierten a esta obra en algo excepcional. La creación de Adán es una de las escenas de los frescos de la bóveda de la capilla con más complejidad iconográfica y la más famosa y extraordinaria.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p> <p>c. 1</p>



Históricos - patrimoniales	<p>a. Roma: El centro histórico de Roma es uno de los más visitados en todo el mundo. Es la ciudad con más bienes históricos y arquitectónicos del mundo. El Coliseo Romano y el Partenón son algunas de las obras arquitectónicas más importantes.</p> <p>b. Zonas arqueológicas de Pompeya, Herculano y la Torre Annunziata: Ambas de las primeras dos ciudades fueron sepultadas por la erupción del Vesubio en el año 79, hoy son ruinas visitadas por miles de turistas al año.</p> <p>c. Portovenere, Cinque Terre e Islas Palmaria, Tino y Tinetto: Con un paisaje de gran belleza panorámica y un alto valor cultural, este terreno escarpado se supo aprovechar para crear hermosos asentamientos que hoy son algunos de los principales atractivos de Italia. El pueblo más bello es el de Vernazza, y toda esta zona fue declarada Patrimonio de la Humanidad.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p> <p>c. 1</p>
Naturales	<p>a. Costa Amalfitana: De rica biodiversidad e intensamente poblada desde la Edad Media. Es una de las principales atracciones de Italia por sus playas y paisajes. La principal ciudad costera es Amalfi, declarada Patrimonio de la Humanidad.</p> <p>b. Los Dolomitas: Situados en el sector septentrional de los Alpes italianos. Es reconocido como uno de los paisajes de montaña más bellos del mundo y uno de los mejores ejemplos existentes de preservación de sistemas de plataformas carbonatadas de la Era Mesozoica.</p> <p>c. Monte Etna: Declarado Patrimonio de la Humanidad y situado en Sicilia. Es el volcán activo más alto de Europa y uno de los más grandes del mundo. Se escribe de este monte desde hace 2.700 años, por lo que para la UNESCO representa un récord de documentación en el campo de los volcanes.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 2</p> <p>c. 2</p> <p>d. 1</p> <p>e. 2</p>



	<p>d. Monte Vesubio: Uno de los principales símbolos naturales de Italia. Catalogado como uno de los volcanes más peligrosos del mundo por las catástrofes que ocasionó como la de la ciudad de Pompeya y Herculano. El volcán forma parte del Parque Nacional de Vesubio y puede ser recorrido por carretera.</p> <p>e. Riserva dello Zingaro: Situada en la costa noroccidental de Sicilia y es el primer espacio protegido de la isla desde 1981. Posee una superficie de 1650 hectáreas de tierra y mar de aguas azules, abruptos acantilados y montañas con una gran diversidad de especies.</p>	
Gastronómicos	<p>a. Pizza: El origen de la pizza se relaciona con el pan de Italia. Años más tarde se le agregó otros ingredientes y ahora consiste en una masa de harina sobre la cual se coloca queso mozzarella y salsa de tomate, así como otros ingredientes con los que se fue experimentando a lo largo de los años.</p> <p>b. Lasagna: Consiste en un tipo de pasta con forma de lámina cuadrada colocada en forma de bloque rellena con carne, pescado o verdura. Entre lámina y lámina se le coloca queso y bechamel. Sin embargo la preparación de la lasagna varía según cada región.</p> <p>c. Tiramisú: Postre elaborado a base de café y un poco de licor con galleta, bizcocho o turrón humedecidos.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p> <p>c. 1</p>
Artesanales	<p>a. Máscaras de Venecia: Se usaban durante el carnaval, y también en otras fiestas, banquetes y manifestaciones públicas importantes. En su época, quienes las fabricaban eran los maschereri, encargados de imprimir motivos sobre las mismas. Estas permitían a los nobles mantener su anonimato en situaciones de transgresión.</p> <p>b. Pinocchio: Florencia es quien vió nacer al famoso personaje de Disney, Pinocchio. Su autor fue Carlo Lorenzo Filippo Giovanni Lorenzini, y gracias a él se</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p>



	conmemora este personaje con la venta de souvenirs, un parque, museo, etc.	
Tradicional	<p>a. Coliseo: Una de las 7 maravillas del mundo moderno construido en el siglo I durante el Imperio Romano. Conocido como el anfiteatro más famoso del mundo, en donde durante 500 años se celebraron combates entre gladiadores con más de 80.000 espectadores.</p> <p>b. Torre de Pisa: La Torre inclinada de Pisa es conocida como uno de los íconos del país. Esta torre comenzó a inclinarse luego de su construcción en 1173 y en 2008 gracias a obras realizadas por parte del gobierno italiano, dejó de moverse. La torre asimismo es protagonista de muchas postales tomadas por los turistas que la visitan.</p> <p>c. Vaticano: El centro del catolicismo, repleto de historia y arte. Lugar de residencia del actual Papa, es el estado más pequeño del mundo. Algunos de los atractivos que pueden visitarse son la Basílica de San Pedro, una excepcional obra de arte de Miguel Ángel, la Plaza de San Pedro, la Capilla Sixtina, Museo del Vaticano con 30 siglos de obras de arte famosas.</p> <p>d. La Fontana di Trevi: La fuente más famosa de Italia, llena de detalles esculpidos en mármol con un frontal de 40 metros diseñada por Nicola Salvi. La tradición que conlleva esta fuente es arrojar una moneda para asegurar el retorno la ciudad eterna, con dos monedas la persona encontrará al amor de su vida y con 3 se casará con esa persona.</p> <p>e. Canales de Venecia: Venecia es mundialmente conocida por sus canales, los cuales son referencia de muchos otros sitios similares alrededor del mundo. La actividad más tradicional es pasear en góndola por ellos mientras cantan el famoso "O Sole Mio" mientras recorre la ciudad.</p>	<p>a. 1</p> <p>b. 1</p> <p>c. 1</p> <p>d. 1</p> <p>e. 1</p>



Socioculturales	<p>a. Carnaval de Venecia: Se celebra los días previos al miércoles de Cenizas y tiene una duración de 10 días. Se caracteriza por sus pintorescas y alegres celebraciones acompañados por desfiles con coloridos trajes y las famosas máscaras venecianas inspiradas en el siglo XVII. Esta fiesta se celebra desde el siglo XI.</p>	<p>a. 1</p>
-----------------	--	--------------------

1.4 Forma jurídica:

El tipo de sociedad de la agencia será una SRL (Sociedad Responsabilidad Limitada). Esta sociedad es conveniente para emprendimientos iniciales, de pocos socios y que no buscan comprar otras empresas o negociar sus cuotas-parte a corto plazo. Luego de una trayectoria, la agencia puede tener la posibilidad de cambiar a ser una Sociedad Anónima, pero inicialmente será una SRL.

En primer lugar, constituir una SRL cuesta entre 30% y 50% menos que una SA. En cuanto a la inversión inicial, no hay un monto mínimo; pero es aconsejable un importe de \$25.000, a diferencia del aporte inicial obligatorio de una S.A que corresponde a \$100.000.

En segundo lugar, no se necesitan demasiados requisitos para constituir la sociedad. Para lograrlo es necesario únicamente un instrumento privado, solo con firmas certificadas por escribano público. De esta manera no precisan la Inscripción General de Justicia. Al no inscribirse, no debe pagar tasa de fiscalización ni presentar balances anuales ante la IGJ a diferencia de la S.A.

La SRL se inscribe en el Registro Público de Comercio de la jurisdicción correspondiente. Se realiza un Instrumento Constitutivo. Para esto se requiere los datos que identifican a los socios (Nombre Apellido, DNI, domicilio), Nombre/Razón Social, domicilio, Objeto determinado y capital establecido. Los cambios deben informarse ante el registro de Personas Jurídicas, con una modificación al estatuto y nueva publicación de decretos.

1.5 Procedimientos para poner en marcha la agencia:

Para poner en marcha la agencia se requiere de un idóneo. Será el representante técnico de la Agencia que asiste y representa en todos los aspectos técnicos.

El Idóneo de una AV deberá tener el título de Técnico o Licenciado en Turismo y a su vez inscribirse en el Registro de idóneos. Se requiere la presentación del Certificado de idóneo y el comprobante de pago de último año. El domicilio del idóneo tiene que encontrarse dentro del radio de los 100km desde donde se abrirá la AV y deberá ser idóneo únicamente de esa agencia.



Las agencias comprendidas en la Ley 18.829 se registrarán, según las tareas que cumplan, y se dividen en tres categorías.

Nuestro proyecto es sobre una Empresa de viajes y Turismo (EVT). Esta categoría puede realizar las actividades determinadas en el ART 1° de la ley 18.829 para sus propios clientes, para otras agencias del país o del exterior, o para terceros (otras empresas). Dichas actividades se pueden realizar, siempre y cuando la agencia conste con las licencias correspondientes, inscribiéndose en el Registro de Agentes de Viajes que llevará la Dirección Nacional de Turismo.

- 🎓 Lo primero que se otorgará será el permiso precario. Este permiso tendrá validez por un término de hasta seis meses y permitirá iniciar sus contratos comerciales sin atención al público. Puede ser renovado por igual período con diez días de anticipación.

Lo que se requiere para conseguir el permiso es el informe del titular, socios y miembros directivos, la matrícula comerciante o inscripción como persona humana con actividad económica responsable/nota de inspección general de justicia o registro público de comercio, contrato social simple, estatuto social inscripto en inspección general de Justicia o Registro público de comercio (SRL) y la inscripción de la marca en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial

- 🎓 Luego se concederá la licencia provisoria una vez que la agencia se encuentre reglamentariamente en condiciones de iniciar sus actividades y tendrá validez por el término de un año. Sólo a partir de la obtención de esta licencia la agencia podrá comenzar la atención al público. Para renovarla se requiere realizar el trámite con 30 días de anticipación a su vencimiento. La agencia también tendrá un seguro de caución o garantía por un monto determinado que fija la ley para hacer frente a cualquier incumplimiento por parte de los proveedores ante cualquier eventualidad. Ese monto no está en efectivo en la agencia, sino que paga un seguro en cuotas y ampara al pasajero por si surge algo.

Para solicitarla se requiere haber tramitado primero el permiso precario, estar dentro del período de vigencia de dicho permiso, la documentación de los titulares (constancia de inscripción AFIP, informe de validez, certificado de reincidencia, certificado de domicilio, ultimo pago de monotributo), documentación que respalde que acredite el domicilio donde opera la agencia, fotos y croquis del establecimiento, documentación de idóneo (certificado de reincidencia, certificado de domicilio, certificado de idóneo,



último pago a FAEVYT, construcción de fondos de garantía, habilitación municipal y contrato de locación o título de propiedad.

 Finalmente, se otorgará a la agencia la licencia definitiva la cual es válida permanentemente, permite atender al público, se emite Resolución habilitante y posee seguro de caución o Garantía. No se puede saltar de la provisoria a la definitiva. El Ministerio debe comprobar las buenas prácticas de la agencia, por eso le da un tiempo de operación antes de otorgarle la Licencia Definitiva.

Las agencias que a la fecha de publicación de la Ley 18.829 reúnan todos los requisitos exigidos en la misma y en este decreto, tendrán derecho a la adjudicación de la licencia definitiva en forma inmediata, previa la constitución del fondo de garantía que corresponda. Quienes no reúnan estos requisitos contarán con un plazo improrrogable de ciento ochenta días para lograr las condiciones necesarias y recibir su licencia. Vencido este plazo estarán en las condiciones normales de cualquier peticionante por primera vez

2. ANÁLISIS DEL AMBIENTE DE NEGOCIOS Y MERCADO

2.1 Entorno de negocios del sector donde la empresa operará

2.1.1 Descripción del entorno de negocio actual:

 **Político:**

Forma de gobierno: República Federal basada en una democracia parlamentaria.

Oportunidades

El contexto político actual: El presidente Alberto Fernández (desde el 10 de diciembre de 2019) fue electo con la promesa de resucitar la economía argentina tras un largo período de recesiones económicas. En 2020, el gobierno logró un acuerdo con los acreedores para reestructurar 65 mil millones USD de la deuda exterior del país, lo que fue visto como el primer paso en la reconstrucción de la economía argentina. El acuerdo les dará a los inversionistas una certeza legal y macroeconómica, representando un gran paso para volver a un crecimiento con sentido, y es una parte fundamental de la estrategia del presidente para atraer nuevas inversiones, gestionando al mismo tiempo el problema de la deuda de Argentina y ocupándose de otros problemas como la inflación, la pobreza y el desempleo. Export Entreprises SA. (Agosto 2021).



Amenazas

El FMI no es una institución popular entre los argentinos, la negociación representó un riesgo político para Fernández. La popularidad de Fernández decayó durante la pandemia de COVID-19, debido a las medidas que implicaron restricciones prolongadas de movilidad de las personas, así como por los efectos de la crisis económica —por ejemplo, el aumento de los índices de pobreza—. Export Entreprises SA. (Agosto 2021).

Acuerdos comerciales:

- Argentina es Miembro de la Organización Mundial del Comercio desde el 1° de enero de 1995 y miembro del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) desde el 11 de octubre de 1967: Los Miembros y observadores de la OMC participan en los Comités OTC y MSF para examinar preocupaciones comerciales específicas. A menudo se trata de proyectos de leyes, reglamentos o procedimientos que pueden afectar a su comercio. Los miembros plantean tales preocupaciones a efectos de señalar (posibles) repercusiones en el comercio. Organización Mundial del Comercio. (s.f.).
- Argentina también es miembro del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) es un proceso de integración regional instituido inicialmente por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Es un proceso abierto y dinámico. Desde su creación tuvo como objetivo principal propiciar un espacio común que generara oportunidades comerciales y de inversiones a través de la integración competitiva de las economías nacionales al mercado internacional. Ha establecido múltiples acuerdos con países o grupos de países, otorgándoles, en algunos casos, carácter de Estados Asociados -situación de los países sudamericanos—. Participan en actividades y reuniones del bloque y cuentan con preferencias comerciales con los Estados Parte. También ha firmado acuerdos de tipo comercial, político o de cooperación con una diversa cantidad de naciones y organismos mundiales. Argentina.gob.ar. (s.f.).

Incentivos ofrecidos para el desarrollo del sector turístico:

- El Fondo de Auxilio para Prestadores Turísticos (APTur) busca dar un sostén económico a prestadores del sector que vieron afectadas sus fuentes de ingresos por la emergencia pública en materia sanitaria. Ministerio de Turismo y Deportes Argentina. (s.f.).
- El Programa Nacional de Inversiones Turísticas (PNIT) se conforma a partir de la Ley Nacional De Turismo; Ley 25.997 la cual ordena designar anualmente mediante la ley de Presupuesto de la Administración Nacional, fondos para inversiones de interés turísticos.



El objetivo es fortalecer los destinos y productos turísticos con vistas a la captación y radicación de inversiones privadas, posibilitando generar más empleo y desarrollo socio-económico territorial. Secretaria de Gobierno de Turismo. (s.f.).

- El Gobierno Nacional otorgará una asignación complementaria de \$4.000, que se suma a los \$9.000 mensuales que ya se adjudicaron mediante el Programa REPRO II a los trabajadores y trabajadoras del turismo, a través del Fondo Nacional de Desarrollo Productivo (FONDEP) del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación. Argentina.gob.ar. (s.f.).
- Los ministerios de Turismo y Deportes y Desarrollo Productivo llevan adelante, junto al Banco de la Nación Argentina, la línea de financiamiento para PyMEs del sector turístico por un monto total de \$6.000 millones de pesos, que sigue vigente hasta el 30 de septiembre de 2021. Argentina.gob.ar. (s.f.).
- Ante la crisis en el marco de la pandemia del COVID-19, el Fondo de Auxilio y Capacitación Turística 2 (FACT 2) busca preservar a las empresas a través de un apoyo económico para que logren llegar fortalecidas a la instancia de normalización del turismo. Además, contempla la capacitación de trabajadoras y trabajadores para mejorar sus competencias laborales. Argentina.gob.ar. (s.f.).

El **PFETS** (Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable) lo establece la Ley Nacional de Turismo 25.997 en su artículo 7, como un plan de carácter estratégico garantiza su sustentabilidad en el tiempo. La metodología adoptada para la presente actualización, con horizonte al año 2025, fue desarrollada de manera que conserve el espíritu participativo, estratégico y federal. Dentro del plan se establece una perspectiva política, económica, social y ambiental; la relación con los mercados: la relación destino, turista y residente; las actividades y sus procesos; y por último la infraestructura y sus recursos. (Aguilera et al, 2014, p.33)

Económico:

La inflación:

La inflación anual, si bien se ha desacelerado en un contexto de caída de la actividad económica, alcanzó el 36% en 2020, a pesar de la existencia de controles de precios. Banco Mundial (2021)

La tasa de variación anual del IPC (Índice de Precios al Consumo) en Argentina en julio de 2021 ha sido del 51,8%, 16 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC ha sido del 3%, de forma que la inflación acumulada en 2021 es del 29,1%. datosmacro.com (2021).



Empleo:

Según el INDEC en el resumen ejecutivo del primer trimestre de 2021 la Tasa de empleo es de un 41,6%. Se destaca un 53,7% (15,5 millones de personas) de población inactiva; es decir, personas que no tienen trabajo ni lo buscan activamente -solo un 0.9% están disponibles para trabajar siendo considerados inactivos marginales-. La población económicamente activa lleva un porcentaje de 46,3% (unos 13,3 millones de personas). La PEA son aquellas personas que, con una ocupación, o sin tenerla, la buscan activamente y están disponibles para trabajar. Ministerio de Economía Argentina - Instituto Nacional de Estadística y Censos República Argentina. (2021)

Tipos de interés:

Los tipos de interés son a los que los bancos pueden pedir dinero prestado al banco central. Se utiliza para orientar la política monetaria. Argentina ha subido sus tipos de interés 2 puntos, desde el 36% hasta el 38% anual. Datosmacro.com. (s.f.).

Los tipo de tasas de interés: se puede optar entre una tasa de interés que se mantenga estable a lo largo del préstamo (tasa fija) o que varíe periódicamente (tasa variable). En este último caso, el cliente tiene que conocer cuál será el parámetro para su ajuste. Banco Central de la República Argentina. (s.f.).

Producto Interno Bruto:

El impacto de la COVID-19 ha sido significativo en Argentina. Durante 2020 el país sufrió una caída del PBI de 9.9%, la mayor desde 2002. Banco Mundial (2021)

Según indica el INDEC; en el primer trimestre de 2021, el producto interno bruto (PIB) creció 2,6%; (en la comparación frente a igual período de 2020). El consumo privado creció 2,9%, el consumo público (1,4%), la formación bruta de capital fijo (6,1%) y las exportaciones (19,2%).

Sin embargo, en la comparación con el primer trimestre de 2020, se registraron caídas en el consumo privado (-0,7% i.a.) y el consumo público (-0,5% i.a.), mientras que crecieron las exportaciones (1,2% i.a.) y la formación bruta de capital fijo (38,4% i.a.).

Por el lado de la oferta, en el primer trimestre de 2021 se destacan los aumentos en construcción e industria manufacturera; mientras que hoteles y restaurantes descendió 35,5% i.a. (variación interanual) Ministerio de Economía Argentina - Instituto Nacional de Estadística y Censos República Argentina. (2021)



Tipo de cambio:

El analista financiero Ariel Sbdar comentó que, con el regreso del control de cambios, surgió un gran abanico de precios del dólar. Consecuencia de los estrictos controles de cambio que comenzaron durante el tramo final del gobierno de Mauricio Macri, y continuaron bajo el mandato de Alberto Fernández. Junto a ello se suman otras medidas, como la aplicación de derechos de exportación (retenciones) diferenciadas según el sector productivo.

Siendo un combo de medidas intervencionistas, tienen efectos directos sobre el intercambio de bienes y servicios con el exterior, cuya consecuencia es la gran cantidad de tipos de cambio que observamos hoy en día, donde pueden enumerarse una decena de ellos, que, sin embargo, su número puede ampliarse al sondear en el detalle de impuestos y reintegros que se aplican en distintos rubros. Si el desempeño de la política antiinflacionaria no es el esperado, seguramente se intensificarán los controles sobre el mercado de divisas a los efectos de evitar fuertes desalineamientos de los tipos de cambio. Aries Sbdar. (2020).

Salario mínimo:

El salario mínimo interprofesional a partir de marzo de 2021 en Argentina es de \$21.600 (235,8 € al mes, es decir 2.830 euros al año). El SMI ha subido \$1.013 mensuales respecto al salario anterior, un 4,9%. Este incremento es menor que el del IPC de 2020, que es del 36,1%. Por lo tanto, los trabajadores han perdido poder adquisitivo en el este año. Según el ranking de SMI, Argentina se encuentra entre los países con menor salario mínimo de 100 países del mundo. Datosmacro.com. (2021).

Salario Promedio:

Los resultados del primer trimestre de 2021 registraron que el ingreso promedio per cápita del total de la población activa, que corresponde a 28.806.672 personas, alcanzó los \$25.284, mientras que la mediana del ingreso per cápita fue de \$18.333. Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina. (2021).



Tecnológico:

Oportunidades:

Actualmente la tecnología es parte de nuestra vida cotidiana, y, facilita el trabajo de cualquier persona, específicamente mencionaremos al agente de viajes.



En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la gran mayoría de agencias cuentan con una página web que es actualizada de manera periódica con el objetivo de brindar información necesaria para el cliente. Además, hoy en día las redes sociales son fundamentales para las agencias de viajes, ya que a través de la misma se logra captar de manera más rápida la atención del público objetivo.

El WhatsApp también juega un rol importante para estas empresas debido a que a través del mismo se pueden dar respuestas automáticas frente a cualquier consulta del cliente, pudiendo así, personalizar la atención.

Con el contexto actual de pandemia, las agencias de viajes tuvieron que reforzar estas tecnologías ya que se tuvo que adaptar todo a la virtualidad. Considerando que, si bien la tecnología ya formaba parte de nuestra vida, hoy en día - teniendo en cuenta el contexto- los jóvenes y adultos utilizan mucho más la virtualidad para investigar, hacer compras, etc. Es por esta razón que la tecnología cumple un rol fundamental porque los ciudadanos se manejan a través de un teléfono móvil o una computadora porque es una manera mucho más rápida y fácil de resolver sus necesidades.

Amenazas:

Si bien se encuentran grandes planes implementados en la tecnología a nivel nacional, no implica que no haya insuficiencias en que se desarrolle en su totalidad y de la mejor manera posible en los diferentes barrios de la ciudad. Ya sea por el mismo contexto de la pandemia, o incluso anteriormente, el llegar a toda la población siempre será el verdadero desafío. La falta de conectividad a internet, de tener las herramientas necesarias para acceder a ella (computadora, celular), entre otras cosas, son los déficits con los que día a día tiene que luchar el gobierno y la población local para intentar regular estos temas, aunque en gran medida no se logre.



Turístico:

Oportunidades:

El 2020 fue un año de crisis para el turismo de Argentina y el resto del mundo. Sin embargo, a partir de diciembre del mismo año, los argentinos comenzaron a viajar al exterior en un volumen mucho mayor al de los extranjeros que arribaron. Los argentinos, pueden salir y regresar libremente del país siempre y cuando cumplan con una cuarentena tras aterrizar de vuelta, siempre dependiendo el país que se visite.



Estas medidas son modificadas conforme transcurre la dinámica de la presente pandemia, ya sea desde una gran libertad de circulación a la aparición de nuevas cepas de COVID-19 lo cual vuelve a golpear al sector.

Amenazas:

Como se mencionó antes, el turismo fue un sector altamente perjudicado durante la pandemia, debido a que las medidas tomadas en el país han paralizado completamente la actividad. En 2020, la cantidad de argentinos viajando al exterior se contrajo un 77,1%. En normas posteriores, se ampliaron y modificaron restricciones para el ingreso y egreso de pasajeros al territorio nacional a través de puertos, aeropuertos, pasos internacionales, centros de frontera etc. Asimismo, para el turismo emisor, las fuertes cargas impositivas sobre los viajes al exterior (impuesto país del 30% y luego una percepción del 35%) y las permanentes devaluaciones acumulaba casi dos años de decrecimiento mes tras mes. La pandemia aceleró este proceso hasta los nulos turistas registrados en abril, mayo y junio de 2020. Singerman y Makón. (2020); p.8-20.

El operativo de campo de la ETI fue suspendido en marzo de diciembre hasta diciembre de 2020. Al ser una de las fuentes principales de información de los viajes con fines turísticos, mientras estuvo suspendida no se pudieron obtener estimaciones desagregadas por motivo del viaje, tipo de alojamiento, organización del viaje, país de residencia habitual y destino principal del viaje. Esto discontinuó la serie estadística y evitó poder ofrecer a las personas usuarias información relevante y oportuna. Sin embargo, para julio, se restableció la estimación del turismo emisor en base a las entradas de residentes en el momento de su regreso al país.



Sociocultural:

Oportunidades:

Con la cuarentena en el 2020 la vida cambió en varios aspectos además del uso de barbijo. Todos tenían que cumplir el confinamiento estricto y permanecer en sus hogares, en los únicos momentos donde podían salir de sus casas era para buscar alimentos o artículos de limpieza. Mediante esta situación que continuó hasta la actualidad, permitió obtener diferentes actividades de ocio. Según una encuesta del CONICET, las actividades de ocio más elegidas fueron ver series y películas (59%) y realizar actividades físicas (48%). Al permanecer gran tiempo en los hogares, obtuvo como consecuencia gran cantidad de personas que comienzan a realizar actividad física por su cuenta, sea en el hogar o, cuando se permitió, en espacios públicos al aire libre.



Este año se comienza a implementar El Plan Nacional de Igualdad en la Diversidad 2021-2023. El mismo busca crear condiciones de igualdad en la diversidad para que las mujeres y LGBTI+ tengan la posibilidad de acceder a sus derechos. Entre estos derechos se encuentran:

- Reducir la diferencia de género en el ámbito laboral entre mujeres, LGBTI+ y varones.
- Permanencia y promoción de mujeres y LGBTI+ en la educación con mismas condiciones.
- Reducción de la desigualdad en el acceso, uso y producción de TICs por parte de mujeres y LGBTI+, con igualdad de oportunidades .
- Reducir la desigualdad en el ámbito de la cultura, arte y comunicación.
- Mayor acceso y oportunidades para mujeres y LGTBI+ en relación a actividades deportivas.
- Promover políticas públicas con el derecho a la participación igualitaria.
- Producir y actualizar información necesaria para la orientación de las políticas públicas de género, igualdad y diversidad.

La tendencia de la sociedad argentina a alejarse de las posturas tradicionales en temas relacionados con la diversidad sexual y familiar creció con respecto a la encuesta realizada en 2008.

A través de la encuesta Nacional sobre creencias y actitudes religiosas en Argentina, realizada en 2019 por el programa Sociedad, Cultura y Religión del CEIL y CONICET, junto al financiamiento del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la nación, se obtuvieron los siguientes datos:

El número de personas católicas pasó de ser del 76,5% al 62,9%. Las personas que dicen no tener religión, que crecen a un ritmo mayor que otros países, aumentaron del 11,3% al 18,9%. La mitad de ellos con ateos o agnósticos y el resto se relaciona con dios por su cuenta o cree en la energía, la suerte o astrología.

El mayor número de personas sin religión o evangélicos se encuentra en los jóvenes de entre 18 y 29 años. A medida que la edad aumenta, el porcentaje de católicos sube. En los mayores de 65 años, el 81,5% es católico, el 9,5 es evangelico y el 7,7 no tiene religión.

Por un lado, los evangélicos tienen un mayor porcentaje de personas con menor nivel educativo (26,5% no tienen estudios y 21,5% cursaron el primario) y quienes no practican una religión específica tienen un mayor nivel educativo. (27,2% tienen título universitario y 23,4% hicieron un terciario).



Amenazas:

En relación a la desigualdad en el ambiente laboral, las mujeres tienen más probabilidades de desempleo, tienen menos oportunidades y suelen ser empleos de peor calidad y menor carga horaria. Esta situación se agravó con la pandemia por COVID-19 y las medidas de aislamiento decretadas por el Estado Argentino. El 20 de marzo del 2020 se impuso el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO), la gente debía quedarse en los domicilios y esto afectó el trabajo de los ciudadanos.

Las mujeres, quienes ya estaban en una situación de desventaja, salieron desfavorecidas. Según las cifras del INDEC, la participación laboral de las mujeres antes de la pandemia era del 49,5%. Y en el tercer trimestre del 2020 alcanzó el 45,4%; mientras que la tasa de hombres se situó en 69%. En la Argentina, según la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) elaborada por el INDEC en el tercer trimestre del 2020, las mujeres perciben un total de ingresos que, en promedio, son un 23,1% menores que los hombres.

A pesar del gran avance de derechos y de la voz femenina, las tareas de cuidado siguen siendo una responsabilidad de las mujeres. A partir de las estadísticas del INDEC, muestran que 9 de cada 10 mujeres realizan las TDCNR (trabajo doméstico de cuidados no remunerado), realizan más del 75% del trabajo doméstico. De esta manera, cuando el confinamiento aumentó la carga horaria de dichas tareas, debido a la presencia de los niños en la casa en horario escolar, la ausencia de empleadas domésticas y el cierre de geriátricos, las principales afectadas fueron las mujeres.

Según el último informe del centro CEPA (2021), para el segundo trimestre de 2020, las mujeres destinan 70% más de su tiempo a tareas de cuidado. Según una encuesta del CONICET, donde la mayoría de quienes respondieron fueron mujeres, el 63% de los encuestados cocina más y el 61% limpia más desde que se instauró la cuarentena

Actualmente, en relación a la educación, mediante una evaluación de continuidad pedagógica que realizó el Ministerio de Educación en junio del 2020, se detectaron 1.1 millones de chicos que dejaron las escuelas, correspondiendo a un 10% de los alumnos. Los datos, según la encuesta realizada por UNICEF, demostraron que hubo algunas complicaciones con la modalidad virtual, ya que el 18% de los adolescentes del país no tenían internet en las casas y el 37% no tenía computadoras. La falta de material y recursos también son parte de la causa por la que varios estudiantes ingresantes dejaron la carrera en el transcurso del 2020 y 2021.



La carrera de arquitectura, según La Universidad Nacional de Córdoba, es una de las carreras más abandonadas por los ingresantes.



Ambiental:

Oportunidades:

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, dónde se encontrará la Agencia, fue premiada por la gestión y el manejo de los residuos sólidos, por el Centro de Reciclaje, por la economía circular y también por las luminarias LED. Desde el año 2013 se reconoció internacionalmente a la ciudad por su arduo trabajo por un espacio público de calidad y sustentable para llegar a ser una ciudad cada vez más verde. Uno de los premios recibidos fue el Premio al Liderazgo Sostenible de la Cámara de Comercio Argentino-Británico, y fue otorgado por su gestión integral de los Residuos sólidos Urbanos. Su premiación fue producto de las medidas que se han tomado de reducir la generación de residuos, transformarlos en recursos y fomentar la promoción ciudadana.

Otra de las medidas fue la implementación de los Centros de Reciclaje, que resultó ganador en la categoría Manejo de Residuos Sólidos, y ésta hace énfasis en los procesos para reducir, eliminar y/o manejar correctamente los desechos sólidos. También en la ciudad se ha implementado el uso de las Ecobicis, un medio de transporte no contaminante y libre de ruidos que tiene un positivo efecto en la salud. Que, además, disminuye la congestión vehicular, haciendo que el tránsito sea más rápido y fluido, lo que permite que se tenga una mejor movilidad en la ciudad y se respete el espacio sin contaminarlo.

En Villa Soldati se encuentra el Centro de Reciclaje de la Ciudad que es el primero en el país que reúne cuatro plantas de tratamiento de residuos y también, funciona como un centro educativo. Allí, una de las plantas, se encarga del tratamiento de las botellas PET, otra trata el material orgánico y una última se encarga de reutilizar los restos de poda y forestales de los espacios verdes. Este predio trata parte de las 6.000 toneladas diarias de residuos que se generan hoy en la ciudad.

La Ciudad de Buenos Aires es la primera de Latinoamérica en tener un alumbrado público 100% LED. Esta tecnología permite que se disminuya considerablemente el consumo energético, y en consecuencia la cantidad de emisiones de CO2 liberadas a la atmósfera. En la actualidad el 100% de las calles, plazas y veredas de la ciudad cuentan con luces LED, que redujeron más del 50% del consumo energético y se ahorró casi el 30% en gastos de mantenimiento anual. Esta tecnología permite cuidar mejor el medio ambiente.



Para finalizar, el aislamiento social obligatorio para evitar la propagación del coronavirus y la reducción de cantidad de vehículos en circulación que se dió en marzo del 2020 lograron que la Ciudad de Buenos Aires baje su contaminación en un 50%. Se hizo seguimiento de las sustancias relacionadas a la emisión de gases, y se demostró que la contaminación disminuyó en relación al mismo período de 2019.

Amenazas:

Si bien hay gran variedad de medidas o situaciones que protegen el ambiente de la ciudad, también hay otros aspectos que no ayudan a su cuidado. En CABA, las principales fuentes que descargan contaminantes a la atmósfera son el tránsito automotor, las industrias lindantes con el conurbano, y las tres centrales termoeléctricas ubicadas sobre la costa del río. La Central Térmica Costanera es la planta termoeléctrica más grande de Argentina, ubicada en el área portuaria de la Ciudad de Buenos Aires, en la costa del Río de la Plata. Según Carbon Monitoring for Action, esta central es la que más CO2 emite en la Argentina.

En cuanto a lo automovilístico, si bien en marzo del 2020 los niveles de monóxido de carbono, óxidos de nitrógeno y partículas sólidas bajaron hasta un 70% su concentración por el aislamiento, en mayo del 2021 con el aumento del tránsito vehicular la contaminación volvió a los valores previos a la cuarentena estricta. En cuanto a los Centros de Reciclaje de la Ciudad, si bien la gran mayoría de las personas reciclan los residuos que generan, otras tantas no. No existe una educación constante sobre la importancia del reciclado para mejorar la calidad del ambiente en el que se vive, y muchas veces, los tachos verdes de reciclados son dañados, por lo que la gente que respeta el ambiente no tiene donde dejar sus desechos por la inconsciencia de otras personas.

Respecto a las Ecobicis sucede lo mismo que los tachos verdes de reciclado. Este medio de transporte no solo mejora la movilidad de las personas y la reducción de tránsito, sino que también es amigable con el medio ambiente, pero por la inconsciencia de la gran mayoría de la población de la ciudad estas Ecobicis son dañadas, desarmadas y hasta robadas, lo que hace que la gente no pueda utilizarlas. En conclusión si bien La Ciudad Autónoma de Buenos Aires se encuentra en un nivel de contaminación mucho más bajos que otras ciudades, la falta de educación y respeto por las cosas hace que no solo el ambiente se siga perjudicando sino que también la salud de la población.



2.2.1 Empresas oferentes existentes o potenciales:

Las empresas elegidas para la competencia fueron tenidas en cuenta de acuerdo a ciertos criterios, entre ellos, los destinos en los que operan buscando a países europeos y su público objetivo siendo estos los jóvenes. De esta forma, se pudo determinar las siguientes:



Idóneo: Fernandez Vega, Gonzalo Enrique

Matrícula:

Legajo: 16463

Razón Social: EF EDUCACION INTERNACIONAL S.A.

Área geográfica:

- EF fue fundada en 1965 en Suecia, se encuentra en 114 países de América del Norte, Sudamérica, Europa y Asia. Cuenta con 612 oficinas, cuya sede central se ubica en Lucerna, Suiza. En Argentina hay 14 oficinas, en Corrientes, , La Pampa, La Plata, Mar del Plata, Mendoza, Paraná, Chubut, Rosario, San Juan, Santa Fe, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Ofrecen diversos paquetes para universitarios y jóvenes donde les enseñan diversos idiomas. Los viajes se dan a diferentes países del mundo, entre los que destacamos Inglaterra, Francia, Italia, Alemania.

Número de empleados: Actualmente hay 52.000 empleados alrededor del mundo.

EF Argentina es una empresa de financiación privada, que comenzó en 1965 como un emprendimiento llamado Europeiska Ferieskolan (Escuela Europea de Vacaciones). Es una empresa que ofrece una educación que transforma la vida de los ciudadanos, trabaja con personas de todas las edades, nacionalidades y orígenes. Se encargan de combinar la capacitación en idiomas con el intercambio cultural, los logros académicos y los viajes educativos. De esta manera ofrecen cursos y programas que son oportunidades internacionales.

Con respecto a la tarifa de estos intercambios al exterior supone una suma de \$1,550 USD por un intercambio de dos semanas a Londres sin incluir los vuelos. Cada semana de más añadiría unos \$800 USD al precio final. Estas tarifas igualmente van a ir variando dependiendo de las características del programa que se elija y la duración de la estadía.²

² El rango tarifario, puede ser observado fácilmente en la página oficial de EF Education First, con sus variaciones: <https://www.ef.com.ar/ils/destinations/united-kingdom/london/>



FODA

<p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Su segmento apunta a un mercado muy amplio que abarca personas de todas las edades.• Poseen una oferta de aprendizaje a 50 países.• Su oferta está destinada a la enseñanza de aproximadamente 10 idiomas, lo que atrae a la población de jóvenes universitarios a realizar viajes de capacitación.• Poseen una gran presencia en las redes.	<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">• El segmento amplio al que apunta la empresa permite incluir e incrementar los clientes que deseen viajar para adquirir aprendizaje de idiomas, culturas, etc.• Hoy en día es de suma importancia el aprendizaje de idiomas, debido a que luego de esta situación de pandemia las personas ya sean jóvenes o adultos mayores tienen un mayor deseo de viajar a diversas partes del mundo no solo para conocer sino también para aprender y comunicarse.
<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Al enfocarse en un segmento amplio tal vez no logre satisfacer las necesidades de cada grupo etario.• Al ser una empresa reconocida tanto a nivel nacional como internacional, los precios de sus paquetes no son lo suficientemente accesibles para todos.	<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">• La situación de pandemia imposibilita a la mayoría de la población a viajar al exterior por diversas cuestiones como por ejemplo el carnet de vacunación.• La situación económica del país más la situación epidemiológica que está atravesando, puede llegar a frenar la actividad de las empresas turísticas o dificultarla.

Conectar Viajes

Idóneo: Gilardi, Maria Cecilia

Matrícula: 13.608

Tipo: EVT

Legajo: 14.848

Razón Social: S.R.L



Área geográfica:

- Su oficina se encuentra en Paraná 1097, C1018, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Tienen como destino a diferentes lugares a nivel mundial, pero al igual que el anterior destacamos al continente europeo.

Descripción de la oferta: Es una Agencia de Viajes y Turismo habilitada por el Ministerio de Turismo de Argentina. Dan soporte a Club Conectar un equipo de profesionales que aman viajar, conocer nuevos destinos, explorar otras culturas y vivir distintas experiencias. Sienten que cada viaje es una vivencia única que pone a prueba una vez más su capacidad de asombro, que los moviliza, emociona, y llena el alma. Su objetivo es plasmar esa pasión en cada viaje que organizan, buscando superar las expectativas de cada grupo.

Tarifarios: La página cuenta con varios paquetes tanto de viajes por el interior del país como hacia el extranjero, sin embargo, nos basaremos en nuestra competencia directa:

Salida Grupal “Europa Otro Concepto” el día 19 de abril del 2022 a Madrid (3 Noches), Barcelona (2 Noches), Roma (4 Noches), Florencia (3 Noches), Venecia (1 Noches), Niza (2 Noches), Paris (4 Noches) y Londres (3 Noches)..., con una duración total de 23 días tiene un precio final por persona dividido en dos tarifas que incluyen impuesto país y percepción RG4815; Tarifa por Persona en Base Single: \$1.570.079 (USD 11.419), y Tarifa por Persona en Base Doble / Doble a Compartir: \$ 1.239.029 (USD 8.944).³

Segmentos de mercado: Viajes grupales culturales, de solos y solas, exclusivos para mujeres, con distintas temáticas y son por toda Argentina, Europa, USA, el Caribe y al sudeste Asiático.

FODA

Fortalezas

- Variedad de destinos y paquetes acorde al público determinado.
- Segmentos muy marcados del público objetivo.
- Buen manejo de la página, redes sociales y contacto como teléfono y correo electrónico.

Oportunidades

- Al tener más específicos los segmentos a los que apuntan, es más fácil estudiar y conocer la demanda a la que apuntamos.
- Cuando se regularice la situación sanitaria incrementaron los viajes y por ende sus ingresos.

³ El rango tarifario fue extraído de la página principal de la agencia: <https://clubconectar.com/viajes-grupales/3794/salida-grupal-europa-otro-concepto-19-abril-2022>



Debilidades

- Al ser viajes grupales, es un poco imposible el respetar los protocolos o hay mayor dificultad para llevarlos a cabo de la manera correcta. Esto es hablando en esta situación pandémica que estamos atravesando.

Amenazas

- Tener a otros competidores que realizan viajes a los mismos destinos pero a un costo más reducido.
- La situación epidemiológica del país de residencia y el/los países a visitar.



Buteler

Idóneo: D´Alessandro, Tatiana

Tipo: EVT

Matrícula: 15727

Legajo: 15421

Razón Social: Sociedad Anónima

Área geográfica:

- Casa Central: Buenos Aires 1053 1°B, 5000 Córdoba, Provincia de Córdoba, Argentina
- Av.24 De Septiembre N°1936 7°C General Paz

Número de empleados: Entre 1 y 10 empleados

Descripción de la oferta: Buteler Viajes S.A. es una destacada Empresa de Viajes y Turismo habilitada por el Ministerio de Turismo de la Nación con la designación Buteler EVT según legajo N° 15.421 (Disp. 189 / 2013). La misma está integrada por profesionales altamente especializados en la promoción y comercialización de Servicios Turísticos, tanto a nivel nacional como internacional.

Busca desarrollarse como una de las Agencias de Viajes más importantes y reconocidas del país. La empresa ofrece servicios turísticos integrales orientados a distintos mercados, alcanzando una amplia cobertura geográfica y atendiendo a las necesidades de cada cliente.

La agencia cuenta con gran cantidad de paquetes para diferentes partes del mundo, comprendiendo tanto al turismo nacional como internacional. La agencia tiene una gran variedad de paquetes, grupales, para quinceañeras y turismo corporativo. Pero también posee Viaje Low Cost a Europa de 18 días y 17 noches visitando: París, Lucerna, Milan, Verona, Venecia, Padua, Florencia, Roma, Pisa, Niza, Barcelona, Zaragoza y Madrid.



Incluye aéreo internacional volando por AIR EUROPA Córdoba / Madrid/ París // Madrid / Córdoba en clase turista traslados de llegada y salida, alojamiento con desayuno buffet, visita con guía local, visita a una bodega con degustación incluida en la región de Champagne (Francia), Seguro de asistencia médica Universal Assistance.

Segmentos de mercado que opera: Viajes grupales nacionales e internacionales, temáticos, para todas las edades. Cuenta con sección para jóvenes, familias y viajes de negocio.

FODA

<p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Posee una gran variedad geográfica • Tiene diversos paquetes para todas las edades e intereses. • Gran apoyo visual e informativo en la página web, el usuario puede encontrar los itinerarios completos. • Todo los paquetes Incluyen tasas del alojamiento y asistencia al viajero 	<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Paquetes Low Cost para Estados Unidos, siendo este un destino mayormente elegido por los jóvenes.
<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca visualización en las redes sociales, medio donde se conecta gran parte de los posibles clientes. • Los precios no se encuentran en la página y se debe esperar un mail con cotización. • La página no cuenta con información sobre protocolos o cuidados en relación al Coronavirus COVID-19. 	<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Algunos países, como los que forman parte de la Unión Europea, no permiten la entrada al país a aquellos turistas que no tengan la vacuna aprobada por la OMS (Organización Mundial de la Salud). De igual manera, algunos países, como Malta, no permiten el ingreso a menos que dichas vacunas se hayan aplicado en alguno de los países pertenecientes a la Unión Europea. • La situación económica del país puede afectar la decisión de contratar paquetes turísticos mediante una agencia de viajes.





Tipo: OTA

Legajo: 8362

Razón Social: S.R.L

Área geográfica

- Poseen sucursales en CABA, provincia de Buenos Aires, Chubut, Neuquén, Mendoza, San Luis, San Juan, Córdoba, La Rioja, Tucumán, Salta, Chaco, Formosa, Santa Fe, Corrientes y Entre Ríos. Asimismo, posee otros 8 puntos de venta distribuidos en México y Colombia.
- Algunos de los destinos que operan son Argentina, Brasil, el Caribe, República Dominicana, México, Colombia, EEUU, Aruba, Turquía, Italia, Egipto, Inglaterra, Emiratos Árabes, España, Alemania, República Checa, etc.

Número de empleados: Más de 1.000 empleados distribuidos entre sus sucursales.

Descripción de la oferta: Almundo es una agencia omnicanal que conjuga lo online con lo presencial para una mejor experiencia. Utilizan la innovación tecnológica para democratizar los viajes y crear experiencias soñadas para sus clientes. Dentro de su página web ofrecen las opciones de reservar alojamientos, vuelos, paquetes nacionales e internacionales, actividades, asistencias, transporte, circuitos, etc. Asimismo, ofrecen la opción para que los clientes armen su propio paquete, comparando destinos y precios, y eligiendo sus propios vuelos, alojamientos, excursiones, etc. Por último, cuentan con expertos para asesorar a los clientes en sus viajes, teléfonos disponibles las 24hs y 70 sucursales distribuidas en todo el país.

Con respecto al rango tarifario de sus paquetes, aquellos a Europa y Asia, sin aéreos incluidos, tienen un costo que va desde \$56.000 a \$250.000 según el destino. En este momento las ofertas a los que corresponden estas tarifas son de paquetes a Italia, Egipto, Turquía, Inglaterra, Francia y Emiratos Árabes.⁴

⁴ El rango tarifario fue tomado del sector de "Paquetes" de la página oficial de Almundo:
<https://almundo.com.ar/paquetes-turisticos/regiones/paquetes-turisticos-a-europa>



FODA

Fortalezas

- Poseen una gran variedad de ofertas turísticas que van desde destinos nacionales a internacionales.
- Ofrecen variados servicios como paquetes, alojamientos, circuitos, actividades, asistencia, transporte, etc.
- Poseen un segmento variado.
- Cuentan con una plataforma fácil de manejar, con toda la información necesaria.
- Unen la tecnología con las personas para ofrecer un servicio personalizado que se adapte a cualquier segmento.
- Fomentan la creatividad y la innovación frente a su personal y usuarios.
- Ofrecen la posibilidad de el armado de tu propio viaje en conjunto con asesoramiento por profesionales.

Oportunidades

- Su segmento es variado, por lo que poseen una mayor oportunidad de venta.
- El integrar lo mayor posible la tecnología con sus servicios, y al mismo tiempo, haciéndolo fácil y rápido, se ajustan a las tendencias del mercado actuales.
- Poseen una atractiva plataforma de empleo en donde fomentan la innovación y la creatividad y asimismo, inspiran un buen ambiente laboral.

Debilidades

- Su plataforma indica que hay más destinos con los que operan, pero no todos los paquetes se encuentran fácilmente.
- El área de paquetes en su plataforma debería estar dividida por países.
- Al no tener un segmento específico y ser muy variado, es difícil captar las preferencias de todos sus consumidores.

Amenazas

- El contexto de pandemia aún sigue vigente, con un futuro incierto para la actividad turística.
- El estado de la economía en Argentina aún sigue siendo un problema con el aún creciente porcentaje de inflación.
- Al mundo posee fuertes competidores como Despegar, Avantrip o Atrápalo.





Tipo: OTA

Legajo: 13969

Razón Social: SRL

Área geográfica:

- Su oficina está situada en Av. Chiclana 3345 - 6° Piso - CP: 1259 (CABA)
- Algunos de los destinos que operan son distintos puntos de Argentina, Brasil, EEUU, Caribe, República Dominicana, Chile, México, Colombia, España, Italia, Marruecos, Austria, Hungría, Croacia, Bosnia, Eslovenia, Países Bajos, Emiratos Árabes, Francia, Grecia, etc.

Número de empleados: 300 colaboradores en las áreas de Tecnología, Comercial, Operaciones, Administración, Producto digital y Marketing

Descripción de la oferta: Avantrip es una agencia argentina de viajes online. Su lema es que la mejor inversión que se puede hacer en esta vida es viajar, y trabajan por ofrecer a sus clientes de manera práctica y transparente todos sus servicios. Su plataforma ofrece a las personas poder planificar su viaje con más de 100 aerolíneas y más de un millón de opciones en alojamiento por distintos puntos del mundo. Al igual que Almundo, uno de sus competidores, ofrecen asimismo las opciones de reservar alojamientos, vuelos, paquetes nacionales e internacionales, actividades, seguros, transporte, cruceros, etc.

Avantrip es la agencia del Programa Quiero Viaje del Banco Galicia y parte del grupo Biblos América.

Con respecto al rango tarifario de sus paquetes a Europa, varían entre los \$100.000 y los \$430.000 con la visita de varios países en un mismo paquete.⁵

⁵ El rango tarifario está fácilmente visible en la página oficial de Avantrip, en la que se pueden observar diferentes paquetes armados. Se puede observar en https://www.avantrip.com/paquetes/promociones/paquetes-turisticos-europa-y-medio-oriente/?icn=generico&ici=paquetes_home_cluster_europa_11



FODA

<p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Poseen una práctica y dinámica página web.• Ofrecen una gran variedad de productos y servicios, así como la opción de adquirir paquetes pre armados o que los clientes armen los propios.• Asimismo, realizan viajes corporativos con el nombre de Avatrip Pymes.• Su sitio web posee información concreta y muy completa tanto de la empresa como de lo que incluyen sus paquetes.• Está posicionada como una de las 4 mejores OTAs de Argentina• Es la agencia del Programa Quiero Viaje del Banco Galicia y parte del grupo Biblos América.	<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Los usuarios son cada vez más dinámicos y exigentes en la búsqueda y compra de pasajes online, por lo que Avatrip se ajusta a esas necesidades.• Poseen un segmento variado, por lo que tienen la posibilidad de adquirir mayores ventas.• Colocar nuevas sedes en distintas provincias abarcando un alcance más federal.
<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Con un segmento tan variado, es más difícil captar las preferencias de todo el mercado.• Poseen solo 3 sucursales en CABA. Lo cual indica una centralización.	<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">• El contexto de pandemia aún sigue vigente, con un futuro incierto para la actividad turística.• El estado de la economía en Argentina aún sigue siendo un problema con el creciente porcentaje de inflación.• Al mundo cuenta con fuertes competidores.



4. PLAN DE MARKETING

4.1 Selección de segmentos a operar

4.1.1 Perfil del segmento de nuestra oferta:

Luego de haber analizado las oportunidades de negocio, se procederá a realizar una segmentación sobre los potenciales clientes a los que será orientado la agencia. Para ello tendremos en cuenta una serie de variables:

- ✘ **Geográfica:** Nuestro segmento geográfico está orientado a los ciudadanos o residentes argentinos.
- ✘ **Demográfica:** Estará orientada a Millennials (de 18 a 35 años) cuyo nivel educativo sea universitario/terciario (graduados o por graduarse).
- ✘ **Conductuales:** La personalidad a la que aspiramos que tengan los viajeros son las siguientes:
 - **Personalidad del emprendedor:** Queremos que los estudiantes vean oportunidades de negocio en cada destino seleccionado específicamente para su grupo, y sientan la seguridad de poner en marcha sus propios proyectos.
 - **Personalidad sociable:** Aspiramos a una personalidad sociable ya que los viajes serán grupales, ya sea con personas conocidas o desconocidas. Queremos personas que disfruten rodearse de otras, relacionarse con ellas y compartir su tiempo con los demás.
 - **Personalidad innovadora:** Buscamos personas que estén abiertas al mundo. Que puedan asociar, preguntar, observar, experimentar y descubrir.
- ✘ **Estilo de vida:** Los potenciales clientes dentro de nuestra agencia estarán orientados a buscar elementos culturales y atractivos para la carrera que estudiaron, pudiendo así reforzar conocimientos, al mismo tiempo que disfrutan de ellos.
- ✘ **Target:** Nivel socioeconómico; B (Alta) y C+ (Media alta)
- ✘ **Por consumo (Douglas Holt)**
 - **Consumo por experiencia:** Segmentamos nuestro mercado a través de la experiencia que pretendemos brindar, enfocándose en un viaje único de graduación. Conociendo lugares y realizando actividades pensadas exclusivamente según sus intereses particulares.



- **Consumo por rol:** Segmentamos el mercado en base a los distintos productos que ofreceremos, ya que están pensados para los distintos grupos de personas en las que hacemos foco principal (egresados de la carrera de arquitectura, ingeniería civil, artes, turismo, hotelería y gastronomía, entre otras).

✂ **Por mercado:** Potencial.

✂ **Por nueva visión mercado:** Innovadores, ya que se presenta una nueva idea en el mercado; y pragmáticos, ya que buscamos que quienes accedan, puedan aprovechar un beneficio precio calidad.

Además, a través de un informe realizado por Singerman y Makon, *Desafíos del turismo en Argentina*, los resultados que se observaron en las encuestas, en primer lugar, sobre la “Figura 4” es que el 54% considera que sus deseos por viajar han aumentado luego del aislamiento. De este porcentaje, la mayoría es la de los jóvenes de entre 17 y 30 años.

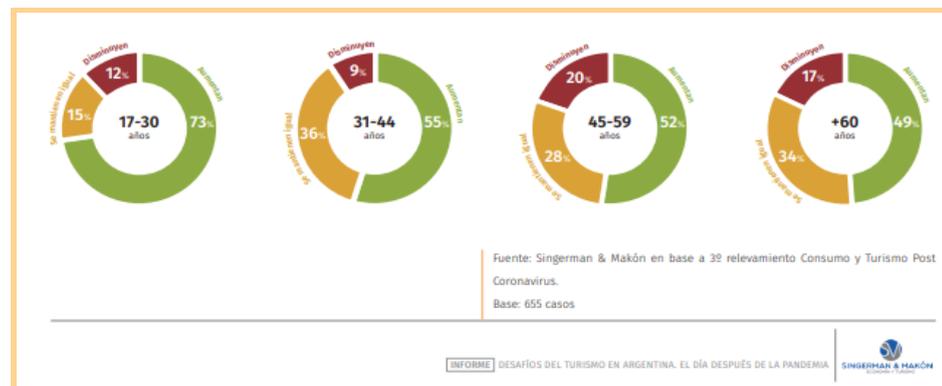


Figura 4 (Fuente: Singerman y Makon, *Desafíos del turismo en Argentina*. P.21)

Continuando con el informe mencionado anteriormente realizado por Singerman y Makon, en la “Figura 5” se demostró que el 15.4% de personas que desean viajar al exterior están comprendidas entre los 17 y 30 años (como se mencionó en el gráfico anterior), continuando con el 13.4% de 31 a 44 años. A su vez las personas de 45 a 59 años cuentan con un 23.4%, y finalmente los mayores de 60 años con un 28.4%.

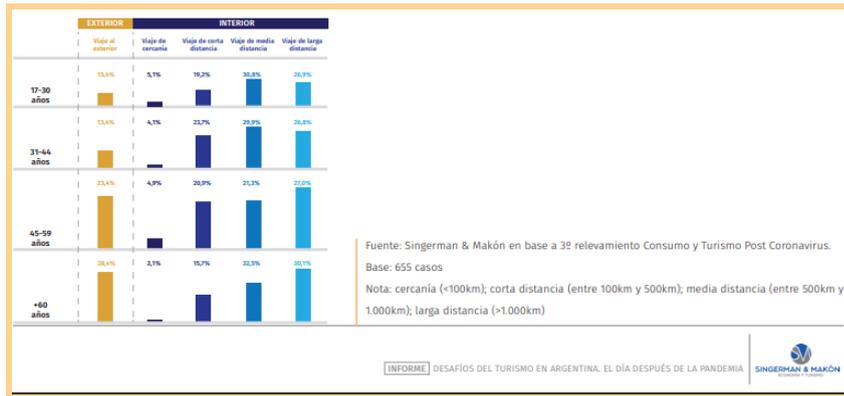


Figura 5 (Fuente: Singerman y Makon, Desafíos del turismo en Argentina. P.31)

Siguiendo con el mismo informe realizado por Singerman y Makon, los resultados que se muestran respecto a la “Figura 6” es que el 22,7% desearía realizar un viaje al exterior, mientras un 75.3% prefiere los viajes al interior, y dentro del mismo, un 28.1% que especifica que quiere un viaje de larga distancia.

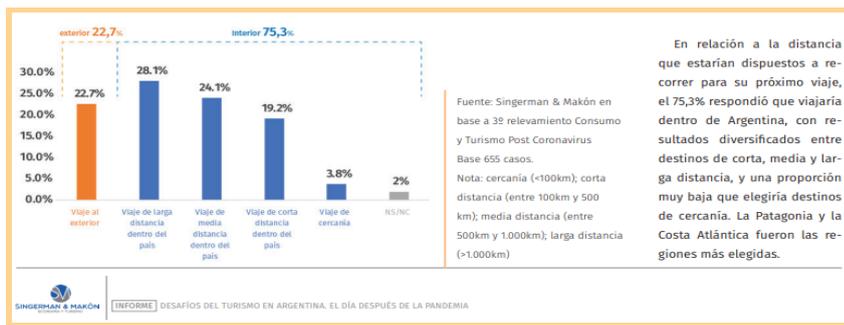


Figura 6 (Fuente: Singerman y Makon, Desafíos del turismo en Argentina. P.30)

Según el texto “Aprender a través del viaje: el turismo mochilero como experiencia educativa” de Cabello, Antonio Martín y Almudena García, Manso, se señalaba que los viajes y la educación van de la mano. Los autores afirman que, en el transcurso del Gran Tour, el objetivo era que los jóvenes adquirieran experiencias y conocimientos en sus viajes para su futuro desempeño profesional. El texto hace hincapié en el deseo de conocer nuevas culturas y poner a prueba los conocimientos y habilidades en un ambiente diferente al ajeno.



Motivación para emprender el viaje	Valoración
Descubrir nuevos lugares y cosas	6,3
Adquirir un mayor conocimiento del mundo	6,2
Escapar de la vida diaria, el hogar y la monotonía del ocio y la rutina diaria	5,2
Pasar un buen rato con los amigos	4,9
Gusto por el estilo de vida viajero	4,6
Relajarse mental y físicamente	4,6
Comprobar las habilidades	4,0
Retarse a sí mismo	3,9
Hacer nuevos amigos	3,8
Confusión acerca de los planes de futuro	2,2
Consejo de amigos y familiares	2,1
Obtener un sentimiento de pertenencia	1,8
Finalizar compromisos de los estudios	1,6
Mejorar el estatus	1,4
Posponer las tareas actuales	0,8
Finalizar compromisos del trabajo	0,7
Buscar empleo	0,5
Búsqueda de un socio adecuado	0,5

Fuente: Niggel y Benson, 2008: 149. (Escala: 1 sin importancia y 7 muy importante).

Figura 7 (Fuente: Cabello y Almudena García, *Aprender a través del viaje: El turismo mochilero como experiencia educativa*. P.10)

La anterior tabla “Figura 7” demuestra que la mayor valoración (6,3 - descubrir nuevos lugares y cosas- y 6,2 - Adquirir un mayor conocimiento del mundo-), identificada por los jóvenes, tiene que ver con el aprendizaje y la educación desde otra perspectiva, siendo esta su principal motivación a la hora de emprender un viaje.

Por otra parte, decidimos encuestar a 253 jóvenes de entre 18 y 35 años donde se pudo obtener ciertas opiniones relevantes sobre la propuesta del presente trabajo:

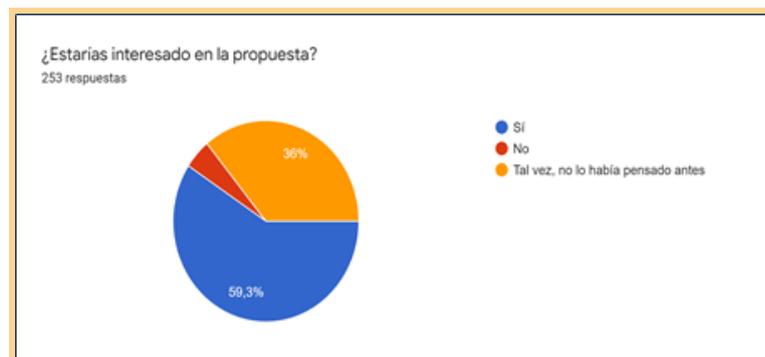


Figura 8

De esta forma llegamos a la conclusión que un 4,7% no estaría interesado en la propuesta, mientras un 36% colocaron tal vez, y un 59,3% está interesado en la misma.



Figura 9

Respecto a la contratación de una Agencia; se encontró un 13,8% que decide organizar el viaje por su cuenta, vía online. Un 28,9% que tal vez se decidiría por contratar una Agencia. Y un 57,3% que contrataría una Agencia, despreocupándose de cualquier organización.

4.2 Objetivos comerciales previstos

4.2.1 Objetivos comerciales de nuestra empresa

Objetivos a Corto Plazo

- Dar a conocer la empresa a un 40 % de los jóvenes de diferentes universidades, en Argentina, en un período de seis meses a través de redes sociales y folletos.
- Alcanzar un 35% de público en la comunidad online de la empresa en un plazo de nueve meses

Objetivos a Mediano Plazo

- Aumentar en un 40% la frecuencia de compra del público objetivo dentro de un año;
- Acrecentar los usuarios que consultan tanto la página como las redes sociales en un 60% para un período de 3 años;
- Reforzar en un 50% el alcance de la imagen de nuestra empresa pudiendo llegar a ser conocidos en distintas universidades del país, en un período de 4 años.
- Inaugurar al menos 4 nuevas oficinas, ubicadas en diferentes provincias del país en un período de 6 años.

Objetivos a Largo Plazo

- Ampliar nuestra oferta a otros continentes pudiendo así, tener en cuenta a otras carreras en un período de 8 años
- Posicionarnos en el mercado como una de las mejores empresas de viajes para jóvenes dentro de un periodo de 10 años.



4.3 Producto

4.3.1 Los productos ofrecidos

Primer paquete para las carreras de Turismo, Hotelería y Gastronomía:

Este paquete como todos los que ofrece nuestra agencia, son temáticamente exclusivos de las carreras de Turismo, Hotelería y Gastronomía por ello tendremos en cuenta:

- Que, para la carrera de Hotelería, nuestros pasajeros durante todo el viaje se hospedan en hoteles o emprendimientos innovadores, fuera de los tradicionales, con grandes ideas para que puedan incorporar si su deseo es ser dueños de un emprendimiento propio a futuro o que puedan incorporar diversas formas de trabajar.
- Así mismo, se tendrá en cuenta a la carrera de Turismo donde se considerarán los principales atractivos para poder recorrer en una pequeña cantidad de días, y que se puedan obtener ideas así para implementar en nuestro país de acuerdo a la innovación y tecnología de las visitas; así como las medidas de protección para los diferentes recursos turísticos.
- Por último, respecto a la carrera de Gastronomía tomaremos diferentes restaurantes de tres estrellas Michelin para que enseñen a nuestros pasajeros sobre cómo trabajar con la calidad de sus comidas típicas, con la idea de que los pasajeros preparen sus comidas propias con ayuda y guía de los impecables chef de esos restaurantes, al mismo tiempo que aprenden sobre la preparación de las comidas tradicionales de los distintos sitios.

En el siguiente cuadro se detallan los atractivos por país, ciudad y días, donde se les brindará un tiempo libre para usarlo de forma independiente.

Se detallará asimismo lo que se considera importante para cada carrera: Teniendo en cuenta al **marrón** como color para hotelería (un hotel por ciudad), **naranja** para los diferentes atractivos turísticos, y **beige** para los restaurantes seleccionados en gastronomía:



España

Observaciones:

Madrid: La primera ciudad que visitaremos es Madrid, la capital de España, y también la ciudad española que más visitantes atrae, posicionándose como una de las ciudades más populares de Europa. La razón por la cual daremos comienzo en la misma es debido a que cuenta con una perfecta combinación de oferta cultural, monumental y de ocio, además de una gastronomía que enamora, siendo esencial para nosotros, poder conocer una de las culturas que más nos representa en Europa como argentinos. Donde se puede encontrar auténticas joyas en sus museos, firmadas por pintores y escultores que han dejado huellas en la historia del arte, entre los museos que contienen dichas joyas mencionamos El Museo del Prado, el Reina Sofía y el Thyssen son el gran ejemplo de ello.

Barcelona: La segunda ciudad que visitaremos, se encuentra situada a orillas del Mar Mediterráneo, es una ciudad cosmopolita que al igual que Madrid es una de las ciudades más visitadas del continente. Nos resultó interesante que forme parte del recorrido, debido a su impresionante oferta cultural, que, si bien posee grandes museos, su cultura se aprecia realmente paseando por sus calles llenas de historia y encanto, donde se debe mencionar al artista Antonio Gaudí, cuyas obras de arte son visibles en la Sagrada Familia, el edificio modernista de La Pedrera o el sorprendente Parque Güell. Por otro lado, como otra cara de una misma moneda, la ciudad nos deleita con sus relajadas playas, además de una exquisita y única oferta gastronómica. Todo ello es la razón por la cual creemos que recorrer esta ciudad será totalmente beneficioso para nuestros estudiantes y/o graduados.

Ciudad	Días	Atractivos	Restaurantes
Madrid Hotel: Sleep´N Atocha	Día 1	<ul style="list-style-type: none"> ● Puerta del Sol ● Calle Mayor y Plaza Mayor ● Palacio Real de Madrid 	<u>Almuerzo:</u> Restaurante DCorazon



<p>(Certificado por B corp en España)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ópera y Templo de Debod ● Plaza de España ● Gran Vía ● Barrios de Malasaña y Chueca ● Calle Alcalá (Plaza de Cibeles, Puerta de Alcalá) ● Parque de El Retiro 	 <p>Cena: Bodega de los Secretos</p> 
	<p>Día 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Atocha ● Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía ● Museo del Prado ● Museo Nacional Thyssen-Bonemisza ● Barrios de Huertas, Lavapiés y Latina ● Madrid Río 	<p>Almuerzo: DSTAgE (2 estrellas Michelin)</p>  <p>Cena: La Caníbal (Bar - Restaurante)</p> 
<p>Barcelona</p> <p>Hotel Rec Barcelona</p>	<p>Día 3</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Basílica de la Sagrada Familia ● Park Güell ● Paseo de Gracia (la Casa Enric Batlló, la Casa Bonaventura Ferrer, el Palau Malagrida y el 	<p>Almuerzo: Casa Carmen Passeig de Gracia</p>



Palau Robert, la Casa Amatller, la Casa Mulleras y la Casa Lleó i Morera)

- Plaza Cataluña
- Barrio Gótico (Catedral de la Santa Creu i Santa Eulàlia, el Carrer del Bisbe, el Templo de Augusto, la plaza del Rey, la plaza de Sant Felip Neri, Els Cuatre Gats, la Plaza Sant Jaume y la Plaza Real.)
- Las Ramblas
- Fachada del Liceo
- El mural de Miró en el suelo
- Monumento a Colón



Cena: Fismuler



Día 4

- La Pedrera o Casa Milá
- Casa Batlló
- Palau de la Música Catalana (Barrio de la Ribera)
- Basílica Santa Maria del Pi, las plazas del Pi y de Sant Josep Oriol
- La calle Petritxol (calle del chocolate)
- Barrio El Born (Basílica de Santa María del Mar, Museo Picasso, Antiguo Mercado del Born, el Mercado de Santa Catarina, la calle Montcada,

Almuerzo: Dos Palillos (1 estrella Michelin)



Cena: Elsa y Fred



	<p>la capilla Marcus, la Iglesia de Sant Pere de les Puelles y la bonita Estación de Francia)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Parque de la Ciutadella (Arco del Triunfo, por el Paseo de Lluís Companys entrada a la Exposición Universal) ● Plaza España. puerta de entrada a la montaña de Montjuïc: Fuente Mágica de Montjuïc, Palacio Nacional, (Museo Nacional de Arte de Cataluña), Centro Comercial Las Arenas 	
--	--	--

Francia	
Observaciones:	<p>París: <i>La tercera ciudad que visitaremos es la famosa ciudad de París, capital de Francia, también conocida como la “Ciudad de la Luz”. Esto se debe tanto a su fama como ciudad estandarte de las artes y las ciencias como así también por la temprana iluminación de sus calles. En esta ciudad recorreremos los monumentos que la caracterizan, los museos más importantes y visitaremos diversos atractivos de interés tanto cultural como natural que harán de nuestros pasajeros una experiencia única e irrepetible. Además, considerando que es una de las capitales gastronómicas más importantes también seremos parte de una experiencia única para nuestros estudiantes o graduados. Donde aprenderán acerca de la historia de los platos típicos de esta magnífica ciudad, así como también sus recetas para poder llevarlas a la práctica en su vida como profesionales.</i></p>



Ciudad	Días	Atractivos	Restaurantes
<p style="text-align: center;">París</p> <p style="text-align: center;">Hotel Odyssey by Elegancia</p> 	Día 5	<ul style="list-style-type: none"> ● Torre Eiffel ● Campo de Marte ● Los Inválidos 	<p style="text-align: center;"><u>Almuerzo:</u> Le Royal Cambronne</p>  <p style="text-align: center;"><u>Cena:</u> Alléno París (3 estrellas Michelin)</p> 
	Día 6	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo de Louvre ● Ile de la Cité (Catedral Notre Dame, la Conciergerie y Sainte Chapelle) ● Panteón ● La Gran Mezquita 	<p style="text-align: center;"><u>Almuerzo:</u> Le Nemours</p>  <p style="text-align: center;"><u>Cena:</u> Restaurant Kei (Especializado en alta cocina francesa)</p> 

	Día 7	<ul style="list-style-type: none"> ● Palacio de Versailles - Campos Elíseos ● Opera Garnier ● Jardín de las Tullerías ● La Plaza de la Concordia ● El Arco del Triunfo. 	<p><u>Almuerzo:</u> African Lounge</p>  <p><u>Cena:</u> Epicure (3 estrellas Michelin)</p> 
	Día 8	<ul style="list-style-type: none"> ● Trocadero ● Montparnasse ● Las catacumbas ● Los Jardines de Luxemburgo ● Galerías Lafayette ● Promenade Plantée 	<p><u>Almuerzo:</u> Café Oz Denfert</p>  <p><u>Cena:</u> Mobster Diner</p> 



Reino Unido

Observaciones:

Londres: *La cuarta ciudad que visitaremos es la capital política y económica del Reino Unido, una de las ciudades más visitadas del mundo debido a su carácter especial y cosmopolita. Londres es diversión, cultura, luces y color. Se puede observar al impresionante Big Ben, contemplar el mundo desde el London Eye o presenciar el Cambio de Guardia frente al Palacio de Buckingham. La elección de esta ciudad se debió a su importancia turística representando el lugar de los castillos, los museos, sus increíbles iconos como lo son los micros rojos, su oferta de compras como así también sus espacios al aire libre, entre tantas otras cosas que deleitan a todos los gustos, sean primera visita o no. También para los gastronómicos se encuentra una gran oferta, destacándose la tarde, con su famosa hora del té, además de la comida ofrecida para cualquier presupuesto en las calles londinenses, sin dejar de mencionar a los restaurantes más lujosos del mundo.*

Ciudad	Días	Atractivos	Restaurantes
<p>Londres</p> <p>Hotel: The Corner London City</p> 	<p>Día 9</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● La Galería Nacional ● London Eye ● Palacio de Westminster ● Big Ben ● La Abadía de Westminster ● El Palacio de Buckingham ● Piccadilly Circus ● Oxford Street 	<p><u>Almuerzo:</u> Wagamama</p>  <p><u>Cena:</u> Amber Restaurant</p> 



	Día 10	<ul style="list-style-type: none"> ● Covent Garden ● British Museum ● Camden Town ● Hyde Park 	<p><u>Almuerzo:</u> Museum Tavern</p>  <p><u>Cena:</u> Le Dame le Pic (2 estrellas Michelin)</p> 
	Día 11	<ul style="list-style-type: none"> ● La Catedral de San Pablo ● El teatro "The Globe" ● Museo Tate Modern ● El Monumento al Gran Incendio de Londres ● London Bridge ● La Torre de Londres ● Castillo de Windsor ● Línea del meridiano de Greenwich ● Harrods ● Notting Hill y mercado de Portobello 	<p><u>Almuerzo:</u> The Folly</p>  <p><u>Cena:</u> Lahore Kebab House</p> 



Países Bajos

Observaciones:

Ámsterdam: La quinta ciudad a visitar dentro de este itinerario, es la ciudad capital de Países Bajos, conocida como "la Ciudad de las Bicicletas" debido a que hay cuatro veces más bicicletas que coches. Casi el 60% de los ciudadanos usa la bicicleta cada día. El país tiene incluso su propia embajada de la bicicleta, la Dutch Cycling Embassy. Se puede recorrer sus canales estando rodeado de bicicletas. Culturalmente Ámsterdam está a la vanguardia de Europa en cuanto a espectáculos, arte y museos. Entre los principales museos de Ámsterdam se encuentran grandes exponentes como el Rijksmuseum, el Museo Van Gogh o la Casa de Ana Frank. Ámsterdam es una de las ciudades con más ambiente de Europa, tiene un turismo muy joven y eso se observa especialmente por las noches. Respecto a su gastronomía posee influencias de múltiples cocinas, desde sus vecinos alemanes, belgas y franceses hasta española, italiana y asiática, así como también ofrece una variada oferta de cocina internacional, sobre todo restaurantes indonesios por el legado colonial. Esta ciudad nos resulta destacable debido a su diferencia en atractividad respecto a las demás que son parte del itinerario, lo cual será beneficioso también para la formación de nuestro público objetivo.

Ciudad	Días	Atractivos	Restaurantes
Ámsterdam	Día 12	<ul style="list-style-type: none"> ● Paseo en barco por los canales, ● Heineken Experience, ● Casa de Ana Frank; ● Museo Van Gogh; ● El Museumplein o Plaza de los Museos 	<p style="text-align: center;"><u>Almuerzo: Brasserie & Lounge</u></p> 



Hotel: City Hub



- El Rijksmuseum;
- El Museo Stedelijk de Arte Moderno;
- El Mercado de Flores;

Cena: Vinkeles (2 Estrellas Michelin)



Alemania

Observaciones:

Berlín: *La sexta ciudad a visitar, la capital alemana, de la cual se destaca su gran historia con la arrasadora Segunda Guerra Mundial y luego su división debido al famoso Muro de Berlín durante 28 años. Los edificios de arquitectura moderna crean un ambiente especial donde lo clásico se mezcla con lo moderno. Como así se encuentran muchos rastros de su historia, desde lo que queda del muro, los campos de concentración y los búnkeres que transmiten el terror que un día mantuvo la ciudad de la mano del nazismo. El turismo en Berlín ofrece gran cantidad de actividades, se destaca el Museo de la DDR se puede observar el mundo de la República Democrática Alemana; Checkpoint Charlie, escenario de continuas huidas de los ciudadanos del lado Este de Berlín, cuenta su particular historia, mientras que la Isla de los Museos de Berlín ofrece una diferentes exposiciones. Para gastronomía se destaca currywurst (salchicha alemana) acompañada de una buena cerveza berlinesa y junto a la Puerta de Brandeburgo, es una experiencia totalmente única.*

Frankfurt: *Séptima ciudad que recorreremos por la magnífica historia que contiene. Alberga gran variedad de atracciones turísticas como museos, edificaciones antiguas, edificaciones modernas, así también como parques y plazas, que harán que nuestros viajeros se lleven consigo conocimientos y experiencias únicas. Además, la gastronomía de la ciudad es una de las más ricas de la cultura alemana, por lo que a través de los Chefs del*



restaurante Michelin nuestros estudiantes y/o graduados aprenderán sobre ella.

Ciudad	Días	Atractivos	Restaurantes
<p style="text-align: center;">Berlín</p> <p style="text-align: center;">Hotel Nhow Berlín.</p> 	Día 13	<ul style="list-style-type: none"> ● La Puerta de Brandenburgo ● La Pariser Platz ● El Monumento al Holocausto ● Los restos del Muro de Berlín ● Berliner Unterwelten (búnkeres utilizados durante la Segunda Guerra Mundial) ● Alexanderplatz: Catedral de Berlín. ● Isla de los Museos (Museo de Pérgamo y el Museo Nuevo) ● Barrio Judío (Tacheles, centro cultural alternativo) ● Bebelplatz, lugar de quema de libros que los nazis consideraban inapropiados. 	<p><u>Almuerzo:</u> Zur Gerichtslaube (comida típica)</p>  <p><u>Cena:</u> Fabrics (Restaurante del Hotel)</p> 
	Día 14	<ul style="list-style-type: none"> ● Palacio Charlottenburg ● Iglesia Memorial Kaiser Wilhelm ● East Side Gallery ● Checkpoint Charlie ● Topografía del Terror 	<p><u>Almuerzo:</u> Cinco by Paco Pérez (1 estrella Michelin)</p> 



		<ul style="list-style-type: none"> ● El edificio de la Luftwaffe. 	<p><u>Cena:</u> Scheers schnitzel</p> 
<p>Frankfurt</p> <p>Radisson Blu Hotel</p> 	Día 15	<ul style="list-style-type: none"> ● Euro-Monument (estatua con el símbolo del euro) ● El Puente de hierro ● Plaza Römerberg ● Dom Römer (restaurado centro histórico de la ciudad) ● Kleinmarkthalle (mercado principal, con productos tradicionales) ● La casa-museo de Goethe ● Torre Eschenhaimen ● La Ópera antigua ● Maintower 	<p><u>Almuerzo:</u></p> <p>Restaurant Medici (2 estrellas Michelin)</p>  <p><u>Cena:</u> Block House Am Alexanderplatz</p> 

Italia

Observaciones

Venecia: La octava ciudad que será parte de nuestro itinerario, también conocida como “Ciudad flotante”. Archipiélago compuesto por islas conectadas por canales y puentes. Será una experiencia única para nuestros viajeros porque podrán recorrer esta hermosa ciudad repleta de canales a través de un paseo excepcional en las famosas góndolas. Ciudad que consideramos importante para nuestros estudiantes y/o graduados debido a la importancia de su centro histórico- declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO- que alberga gran cantidad de palacios, basílicas, monasterios, museos, puentes, pequeñas plazas y edificios con gran encanto que harán de nuestro viaje una aventura incomparable.

Roma: Última ciudad de nuestro increíble recorrido por los sitios más importantes de Europa. Roma, capital de Italia, es considerada como una de las ciudades más bonitas del continente. También es conocida como la “Ciudad Eterna” porque en ella el tiempo parece haberse parado hace siglos. Posee gran cantidad de monumentos y restos que harán de nuestros pasajeros un viaje en el tiempo. Elegida también por sus atractivos de gran predicamento cultural y natural que dejarán una huella en aquellos que nos acompañen debido a su gran importancia histórica, que luego podrá ser implementada para su futura vida en el rubro del turismo. En Roma nuestros pasajeros podrán aprender sobre las comidas típicas y serán partícipes de vivir una experiencia que sumará conocimientos acerca de las recetas más importantes que nos brindarán los Chefs del restaurante Michelin.



Ciudad	Días	Atractivos	Restaurantes
<p data-bbox="324 571 434 600" style="text-align: center;">Venecia</p> <p data-bbox="248 738 510 767" style="text-align: center;">J44 Lifestyle Hotel</p> 	<p data-bbox="577 256 672 285">Día 16</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="696 256 954 285">● Plaza San Marcos; <li data-bbox="696 312 1039 341">● Campanario San Marcos; <li data-bbox="696 368 902 397">● Palacio Ducal; <li data-bbox="696 424 960 453">● Paseo en góndolas; <li data-bbox="696 480 898 509">● Puente Rialto; <li data-bbox="696 536 1223 622">● Isla pesquera de Burano (restaurante La Trattoria da Romano); <li data-bbox="696 649 1256 783">● Espectáculo de música de Vivaldi, música clásica en la Iglesia de Santa Maria della Pietà. 	<p data-bbox="1552 256 1827 285"><u>Almuerzo:</u> Leoncini</p>  <p data-bbox="1491 505 1888 534"><u>Cena:</u> Ristorante Da Carletto</p> 
	<p data-bbox="577 842 672 871">Día 17</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="696 842 1279 928">● Isla San Giorgio Maggiore (excursión de un día); 	<p data-bbox="1509 842 1872 871"><u>Almuerzo:</u> Bacaro Risorto</p>  <p data-bbox="1592 1064 1792 1093"><u>Cena:</u> Al Covo</p> 

<p style="text-align: center;">Roma</p> <p style="text-align: center;">Hotel Oxford</p> 	<p>Día 18</p> <ul style="list-style-type: none"> ● El Coliseo, ● Palatino y Foro Romano, ● Foro de Trajano, ● Panteon de Agripa, ● Fontana di Trevi; ● Piazza Navona; ● El barrio Trastevere; ● Termas de Caracalla 	<p style="text-align: center;"><u>Almuerzo:</u> Trattoria Luzzi</p>  <p style="text-align: center;"><u>Cena:</u> La Pérgola (3 estrellas Michelin)</p> 
	<p>Día 19</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ciudad del Vaticano <ul style="list-style-type: none"> ○ La Plaza de San Pedro del Vaticano; ○ Capilla Sixtina, ○ Basílica San Pedro, ○ La cúpula de la Basílica de San Pedro, ○ La Necrópolis; ○ Castillo de Sant´Angelo; 	<p style="text-align: center;"><u>Almuerzo:</u> Cresci</p>  <p style="text-align: center;"><u>Cena:</u> Al Forno della Soffitta</p> 
	<p>Día 20</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pompeya: <ul style="list-style-type: none"> ○ Excursión medio día o full day. 2 horas 28 minutos en micro. ○ Ruinas de Pompeya, 	<p style="text-align: center;"><u>Almuerzo:</u> Shaval</p> 



		<ul style="list-style-type: none">○ Monte Vesubio	<p><u>Cena:</u> Ristorante Gusto Pinto</p> 
--	--	---	---



Segundo paquete para las carreras de Arquitectura e Ingeniería Civil:

- Al ser un paquete diseñado exclusivamente para fortalecer e incrementar los conocimientos sobre las carreras de Arquitectura e Ingeniería Civil, se tendrá en cuenta:
- La razón de la elección de las ciudades que conformas el paquete es la importancia en cuanto a arquitectura e ingeniería que se encuentran dentro del continente europeo. Asimismo, se diseñaron estratégicamente los recorridos en orden para que los pasajeros viajen de manera eficaz y más cómoda.
- Todos los tours guiados se van a llevar a cabo por guías profesionales o especializados en arquitectura e ingeniería. Dependiendo la ciudad, se van a tener en cuenta guías especializados en ciertos estilos arquitectónicos.
- Para enriquecer los conocimientos de los pasajeros, se realizarán charlas informativas en ciertas ciudades específicas. Como, por ejemplo, una charla sobre las carreras de arquitectura e ingeniería civil en la Universidad de Oxford en Inglaterra donde, asimismo, se les brindaran a los pasajeros algunas estrategias eficaces para los estudiantes de arquitectura e ingeniería; o una charla con profesionales del movimiento de la Bauhaus en el Bauhaus Archive en Berlín.
- Asimismo, los pasajeros tendrán la oportunidad de asistir a congresos como el Congreso Internacional de Innovación Educativa en Edificación o el Congreso Internacional de Forma Urbana y resiliencia: los desafíos de salud integral y cambio climático en España. También se encuentra el World Conference on Architecture and Civil Engineering en Berlín o el SPACE International Conference on Sustainable Architecture, Planning and Urban Design en Londres, así como muchos otros más. La asistencia a los congresos dependerá de las fechas en las que viajen los pasajeros.
- Cambiaran la cantidad de excursiones por día dependiendo de las fechas en las que se realicen los congresos.
- Cabe aclarar, que cada día de excursión por ciudad posee una cantidad distinta de atractivos. Ya que algunos requieren un mayor tiempo de visita que otros.



España			
Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
<p style="text-align: center;">Madrid</p> 	Día 1	<ul style="list-style-type: none"> ● Real Basílica de San Francisco ● Plaza Mayor ● Monasterio de las descalzas reales ● Mercado Barceló ● Biblioteca Nacional de España ● Bolsa de Madrid ● San Jerónimo el real ● Palacio de Cristal 	<p>En este circuito recorreremos las arquitecturas más emblemáticas e importantes renacentistas, góticas, barrocas y neoclásicas.</p> <p>Conoceremos de la mano de los expertos los siguientes estilos arquitectónicos importantes en Madrid: el modernismo, industrial y el brutalismo.</p>
	Día 2	<ul style="list-style-type: none"> ● Cine Doré ● Caixaforum ● Torres de Colón ● Palacio Longoria ● Fundación Francisco Gines ● Edificio Castelar ● Torres Blancas ● Plaza de Toros de las Ventas 	



Barcelona



Día 3

- Casa Vicens Gaudí
- Park Güell
- Recinte Modernista de Sant Pau Basílica de la Sagrada Familia
- Paseo de Gracia
- Casa Bonaventura Ferrer
- Palau Robert
- La Pedrera
- Casa Batló
- Casa Amatler
- Casa Mulleras
- Casa Lleó i Morera
- Casa Malagrida

Modernismo en su máxima expresión: Un recorrido donde predomina puramente el movimiento modernista. Y quien mejor representante de este movimiento que el arquitecto español Antoni Gaudí, quien distribuyó magnificas obras arquitectónicas por toda Barcelona convirtiéndose así en algunos de los principales atractivos a visitar. El recorrido será guiado por un guía especialista en Gaudí y el Modernismo, se observarán las fachadas sin ingresar a las mismas, por lo que se podrán observar todas sin demorar demasiado tiempo.

Día 4

- Torre Agbar
- Museo del Diseño de Barcelona
- Los Encantes
- Centro Cultural del Born
- Palau de la Música Catalana

El segundo día en la magnífica ciudad de Barcelona consiste en un recorrido algunos de los edificios más importantes en cuanto a arquitectura, con distintas formas y estilos arquitectónicos. Desde la arquitectura modernista y vanguardista hasta el imponente estilo gótico que se puede apreciar por las calles y avenidas de Barcelona.



		<ul style="list-style-type: none"> ● Portal de l'Àngel (Carrer del Bisbe, Templo de Augusto, Plaza de Sant Felip Neri, Els Cuatre Gats, Plaza Real) ● Catedral de Barcelona ● Barrio El Born (Basílica de Santa María del Mar, Capilla Marcus, Iglesia de Sant Pere de les Puelles, Estación de Francia) ● Museu d'Art Contemporani de Barcelona ● Escuela Massana ● Fundación Joan Miró 	
--	--	--	--

Francia			
Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
París	Día 5	<ul style="list-style-type: none"> ● Palacio de Versalles ● Les invalides ● Iglesia de Val-de-grace ● Iglesia de la sorbona ● Panteón de París ● Catedral de Notre Dame 	La ciudad de París también tiene el clasicismo del Gran Siglo, con sus cúpulas y frontones, el sueño de lo antiguo que acariciaba el Renacimiento. En este circuito profundizaremos en el estilo del Segundo Imperio, las innovaciones de Haussmann y la arquitectura metálica celebrada por la Torre





- La Sainte Chapelle
- Palacio Real de París
- Museo de Louvre
- Petit Palais
- Iglesia de San Vicente de Paul

Eiffel, punta de lanza del Art Nouveau. El Art Déco no se queda atrás y su modernidad anuncia los futuros emblemas de cemento y cristal de una ciudad que se renueva sin cesar.

Pasaremos por todos los estilos desde el renacentista, lo gótico, el famoso barroco, el neoclásico y finalmente el estilo moderno.

Día 6

- Fundación Louis Vuitton
- Fundación Le Corbusier
- El Arco de Triunfo
- Museo D'orsay
- Centro Pompidou
- Basílica de Sacre Coeur
- Biblioteca Nacional
- Conciergerie
- Torre Montparnasse
- Torre Eiffel



Reino Unido

Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
<p style="text-align: center;">Londres</p> 	Día 7	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo Británico ● Covent Garden ● Plaza de Trafalgar ● Her Majesty´s Revenue and Customs ● Big Ben ● Palacio de Westminster ● Cámara de los Lores ● Palacio de Buckingham ● Royal Albert Hall ● Serpentine Gallery ● London Mews 	<p>Se puede pensar a Inglaterra como una tierra llena de castillos, mansiones y realeza, y ciertamente lo es. Londres una ciudad que perdió todo durante el Gran Incendio de 1666, donde solo prevalecieron aquellos edificios de piedra a prueba de fuego. Sin embargo, fue una ciudad que logró ponerse de pie nuevamente y hoy posee grandes bellezas arquitectónicas de los siglos pasados y de la actualidad. Se destacan edificios de estilo neogótico, clásico y barroco, sobre todo obras del famoso arquitecto Christopher Wren quien fue el que reconstruyó toda Londres luego del incendio. Asimismo, en sus calles y otros edificios de gran importancia predominan los estilos Neoclásicos, Victorianos, Georgianos y Eduardianos.</p>
	Día 8	<ul style="list-style-type: none"> ● Excursión Full Day: <ul style="list-style-type: none"> ● Castillo de Windsor ● Universidad de Oxford (tour y charla en la universidad sobre las carreras de arquitectura e ingeniería civil) ● Stonehenge 	



	Día 9	<ul style="list-style-type: none"> ● Catedral de San Pablo de Londres ● 30 St Mary Axe ● Edificio Lloyd's ● 20 Fenchurch St ● Monumento al Gran Incendio de Londres ● Torre de Londres ● Puente de la Torre ● City Hall ● The Shard ● Shakespeare's Globe ● Tate Modern ● NEO Bankside Management ● National Theatre 	
--	-------	---	--

Alemania			
Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
Múnich	Día 10	<ul style="list-style-type: none"> ● Palacio de Nymphenburg ● Herz Jesu Kirche ● Lenbachhaus 	Recorremos algunos de los edificios más emblemáticos de una de las principales ciudades de Alemania. Un tour por sus modernos edificios de



	<ul style="list-style-type: none"> ● Karlsplatz (Palacio de Justicia) ● Iglesia de San Miguel ● Catedral de Múnich ● Hirmer Stammhauses ● Marienplatz (Nuevo Ayuntamiento, Columna de Santa María, Viejo Ayuntamiento, Iglesia de San Pedro) ● Residenz ● Odeonsplatz (Monumento Feldherrnhalle, Iglesia de los Teatinos) 	<p>alta tecnología y sus cascos históricos más antiguos.</p>
<p style="text-align: center;">Berlín</p> 	<p>Día 11</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Haus Der Kulturen der Welt (centro artístico) ● 3XN Cube Berlín ● Distrito Parlamentario (Paul Loebe Building, Marie Elisabeth Lüders Haus, Reichstag, Jakob Kaiser Haus) ● Puerta de Bradengurgo ● Monumento conmemorativo del Holocausto 	<p>Berlín es una ciudad que se encuentra en constante cambio. A lo largo de los años se han construido una gran cantidad de nuevos edificios modernos, otros restaurados y recuperados para recuperar el esplendor de esta fascinante ciudad, pero siempre conmemorando su historia. Sin dudas una ciudad repleta de memorias. Con edificios representando estilos que Alemania vio nacer como la Bauhaus y otros estilos originarios de Europa como el</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ● Postdamer Platz (Sony Center, Torre Kollhoff) ● Martin Gropius Bau ● Nueva Galeria Nacional ● Bauhaus Archive ● Bikini Berlin 	neoclasicismo, el gótico, barroco, etc.
	Día 12	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo de Pérgamo ● Jacob und Wilhelm Grimm Zentrum ● Konzerthaus ● Gendarmenmarkt (Catedral Francesa, Deutscher Dom -Iglesia Alemana-) ● Bebelplatz (Catedral Católica de Santa Eduvigis, Universidad Humboldt, Ópera de Berlín) ● Edificio de la Nueva Guardia ● Catedral de Berlín ● Alexanderplatz (Torre de Televisión, Reloj Mundial, Park Inn Hotel) ● Rotes Rathaus 	



Italia

Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
<p style="text-align: center;">Milán</p> 	Día 13	<ul style="list-style-type: none"> ● Casa Corbellini- Wassermann ● Torre Pirelli ● Bosco Verticali ● Piazza Gae Aulenti ● Pinacoteca de Brera ● Teatro La Scala ● Galería Vittorio Emanuele II ● Catedral de Milán ● Palazzo dell' Arengario ● Palacio Real de Milán ● San Bernardino alle Ossa ● Torre Velasca 	<p>En esta magnífica ciudad predominan los edificios con una caracterizada elegancia, acompañados de modernismo influenciado por otros tipos de corrientes como el neoclasicismo y el gótico.</p> <p>Visitando asimismo las obras de algunos arquitectos importantes de Milán como Gae Aulenti, Giovanni Muzio, Piero Portaluppi, Stefano Boeri, Massimiliano Fuksas y Renzo Piano, entre otros.</p>
	Día 14	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo Mudec ● Basílica de San Lorenzo ● Basílica de San Ambrosio ● Iglesia Santa Maria delle Grazie ● CityLife 	



		<ul style="list-style-type: none"> ● Castello Sforzesco ● Trienal de Milán ● Arco della Pace ● Cimiterio Monumentale ● Trade Fair Milano 	
<p style="text-align: center;">Venecia</p> 	Día 15	<ul style="list-style-type: none"> ● Iglesia de la Madonna dell'orto ● Galleria Giorgio Franchetti alla Ca D'oro ● Puente de Rialto ● Campo San Polo ● Scuola Grande di San Rocco ● Palacio Grassi ● Palacio Contarini del Bovolo ● Ca'Rezzonico ● Ponte dell'Accademia ● Galleria dell'Accademia ● Università Iuav di Venezia 	<p>En este circuito descubriremos que Venecia tiene muchos estilos arquitectónicos históricos entre los que destaca el Gótico Veneciano mezcla del gótico con el estilo otomano y bizantino. Tampoco hay que olvidarnos de la arquitectura contemporánea de Carlo Scarpa, Cino Zucchi y destacados ejemplos de construcciones de arquitectos internacionales como el puente sobre el Gran Canal de Santiago Calatrava y el museo Punta della Dogana de Tadao Ando. Por otra parte, también destacan con fuerza las construcciones de los pabellones de los distintos países para la Biennale diseñados por</p>



	Día 16	<ul style="list-style-type: none"> ● Basílica de Santa Maria della Salute ● Torre dell’Orologio ● Punta della Dogana ● Basilica di San Marco ● Fundación Querini Stampalia ● Palacio Ducal ● San Giorgio Maggiore ● Basilica di San Pietro di Castello ● Giardini della Biennale 	<p>estrellas modernas y contemporáneas como Alvar Alto, Bruno Giacometti y muchos más. En definitiva, Venecia es un destino ideal para los amantes de la arquitectura histórica, moderna y contemporánea.</p> <p>Es una combinación entre magia y realidad te envolverán en cuanto se ponga un pie en la Plaza de San Marcos. Venecia es la ciudad de los canales y los puentes, y es una ciudad para recorrerla a pie.</p>
<p style="text-align: center;">Roma</p> 	Día 17	<ul style="list-style-type: none"> ● Coliseo Romano ● Arco de Constantino ● Circo Máximo ● Templo de Hércules y Portuno ● Teatro Marcelo ● Campidoglio ● Arco de Séptimo Severo ● Foro Romano ● Mercado de Trajano ● Basílica Ulpia 	<p>Roma, una de las ciudades con más historia del mundo y que aún conserva gran parte de sus vestigios de civilizaciones pasadas.</p>



	Día 18	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo Nacional Romano, Termas de Diocleciano ● Iglesia de San Carlo alle Quattro Fontane ● Santa Maria della Neve ● San Pietro in Vincoli ● Plaza Venezia ● Sant' Ivo allá Sapienza ● Panteón de Roma ● Plaza Navona ● Templo de Adriano 	<p>Se encontrarán grandes joyas arquitectónicas de la Roma Imperial de estilo románico, otros edificios con estilos como el barroco, modernismo, gótico, contemporáneo, etc. Paseando por las pequeñas calles de Roma es muy probable encontrarse con alguna ruina en el camino. Roma sin dudas posee una gran cantidad y variedad de joyas arquitectónicas, así como impresionantes obras de ingeniería como acueductos, baños termales, carreteras construidas en siglos pasados, etc..</p>
	Día 19	<ul style="list-style-type: none"> ● MAXXI (Museo Nacional de Arte del siglo XXI) ● Palazzetto dello Sport ● Auditorio Parco della Música ● Museo Borghese ● Trinitá dei Monti ● Castillo de Sant' Ángelo ● Vaticano (Palacio Apostólico, Capilla Sixtina, Tumba de San Pedro, Basílica de San Pedro, Ufficio Scavi) 	



Grecia

Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
<p style="text-align: center;">Atenas</p> 	Día 20	<ul style="list-style-type: none"> ● Templo de Zeus Olímpico ● Arco de Adriano ● Museo de la Acrópolis ● Teatro de Dionisio ● Partenón ● Eretteo (Templo de Atenea y Poseidón) ● Acrópolis de Atenas ● Templo de Atenea Niké ● Odeón de Herodes Ático ● Areopagus Hill ● Iglesia de los Santos Apóstoles ● Estoa de Átalo ● Ágora de Atenas 	<p>Una de las ciudades más importantes de las civilizaciones antiguas, ya que mantiene una gran cantidad de vestigios de la antigua Grecia y años antes de Cristo. Algunos en mejor estado que otros, pero sin embargo se puede apreciar e imaginar cómo se encontraban en sus inicios.</p> <p>Predomina una gran cantidad de templos dedicados a sus dioses, de arquitectura clasicista griego -con tres órdenes definidos que son el dórico, jónico y corintio- y neoclásico.</p>
<p style="text-align: center;">Argólida, Olympia, Delfos</p>	Día 21	<ul style="list-style-type: none"> ● Canal de Corintio ● Micenas (Murallas Ciclópeas, Tumbas Reales, Tesoro de Atreo, Puerta del León, ● Olympia 	<p>Un recorrido de dos días por otras de las ciudades y sitios más importantes de Grecia, en el cual se parte de y regresa a Atenas.</p>





- Yacimiento arqueológico de Olimpia
- Templo de Zeus
- Templo de Hera
- Estadio Olímpico
- Altar de la Llama Olímpica

Día 22

- Delfos
- Antiguo Estadio de Delphi
- Sitio Arqueológico de Delphi
- Templo de Atenea Pronaia
- Pueblo de Arájova



Tercer paquete de Bellas Artes:

Un viaje temático especializado en cine, literatura, escultura, pintura, teatro y danza. Este paquete es ideal para carreras relacionadas con el ambiente artístico. Visitaremos 7 países conociéndolos desde su lado más artístico.

- Para quienes poseen un mayor interés por la pintura, y escultura, descubriremos la vida de reconocidos artistas y una gran variedad de obras que datan de antes de la edad media hasta el siglo XXI. Encontraremos antigüedades clásicas, pinturas del Siglo de Oro neerlandés, de oriente, muestras de arte islámico, egipcio y hasta arte callejero.
- Para los amantes del teatro y la danza, visitaremos las óperas y teatros más importantes de nuestros destinos. También conoceremos importantes lugares que han marcado obras musicales como “The Sound of Music” o “Moulin Rouge”.
- Finalmente, para quienes les interesa el cine y la literatura veremos colecciones gráficas con aproximadamente 65000 dibujos y cerca de un millón de grabados, tanto antiguos como modernos. Visitaremos museos que nos muestran la historia del cine en Europa

Además, conoceremos la casa museo de algunos importantes escritores, haremos un tour conociendo la vida de William Shakespeare y estaremos en los zapatos de Sherlock Holmes. También vamos a atravesar por la ruta de “Harry Potter”, reconocida saga de gran impacto cultural y éxito comercial, la cual tuvo un gran esplendor en el mundo literario y cinematográfico.



España

Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
<p>Madrid</p> 	<p>Día 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mural de Miró ● Puerta del Sol ● Museo Nacional Thyssen-Bonemisza ● La Puerta de Alcalá. ● Museo del Prado ● Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía ● Caixaforum ● Palacio Real de Madrid ● Teatro Real 	<p>Se visitarán algunos de los museos y teatros más importantes de España con relación al ambiente artístico.</p>
<p>Valencia</p> 	<p>Día 2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● UPV (la mejor universidad de Bellas Artes) 	<p>Conocerán El teatro en funcionamiento más antiguo y prestigioso de Barcelona y la colección más completa de arte romano.</p>
<p>Barcelona</p>		<ul style="list-style-type: none"> ● Museo Nacional de Arte de Cataluña ● Plaza España ● Museu d'Art Contemporani de Barcelona 	



		<ul style="list-style-type: none"> ● Gran Teatre del Liceu 	
	Día 3	<ul style="list-style-type: none"> ● Monumento a Colón ● Museo de Picasso ● Palau de la Música Catalana (Barrio de la Ribera) ● Casa Batlló ● Basílica de la Sagrada Familia ● Arco del triunfo 	Se abordarán las obras maestras, desde la colección más completa de la juventud de Picasso, hasta Gaudí y el máximo exponente de la arquitectura modernista catalana
<p>Bilbao</p> 	Día 4	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo de Bellas Artes de Bilbao ● Museo Guggenherm ● Euskal Museoa Bilbao Museo ● Puente zubizuri ● Bilbao Art District ● Azkuna zantrea 	Amplitud cronológica, cubriendo desde el siglo XIII hasta nuestros días, y por la gran diversidad de manifestaciones artísticas

Francia			
Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
París	Día 5	<ul style="list-style-type: none"> ● Barrio Belleville ● Galería Maison Rouge 	Presenciarán un barrio vanguardista, arte moderno y contemporáneo, arte



 	<ul style="list-style-type: none"> ● Opera de la Bastilla ● Modus Art Gallery ● Galerie Daniel Templon ● Centro Pompidou ● Panteón ● Torre Eiffel ● Los Inválidos 	<p>callejero, obras de Enrique Marty y Frank Maedler, teatro de ópera moderno de la ciudad de París.</p>
<p>Día 6</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo de Louvre ● Museo de la Orangerie ● Opera Garnier ● Museo de Orsay ● Grand Plais ● Museo Rodin 	<p>Pinturas impresionistas y postimpresionistas, Pinacoteca dedicada a las artes plásticas del Siglo XIX, edificio de estilo neobarroco del siglo XIX que inspiró la conocida obra "El Fantasma de la Ópera". Se pueden encontrar obras como pensador de Auguste Rodin, El Beso, El caminante, La edad de bronce, la catedral, la puerta del infierno, El padre Tanguy, los burgueses de caláis y el gran vals.</p>
<p>Día 7</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● La casa-museo de Honore de Balzac ● Palais de Tokyo en Paris 	<p>Se visitará el Museo dedicado al arte del siglo XX, un edificio dedicado al</p>



		<ul style="list-style-type: none"> ● Museo de Arte Moderno van Belle de Paris ● El Arco del Triunfo ● Moulin Rouge ● La Opera nacional de Paris 	<p>arte moderno y contemporáneo, la Institución musical de Francia, sucesora de la fundada en París por Luis XIV en 1669, la casa museo de Víctor Hugo, el museo del cine y finalmente el primer museo de arte callejero y post-graffiti en Francia.</p>
	Día 8	<ul style="list-style-type: none"> ● Art 42 ● La cité du cinema de Lucbesson ● La casa-museo de Víctor Hugo 	

Reino Unido			
Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
Londres	Día 8	<ul style="list-style-type: none"> ● Saatchi Gallery ● La Galería Nacional ● Palacio de Westminster ● Big Ben ● El Palacio de Buckingham 	<p>Se verán los edificios más emblemáticos del destino y las pinturas europeas desde el siglo XIII hasta los años 1900.</p>
	Día 9	<ul style="list-style-type: none"> ● British Museum ● Roundhouse ● Museo Tate Modern 	<p>Se apreciarán antigüedades y obras orientales, egipcias, griegas, etruscas, romanas y europeas. Piedra Rosetta y</p>





	<ul style="list-style-type: none"> ● London Bridge ● Royal Ballet 	<p>los mármoles de Elgin, Arte moderno de Picasso, Hockney, Warhol y Dalí. Además de la primera compañía de ballet del Reino Unido</p>
Día 10	<ul style="list-style-type: none"> ● Tour the Sound of Music ● Tour Harry Potter 	<p>Espacios de filmación de la comedia musical “la novicia rebelde” y la Reconocida saga de gran impacto cultural que tuvo un gran esplendor en el mundo literario y cinematográfico “Harry Potter”.</p>
Día 11	<ul style="list-style-type: none"> ● Shakespeare’s Globe ● Sam Wanamaker Playhouse ● Southwark Cathedral ● Golden Hind ● The Rose Playhouse ● George Inn ● National Portrait Gallery ● Staple Inn ● Middle Temple Hall ● Abadía de Westminster 	<p>Se recorrerá la ciudad de Londres por los sitios más importante en la vida de William Shakespeare.</p>



	Día 12	<ul style="list-style-type: none"> ● Sherlock Holmes en Londres ● Un recorrido a pie y otro en Bus 	Nos pondremos en los zapatos del detective y seguiremos su huellas.
--	--------	--	---

Países Bajos

Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
<p>Ámsterdam</p> 	Día 13	<ul style="list-style-type: none"> ● El Museumplein o Plaza de los Museos ● Museo casa de Rembrandt ● El Rijksmuseum; ● Museo Van Gogh; ● El Museo Stedelijk de Arte Moderno; 	Se podrá apreciar no solo colecciones de suma importancia pertenecientes a personajes como Van Gogh y Rembrandt. Si no también, la más famosa colección de pinturas del Siglo de Oro neerlandés y una gran variedad de arte asiático y egipcio

Alemania

Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
Berlín	Día 14	<ul style="list-style-type: none"> ● Alte National Galerie ● La Puerta de Brandenburgo ● Nueva Guardia 	Se verán antigüedades clásicas, de oriente y muestras de arte islámico,



		<ul style="list-style-type: none"> ● Antigua Galería Nacional de Berlín ● Isla de los Museos (Nuevo Museo y museo de Pérgamo) 	además de pinturas y esculturas del siglo XIX
	Día 15	<ul style="list-style-type: none"> ● Bode Museum ● East Side Gallery ● Hombre molecula 	Arte al aire libre, con el símbolo de libertad en la era del muro de Berlín y sus respectivas 102 obras. También se verán pinturas del Siglo XIX como “El caminante sobre el mar de nubes de Chaspan David Friedrich 1818”.
Hamburgo 		<ul style="list-style-type: none"> ● Deichtorhallen ● Arte Gallery Das Kunstkaufhaus ● Museo de Arte de Kinshallan ● Kunsthalle de hamburgo 	

Austria			
Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
Viena	Día 16	<ul style="list-style-type: none"> ● Galeria Belvedere ● Albertina ● Opera estatal de Viena ● Kunsthistorisches ● Museum Quarter 	Podrán conocer una de las más extensas colecciones gráficas del mundo, con 65.000 dibujos. También se apreciará el centro neurálgico de la vida musical vienesa, obras de la edad media y





barroco hasta el siglo XXI y uno de los museos más importantes. El Museo de Historia de Arte de Viena es uno de los primeros museos de bellas artes y Artes decorativas del mundo.

Italia

Ciudad	Días	Atractivos	Observaciones
<p>Venecia</p>	Día 17	<ul style="list-style-type: none"> ● Plaza San Marcos; ● Basilica de San Marcos ● Museo Guggenheim ● Palacio Ducal; ● Paseo en góndolas; ● Puente Rialto; ● Espectáculo de música de Vivaldi, música clásica en la Iglesia de Santa Maria della Pietà. 	Obras del siglo XV y XIV y se recorrerán los principales lugares de Venecia, incluyendo el emblemático templo católico de la ciudad de Venecia y la obra maestra de la arquitectura bizantina en el Véneto.
<p>Milán</p>	Día 18	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo Nacional de la Ciencia y Tecnología Leonardo da Vinci ● Teatro la Scala 	Contemplaremos teatros, la compañía de ballet clásico más antigua y reconocida del mundo, y la mayor



		<ul style="list-style-type: none"> ● Santa Maria delle Grazie ● Milán- Galería Vittorio Emanuele ● Pinacoteca de Brera 	<p>colección italiana de objetos científicos y tecnológico</p>
<p style="text-align: center;">Florenia</p> 	<p>Día 19</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Museo Poldi Pezzoli ● Palacio Real de Milán 	<p>Se verá el DAVIS, museos relacionados a la escultura y pintura, arte gótico y del primer renacimiento italiano (símbolo de riqueza y del poder de la capital toscana en los siglos XIII y XIV); además de una de las más antiguas y famosas colecciones de arte del mundo. El nacimiento de venus de Botticeli y la anunciación de Leonardo da Vinci son algunas de esas obras.</p>
		<ul style="list-style-type: none"> ● Galeria Degli Uffizzi ● Catedral de Santa Maria ● Museo dell Ópera del duomo ● Galleria de academia 	
<p style="text-align: center;">Roma</p>	<p>Día 20</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● El Coliseo, ● Palatino y Foro Romano, ● Panteon de Agripa, ● Fontana di Trevi; ● Piazza Navona; ● Galeria Baghese 	<p>La riqueza artística de la ciudad, la plaza mayor, el centro de entretenimiento donde se desataban batallas sangrientas, colecciones de diversos artistas relacionados con la</p>





Día 21

- Ciudad del Vaticano
- El museo del Vaticano
- Capilla Sixtina,
- Basílica San Pedro,
- La cúpula de la Basílica de San Pedro,

pintura y escultura, relacionadas con los siglos XV a XVIII.



4.3.2 Gama completa de productos ofertados.

- ✓ Paquete de Turismo, Hotelería y Gastronomía
- ✓ Paquete de Arquitectura e Ingeniería
- ✓ Paquete de Bellas Artes
- ✓ Paquete de Idiomas
- ✓ Paquete de Ciencias Ambientales

4.3.3 Necesidad que satisface la propuesta nuestra empresa

La empresa que creamos busca que los jóvenes que se encuentren estudiando una carrera universitaria o aquellos que ya se graduaron puedan ser parte de las experiencias que ayudará al desarrollo como futuros profesionales.

Muchos jóvenes al terminar sus estudios o cuando se encuentran cursando la carrera no están del todo seguros sobre qué hacer luego. Es de esta forma donde el presente proyecto viene a cumplir una función específica ayudando a los recién graduados a afianzar sus conocimientos estudiados previamente, llevar a la práctica experiencias y generar nuevas ideas provenientes de otros sitios, que puedan aplicarse dentro de nuestro país. De esta manera buscamos satisfacer sus necesidades sociales, personales y profesionales, de forma tal que, las experiencias generadas, puedan llevarlas a cabo permitiéndoles así ser más competitivos en relación a la innovación, tecnologías y conocimientos, permitiéndoles ser más eficaces a la hora de emprender.

4.4 El precio

4.4.1 Primera aproximación a los precios

Teniendo en cuenta a nuestra competencia directa, hemos investigado detalladamente llegando a comprobar lo siguiente:

La empresa EF education, que se dedica a hacer viajes de estudios en grupos, ofrecen estadía y comida, pero no están incluidos los vuelos, aproximadamente por un mes estaría rondando los 332.800 pesos (USD3.200), al agregar vuelos el precio varía a aproximadamente en USD4.000, la duración es de un mes con su programa.

Mientras que, por otro lado, tenemos a Conectar Viajes partiendo desde su paquete de viaje a Europa por Italia, Francia, España y Alemania que ronda los USD4.000 y es por 16 días. Si tomamos el precio y agregamos unos 5 días más nos dará un monto aproximado de USD5.250.



Ahora bien, con estos precios estimativos de la competencia pudimos llegar a la conclusión que nuestro precio va a estar entre los USD4.855 (\$505.000 tomado al dólar oficial de la fecha) y USD5.769 (\$600.000) dependiendo el paquete y sus características, ya que están pensados para las distintas carreras que ofreceremos como agencia. Desde una ruta gastronómica por Italia hasta conocer los inicios de la arquitectura renacentista en Francia.

Debido a que lo pensamos tanto para graduados como a estudiantes por graduarse, las fechas estarán representadas en lo que serían vacaciones de invierno -julio- (siendo verano en el hemisferio norte) y vacaciones de verano -diciembre a febrero- (siendo invierno en el hemisferio norte). El valor intermedio que colocamos deja un margen de error el cual será especificado luego con el Plan Financiero.

4.5 Comunicación

4.5.1 Imagen de marca:



Signos de identidad

La marca fue diseñada en base a varios factores que definen el Isologotipo:

- **Isotipo:** El signo gráfico debe hacer referencia por si solo a que se dedica la empresa, en este caso el avión sobre el mundo, nos indica un traslado; el hecho de viajar por el mundo. Asimismo el birrete (gorro de graduación universitario) hace referencia a quienes está dirigido, nuestro público objetivo.



- **Logotipo:** “Once in a Lifetime” cuya traducción es “Una vez en la vida”, hace referencia a que no es posible graduarse de una misma carrera dos veces seguidas, cuestión por la cual se pretende ayudar al graduado a desarrollarse profesionalmente. Somos la primera empresa en diseñar viajes de egresados destinados a universitarios, ofreciendo el disfrute y el aprendizaje a los estudiantes o graduados por única vez.

El tipo de letra, correspondiente a la tipografía “Anaktoria”, se decidió en función de su aspecto juvenil.

- **El color corporativo:** “naranja” fue tenido en cuenta de acuerdo a nuestro público objetivo de jóvenes, ya que es reconocido como el color de la juventud. “#FFD392”. Y el negro también para los detalles del gráfico y tipografía



- **Slogan:** La tipografía tenida en cuenta para nuestro eslogan es denominada “Caveat”. La misma junto con el slogan propiamente dicho, serán mostrados a continuación:

Experiencias únicas para momentos únicos

Mensajes a transmitir: Once in a Lifetime es una agencia de viajes que ofrece distintos paquetes a diversos destinos europeos. La empresa se encarga de organizar viajes para estudiantes y egresados universitarios, dónde se les arma un paquete en base a la carrera que estudian o de la cual poseen un título. Nuestra empresa ofrece este tipo de servicio personalizado para cada grupo de jóvenes, debido a que nos resulta de suma importancia no solo generar experiencias de disfrute, sino que también buscamos profundizar sus conocimientos, a través del aprendizaje, para poder aplicarlos en su futura vida como profesionales.

Medios a ser utilizados: Nuestro posicionamiento se basa principalmente en atributos y necesidades que satisface, combinado con una campaña de comercialización previamente estudiada y planificada.

Los medios de comunicación que elegimos son:



- **Redes sociales:** Siendo las más utilizadas por nuestro público objetivo a través de los dispositivos móviles, destacando el uso más frecuente sobre las siguientes:
 - **Instagram:** Una de las redes sociales más utilizadas actualmente, no solo se va a mostrar lo que ofrecemos en cada destino según cada carrera, sino también permite participar a los seguidores y potenciales clientes a través de encuestas, sticker de preguntas, sorteos, etc.
 - **Tik Tok:** Siendo la red social actual más utilizada en la actualidad, pretendemos mostrar según las diferentes carreras, cuáles son las posibilidades de enriquecerse a nivel cultural y profesional. De esta forma nos diferenciaremos de la competencia volviendo la experiencia más personalizada.
- **Página Web:** Nuestra empresa cuenta con una página web que ofrecerá al usuario diversas secciones para poder conocer acerca de nuestra agencia, los paquetes que ofrecemos, lugares que visitaremos y, también habrá una sección donde podrán ver toda información sobre el equipo Once in a Lifetime. Asimismo, la página estará vinculada con nuestro Instagram, Whatsapp y Telegram para que no solo vean fotos sobre las experiencias, sino también tengan una vía de comunicación directa.
- **Folleto:** También haremos publicidad de nuestra empresa en universidades del país a través de la entrega de folletos que describan la propuesta que tiene nuestra agencia. A su vez, ofreceremos charlas informativas para que los estudiantes nos conozcan de manera más personal y podamos sacar todas sus dudas.

Aspectos de la imagen de marca que pretendemos proyectar a nuestros clientes:

Esperamos que nuestra empresa deje una marca en aquellos estudiantes o egresados que nos elijan para reforzar y adquirir nuevos conocimientos e ideas para introducirse en el mundo laboral. De forma tal que podamos ayudar a la gran mayoría de egresados residentes de Argentina, y que los mismos terminen tan satisfechos con nuestros productos que puedan recomendarnos, ya que no hay mejor publicidad que la tradicional de boca en boca, y no hay nada mejor para una empresa que estar seguros sobre la calidad del producto y la satisfacción del cliente, siempre con un espacio dedicado a mejoras y a adoptar las críticas de nuestros potenciales ex pasajeros.

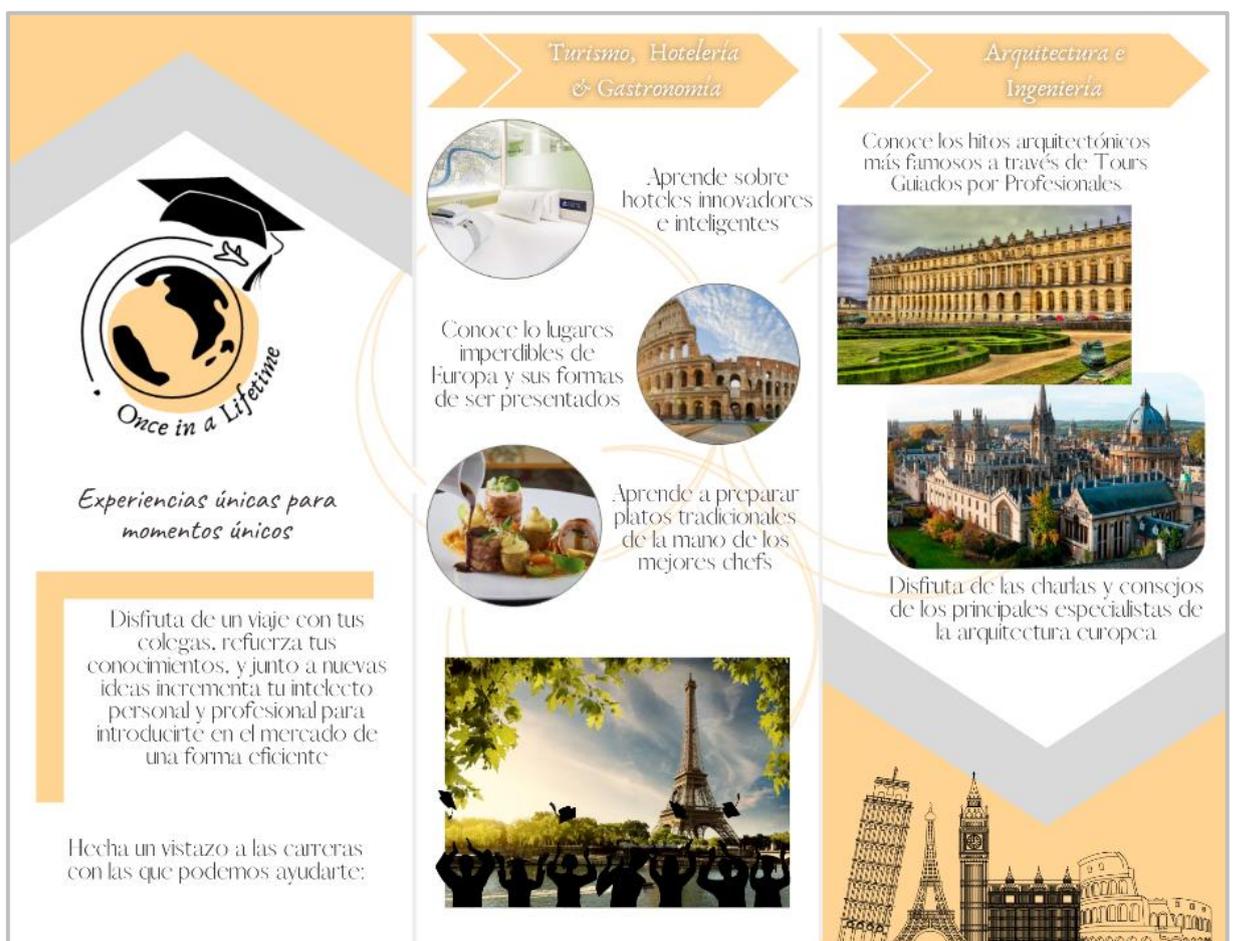


4.5.2 Plan de Comunicación

Los medios que utilizaremos son diversos, si bien hay una mayor cantidad de medios digitales, también tendremos en cuenta los medios tradicionales como es el caso de la folletería y el Merchandising; todos los medios estarán destinados a nuestro público objetivo siendo jóvenes de 18 a 35 años, que se encuentren cursando, por graduarse o graduados de ciertas carreras.

Estrategia en Publicidad:

- **Impresa:** Se diseñarán e imprimirán folletos con imágenes e información sobre nuestros productos. Los mismos serán repartidos en las distintas universidades donde se brindan las carreras informadas anteriormente en el producto, y entregadas a los alumnos que pueden ser potenciales clientes.



Bellas Artes

Visita los lugares artísticos más importantes y famosos de Europa

Disfruta de destinos que fueron testigo del nacimiento de grandes movimientos artísticos

Un viaje donde atravesaremos la historia del arte mediante los recuerdos vivos de las obras del pasado

Ciencias Ambientales

Los mejores lugares para tener en cuenta la relación entre el ser humano y la naturaleza.

Si es posible en un país lo puede ser en todos!

Idiomas

La mejor forma de aprender un idioma es dialogando con los ciudadanos

- Brindamos clases previas para introducir o profundizar el idioma que se necesite entre inglés, italiano, francés y alemán
- El disfrute de visitar otro país será acompañado de visitas guiadas en idioma nativo y se tendrán en cuenta lugares donde se pueda conversar abiertamente con los ciudadanos

Once in a Lifetime

Experiencias únicas para momentos únicos

Para más información:

Instagram: @Once_in_a_lifetime

TikTok: @Onceinalifetime_

WhatsApp: +54 9 1558963652

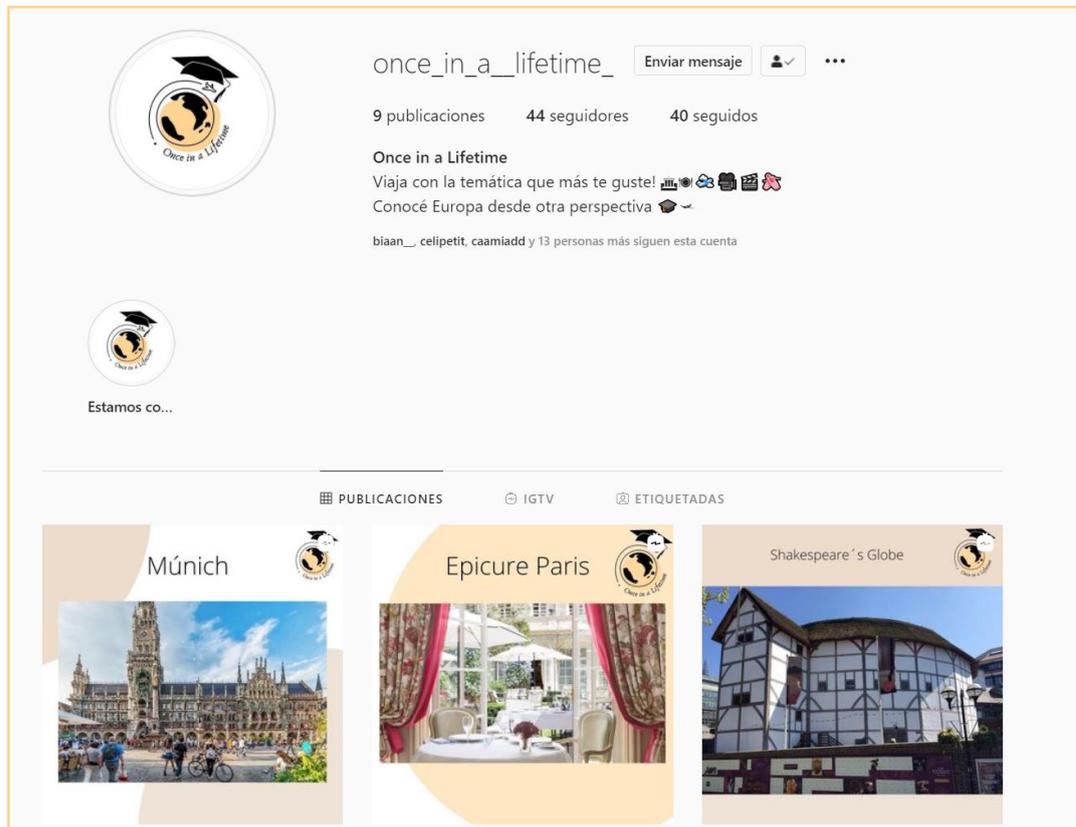
Nuestra Página Web: www.onceinalifetime.com

- **SEM (publicidad pagada en buscadores):** En el momento en que las personas realicen búsquedas en la web relacionada directa o indirectamente con nuestro producto, pondremos nuestro anuncio como una de las primeras opciones en los resultados de búsqueda. Permitiendo dar a conocer nuestra marca frente a un mercado tan amplio que se encuentra hoy en internet.
- **Banners:** Espacio publicitario estratégicamente colocado en los sitios web y blogs que nuestros clientes o potenciales clientes visiten. Como por ejemplo, las páginas iniciales de las universidades tanto públicas como privadas, y en foros o grupos destinados a estudiantes de las diversas carreras que se incluyen en nuestros productos.
- **Pop-up:** Ventanas emergentes que aparecerán en el momento de entrar en un sitio web universitario. Es una táctica que se usará en menor medida, ya que muchas veces puede resultar molesto para algunas personas.
- **Instagram:** Publicidad para dar a conocer nuestros paquetes y empresa en Instagram.



Estrategia en redes sociales:

- **Instagram:** Realizar un sorteo vía Instagram por un cupo para algún viaje de un paquete a elección como primer premio, y como segundo un Kit Once in a Lifetime, (incluye una botella de acero, un porta documentos, una mochila, y una libreta junto a un bolígrafo).⁶



- **Tik Tok:** Crear un trend en Tik Tok, donde con el sonido “Show yourself and then show your favorite hobby”, en español “mostrate y después mostranos tu pasatiempo favorito”, quien realice el trend debe mostrarse a sí mismo (o una foto) y luego debe mostrar su pasatiempo preferido.

Estrategia online:

- **Página Web:** Algo esencial en nuestros días, las personas suelen buscar todo por internet. Pretendemos tener una página web bien posicionada, que simplifique la experiencia de nuestro público objetivo al ingresar en ella, que los invite e incentive a adquirir el paquete que se les presenta.⁷

⁶ Para visualizar el Instagram https://www.instagram.com/once_in_a_lifetime/

⁷ Para visualizar Página Web: <https://livepatagoniafit.wixsite.com/onceinalifetime>





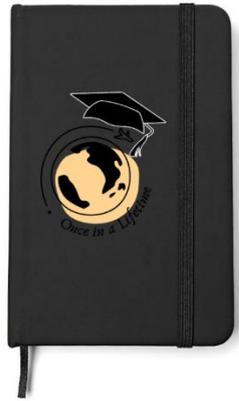
¡Vamos a chatear!

- **Hosting:** Donde alojemos los contenidos de nuestra página web.

Estrategias de Merchandising

- Botellas de acero personalizadas
- Porta documentos personalizados
- Mochila personalizada.
- Libreta personalizada con espacio para escribir lo que necesiten durante el viaje, será entregada junto a un bolígrafo.





Estrategia de mantenimiento de página web:

- **Community Manager:** Se pretende que todo aquel que esté interesado en participar de algún paquete, pueda sacarse todas las dudas que le surjan desde un chat (derivado a Whatsapp) de la página. Permitiendo tener un contacto más personal, con el futuro cliente y dando lugar a sacar todas las dudas que puedan surgir.

Cronograma de ejecución: En el cronograma de ejecución que será presentado a continuación, se podrá observar cómo inicio la segunda quincena del mes de septiembre, donde se arma la página web, y se hace entrega de folletería a lo largo del año, Merchandising, etc. El cronograma tiene como fecha final al mes de diciembre del corriente año. Asimismo, se pretende dar lugar a la adquisición por parte de potenciales clientes del producto para enero del 2022. Si bien algunas medidas ya fueron tomadas (como la creación de una página web y un Instagram); todo lo que se observará a continuación son proyecciones sobre posibles medidas a tomar.



	Septiembre	Octubre		Noviembre		Diciembre		Cotización
	Segunda quincena	Primer quincena	Segunda quincena	Primer quincena	Segunda quincena	Primer quincena	Segunda quincena	
Publicidad								
Impresa		X	X	X	X			\$5.900 x 5.000
SEM (publicidad pagada en buscadores)		X		X		X		1.500 clics Plan Premium x \$15.476
Banners		X		X		X		
Pop-up			X					Gratuito hasta 20 mb.
Instagram		X		X		X		\$6.500 x mes
Redes Sociales								
Instagram	X	X	X	X	X	X	X	Gratuito
TikTok		X	X	X	X	X	X	
Online								
Página Web	X	X	X	X	X	X	X	Gratuito - Hecha por el grupo
Hosting		X						\$2.275 - Plan Semestral (Plan H-06)
Merchandising								
Botellas de Aluminio				X				\$810 - Para sorteo en Instagram
Mochila Personalizada				X			X	\$2500 c/u - Se les entregará a los pasajeros cuando adquieran el producto.
Libreta y Bolígrafo				X			X	\$479 - Se les entregará a los pasajeros cuando adquieran el producto.
Porta Documentos				X				\$948 - Para sorteo en Instagram
Mantenimiento de Página Web								
Community Manager	X	X	X	X	X	X	X	Gratuito - Sera manejado por el grupo para abaratar costos

4.6 Comercialización

4.6.1 Sistema de comercialización

El sistema de comercialización es directa, ya que somos nosotros los que ofrecemos el producto al consumidor final. Los beneficios de este tipo de comercialización es que tenemos un contacto más personalizado con nuestros clientes, lo que nos permite conocer de mejor manera sus expectativas y necesidades para poder ofrecerle un paquete lo más adaptado posible para cumplir con sus requisitos.

Los canales que utilizaremos son:

Por un lado los medios tradicionales:

- **Gestión de venta con instituciones:** En el caso de las universidades y terciarios, en donde encontramos a nuestro público objetivo, pretendemos generar convenios con muchos de ellos para poder brindarles mejores precios y afianzarnos a una potencial fidelidad.
- **Agencia de Viajes y Turismo (Once in a Lifetime):** Los clientes que gusten más de comprar de forma presencial pueden acercarse a nuestra oficina para que le expliquemos personalmente sobre los detalles de los paquetes, y pueden realizar la reserva en ese mismo momento. Como se comentará luego, también trabajaremos con Mercado Pago, lo cual no solo permitiría el abono en efectivo.



Por otro lado, los medios digitales; teniendo en cuenta a nuestro público objetivo, siendo más tendientes a la utilización de plataformas digitales a la hora de adquirir un bien o servicio:

- **E-commerce:** En nuestra página web luego de seleccionar un paquete, se encontrará la opción de comprar a través de Mercado Pago, el cual ofrece servicios de pago ya sea a través de transferencias, acercarse a un lugar físico, o mediante el uso de tarjetas de crédito o débito -sin necesidad de movilizar efectivo-.

Además, consideramos que a través de estos medios el producto que ofrecemos será entregado con mayor facilidad a los potenciales clientes.

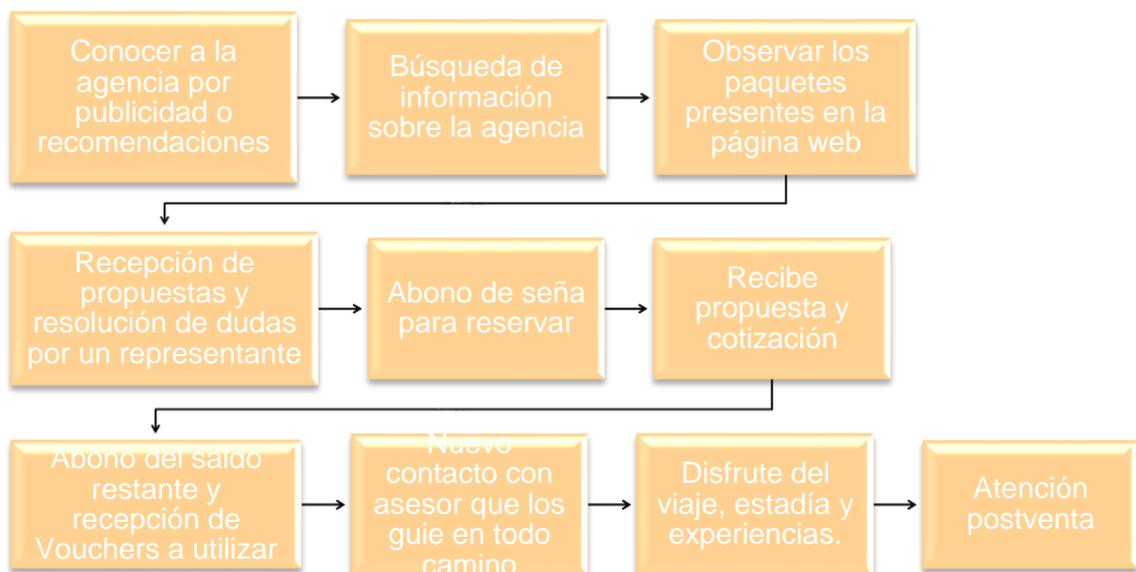
También nos brinda la posibilidad de saber su opinión acerca de nuestro producto. Nos resulta importante para ello contar con Whatsapp/Telegram y nuestro email institucional (info@onceinalifetime.com), por un lado, para mantener informados a quienes estén interesados y asesorarlos ante cualquier duda. Pero, por otro lado, para realizar un seguimiento post-venta, pudiendo mejorar a futuro todo aquello que no haya resultado, al mismo tiempo que mediante el trato nos aseguramos de una futura recomendación.

5. PLAN OPERATIVO

5.1 Procesos: El sistema de prestación de servicio

Flujograma

Front: Experiencia del cliente frente a la compra y disfrute del producto:



Back: Gestiones internas de la empresa:



Estudio de mercado y desarrollo de publicidad			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área de Marketing	Oficina/remoto	Computadora	Paquetes Armados previamente dependiendo la carrera, calculadora.

El cliente tiene su primer contacto con la empresa de forma presencial			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área de Ventas	Oficina	Computadora, teléfono, espacio físico para realizar su trabajo.	Paquetes Armados previamente dependiendo la carrera, Calendario.



El cliente deja una seña para reservar su lugar			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área de contabilidad y finanzas	Área contable o administrativa	Computadora, sistema de reservas	Calculadora, Precios, Anotador y Lapicera.

Análisis sobre datos personales del cliente (Alguna actividad que no pueda realizar o una comida que deba cambiar.)			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área técnica de productos	Oficina	Computadora, base de datos de clientes, teléfono.	Paquetes Armados previamente. Lapicera, anotador, Calendario.

Segundo contacto del cliente con la información detallada y su cotización (Envío de propuesta detallada y cotización)			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área de Ventas	Oficina	Celular o Computadora (Whatsapp, Telegram y Gmail)	Celular, computadora, calculadora.

Contratación de cada uno de los proveedores			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área técnica de productos	Oficina	Teléfono, Computadora (Gmail)	Calendario, calculadora, anotador, lapicera.



Solicitud de abono de saldo restante y envío de Vouchers			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área de Ventas junto al Área de Contabilidad y Finanzas	Oficina	Celular, Computadora (Gmail, Whatsapp, Telegram)	Calendario, calculadora, anotador, lapicera.

Tercer contacto del cliente con asesoramiento			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área de Ventas	Oficina – Contacto remoto	Celular o Computadora (Whatsapp, Telegram y Gmail)	Anotador, Lapicera, Computadora, Celular.

Cuarto contacto con el cliente por atención Post-venta			
PERSONAL	ESPACIO - INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	MATERIALES
Área de Ventas	Oficina de forma remota	Celular o Computadora (Whatsapp, Telegram y Gmail)	Encuesta de satisfacción para el cliente.



5.2 Posibles operaciones “críticas”:

Matriz de Riesgo:

SITUACIÓN DE RIESGO/ OPERACIONES CRÍTICAS	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	NIVEL DE IMPACTO	ACCIONES PREVENTIVAS Y MINIMIZAR EFECTOS
Retraso de un vuelo	MEDIO	MODERADO	Chequear los vuelos, y en caso de retraso, modificar horarios de actividades con proveedores.
Sobreventa de un vuelo	BAJO	PELIGROSO	Contactar a la empresa días antes del viaje para constatar que están todos los asientos reservados para la cantidad de pasajeros solicitada.
Accidente de un pasajero en excursión.	BAJO	MODERADO	Concientizar sobre seguir el camino que señalan los guías, no desviarse, y respetar señalizaciones.
Tropiezo	BAJO	LEVE	Verificar previamente los lugares a recorrer- ver que no haya cosas sueltas- teniendo en cuenta también, la estación del año en la que se viajará.
Extravío de pasajeros	BAJO	PELIGROSO	No olvidarse de contar la cantidad de pasajeros presentes a cada momento de partir de un lugar, para evitar el extravío de un pasajero.
Robo de pertenencias a pasajeros.	BAJO	MODERADO	Si bien los países a visitar son seguros, recordar a los pasajeros cuidar sus pertenencias para evitar cualquier excepción.



Riesgo de quemaduras (estudiantes de gastronomía)	MEDIO	MODERADO	Utilizar guantes para manipular objetos calientes y recordar efectos negativos en caso de no usarlos.
Riesgo de corte (estudiantes de gastronomía)	MEDIO	MODERADO	Capacitar a los pasajeros sobre el cuidado y utilizar guantes anticorte.
Riesgo eléctrico (estudiantes de gastronomía)	BAJO	PELIGROSO	Capacitar a los pasajeros sobre las consecuencias del mal uso de artefactos electrónicos.
Pandemia	MEDIO	PELIGROSO	Concientizar a los pasajeros sobre la utilización obligatoria de barbijo, constante lavado de manos, mantener dos metros de distancia entre personas y carnet de vacunación completo.

5.3 Sistema de calidad de servicio

Producto: Estudio de mercado y desarrollo de publicidad			
Etapas del proceso: El cliente llega a la página web debido a la publicidad			
<i>Programa</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Metas</i>	<i>Indicadores</i>
Estudio de mercado y desarrollo de publicidad	Lograr captar la atención del público objetivo, mediante el eficiente diseño de la página web.	Lograr un total de 120 a 400 visitas por día.	<ul style="list-style-type: none"> - Medir la cantidad de visitas a la página web - Llevar un registro de todos los clientes que consultan por los productos en la página web.



Producto: Servicio de Atención al Cliente			
Etapa del proceso: El cliente tiene su primer contacto con la empresa de forma presencial			
<i>Programa</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Metas</i>	<i>Indicadores</i>
Atención al cliente	Transmitir la información vinculada a los paquetes la agencia y conocer al cliente.	Captar la atención con la cantidad de consultas e identificación de las necesidades, en un promedio de 5 a 10 personas por día	- Llevar un registro de la cantidad de personas que consultaron por día telefónica y presencialmente.

Producto: Trabajo conjunto del área de contabilidad junto a atención al cliente.			
Etapa del proceso: Solicitud de abono de saldo restante y envío de Vouchers			
<i>Programa</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Metas</i>	<i>Indicadores</i>
Trabajo conjunto del área de contabilidad junto a atención al cliente.	Lograr una perfecta coordinación entre las áreas mencionadas para llevar un detallado control contable, al mismo tiempo que el cliente recibe rápidamente sus vouchers.	Que el cliente abone dentro de las 48hs. evitando la devaluación de dinero.	- Medición del tiempo que el cliente tarda en abonar desde que es avisado. - Actualizar el registro contable a medida que los clientes pagan.



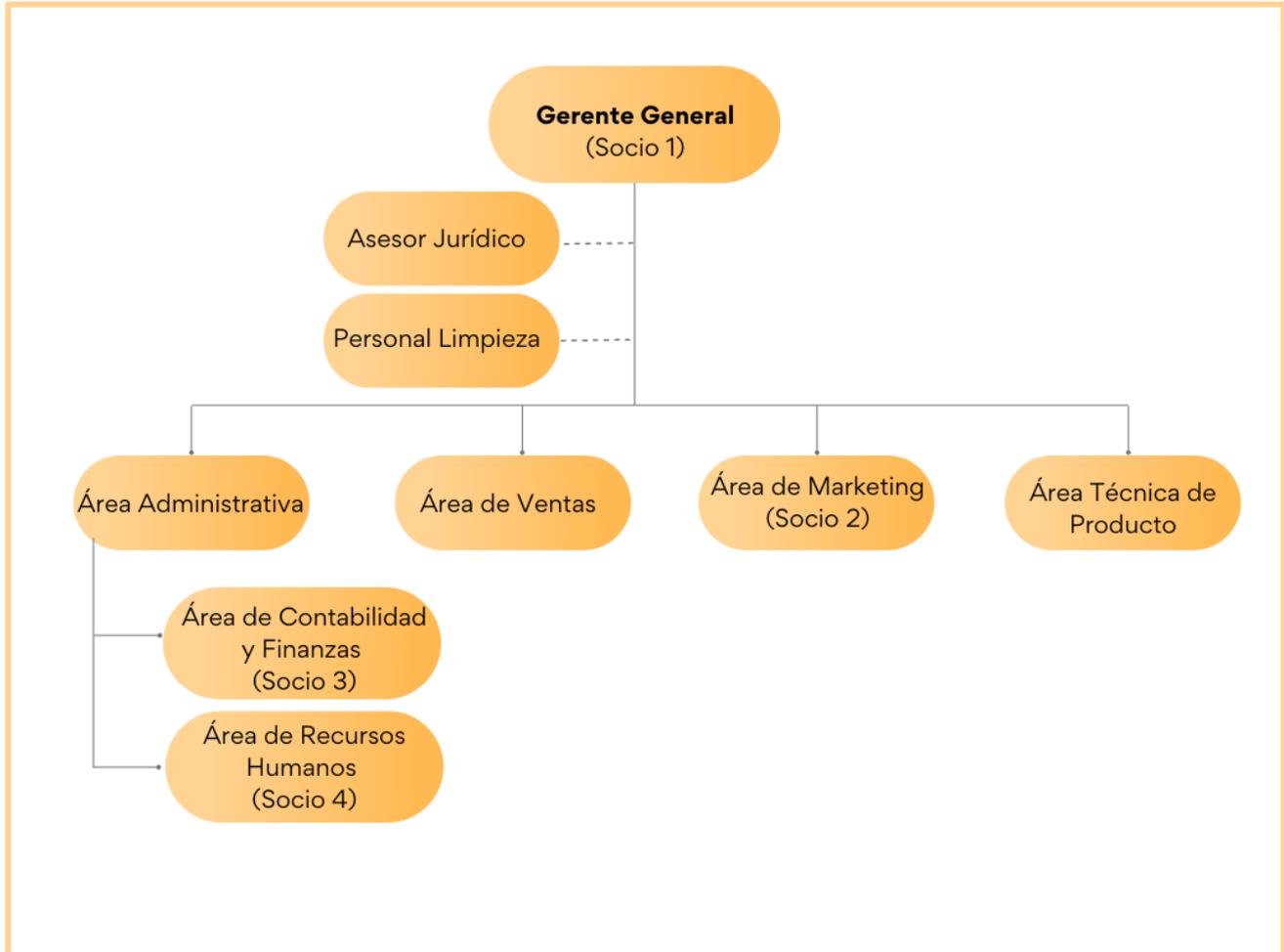
<i>Producto: Servicio de Atención al Cliente</i>			
<i>Etapas del proceso: Contacto con el cliente por atención Post-venta</i>			
<i>Programa</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Metas</i>	<i>Indicadores</i>
Servicio de Atención al Cliente	Lograr la satisfacción del cliente en cada uno de los paquetes previamente organizados según las carreras	Haber sido recomendados por los huéspedes en un período de 15 a 20 días.	-Medición de nuevas llamadas por recomendación. - Llevar un registro de las encuestas realizadas post-viaje, tabulando los resultados y haciendo comparaciones con encuestas anteriores para evaluar la satisfacción de los cliente.



6. RECURSOS HUMANOS

6.1 Recursos Humanos

6.1.1 Organigrama



6.1.2 Planilla de empleados

ÁREA A DESEMPEÑAR	TAREAS A REALIZAR	NÚMERO DE PERSONAS REQUERIDAS	NÚMERO DE HORAS	TURNOS	CALIFICACIÓN REQUERIDA
Gerente General	Se encarga de las toma decisiones, supervisa los puestos inferiores, debe cumplir con su habilidad de liderazgo respecto a	1 (una)	8 (ocho)	Mañana y tarde	<u>Necesario para el puesto:</u> Licenciado en Administración de



	<p>los equipos de trabajo con los que se trabaje, en busca de mejoras o nuevas oportunidades. También debe tener un control sobre los resultados y la comunicación eficiente entre los empleados. Analizar los problemas que surjan y buscar soluciones, realizar estadísticas y actualizar datos.</p>				<p>Empresas o carreras afines</p> <p>Habilidades de Liderazgo</p> <p>Mínimo 5 años de experiencia en el sector</p>
Técnica de Producto	<p>Diseñar, crear y operar un producto a través de la combinación de un atractivo con ciertas facilidades como aeropuertos, servicios públicos, hoteles, guías, etc. Todo ubicado en un destino turístico.</p>	2 (dos)	6 (seis)	Mañana y tarde	<p><u>Necesario para el puesto:</u></p> <p>Licenciado en Turismo y afines</p> <p>Habilidades de Compromiso y conocimiento sobre Sistemas de Reserva y los destinos donde vamos a operar</p> <p>Mínimo 2 años de experiencia en el sector</p>
Marketing	Se encarga del	1 (una)	6 (seis)	Mañana y	<u>Necesario para el</u>



	<p>desarrollo de estrategias de ventas que ayudan a la agencia a posicionarse en un lugar rentable en el mercado, dándose a conocer, mejorar la oferta, aumentar las ventas y utilidades, optimizar recursos, y lo más importante, hacer que los clientes sean leales al producto.</p>			remoto	<p><u>puesto:</u> Licenciado en Marketing Habilidades: Ser creativo y estar siempre actualizado a las nuevas tecnologías Mínimo 3 años de experiencia en el sector</p>
Ventas	<p>Se encarga de acercar la oferta a la demanda, vende el producto a los consumidores, es la cara visible de la empresa frente al público objetivo.</p>	2 (dos)	6 (seis)	Mañana y tarde	<p><u>Necesario para el puesto:</u> Licenciado en Turismo o estudiantes universitarios Habilidades de comunicación, gestión eficiente del tiempo, facilidad en el manejo de tecnologías, actitud positiva. Experiencia en atención al público, no</p>



					excluyente
Administrativa	<p>Se subdivide en dos áreas:</p> <p>Recursos Humanos: Se encarga de organizar, planificar y administrar las distintas tareas y acciones del personal. También se encarga de la contratación o despido de los mismos.</p> <p>Contabilidad y Finanzas: Se encarga de controlar y supervisar los asuntos contables y financieros de la agencia.</p>	2 (dos)	8 (ocho)	Mañana y tarde	<p><u>Necesario para el puesto:</u></p> <p>Licenciado en Recursos Humanos y Licenciado en Contabilidad o Finanzas.</p> <p><u>Habilidades:</u></p> <p>Contabilidad: disciplinario, habilidad numérica, trabajo en equipo, compromiso, negociador.</p> <p>RRHH: Manejo de nuevas tecnologías, escucha activa, capacidad de análisis y organización, gestión de equipos, empatía.</p> <p>Mínimo 4 años de experiencia en el sector</p>
Asesor Jurídico	Se encarga de garantizar	1 (uno)	6 (seis)	Mañana	<u>Necesario para el</u>



	<p>la correcta y adecuada aplicación de la normativa vigente en cada una de las actuaciones realizadas por la agencia. Además de ser quien defienda a la agencia frente a situaciones legales con clientes.</p>				<p><u>puesto:</u></p> <p>Título de Procurador y Abogado</p> <p>Habilidades tener conocimientos de la legislación vigente que rigen la actividad, saber interpretar el problema del cliente para encuadrarlo en la normativa buscando una solución</p>
<p>Personal de Limpieza</p>	<p>Encargado de la limpieza, reposición y mantenimiento del establecimiento de manera periódica para garantizar una correcta higiene de las instalaciones.</p>	<p>1 (uno)</p>	<p>3 (tres) de lunes a sábado luego del horario laboral</p>	<p>Noche</p>	<p><u>Necesario para el puesto:</u></p> <p>Habilidades: Puntualidad, responsabilidad y ser ordenado</p>



Para nuestra empresa queremos remarcar la habilidad de trabajo en equipo por parte de todo el personal, y se aspira a poder brindarles más control y responsabilidad por los resultados, como una forma de motivar también a quienes sean parte.

Contaremos con un servicio tercerizado para el asesoramiento jurídico cuando sea necesario, y también como tercerizado estará el personal de limpieza, que vendrá de lunes a sábados, luego del horario laboral (3 horas por día).

También, contaremos con un número de emergencia frente a imprevistos que puedan surgir en aquellos días donde la agencia no opere. El cual será especificado al momento de adquirir el paquete.

Así mismo, se desarrollarán capacitaciones mensuales para las distintas áreas de trabajo que habrá en la agencia. Donde se les ofrecerá a los empleados un espacio para poder mejorar sus habilidades y así generar nuevos conocimientos que permitan un mejor desarrollo de la agencia. Las capacitaciones son a futuro una inversión ya que, al motivar al trabajador, este genera una mejor prestación, lo que se traduce en ganancia para la empresa. Asimismo, se espera volver a los trabajadores más competitivos frente a lo que muestra la competencia.

Realizaremos una capacitación de 5 meses, online sin horarios fijos a un costo de \$1076 por mes. Se complejizará comerciar servicios terrestres, aéreos y marítimos y gestionar de modo efectivo las reservas, organizando los viajes de acuerdo con las necesidades del cliente. La tutora de la capacitación será Ana Cecilia Bisceglia Pontusssi. Los objetivos del curso de agente de viajes son aprender a desenvolverse dentro de una Agencia de Viajes, conociendo las principales áreas y sus funciones específicas, manejar herramientas para atención al cliente, comercialización y venta, identificar los beneficios y diferencias en la comercialización de servicios terrestres, aéreos y cruceros, registrar reservas aéreas utilizando los sistemas de Amadeus, lograr un conocimiento cabal de cómo está organizado un crucero y sus particularidades y adaptar lo teórico a lo práctico: es el caso de quienes están cursando una carrera en turismo o quienes recién egresan y sienten la necesidad de saber cómo aplicar esos conocimientos teóricos a situaciones reales.

Nuestros empleados tendrán una capacitación de sistemas de reservas aéreas utilizando



AMADEUS. El curso es online y gratuito, donde se comprenderá el manual de AMADEUS para poder comenzar a operar con el programa, dispondrán tanto de materiales, guías, ejemplos, 46 tutoriales y manuales gratuitos, como recursos necesarios para poder realizar su completa formación profesional. Los conocimientos que tendrán son: iniciación tareas transaccionales, estudiarán el sistema español de reservas Amadeus tramitarán, realizarán cambios o cancelaciones de reservas aéreas.

Otra capacitación que recibirán es la del manual de Sabre, gratuita y 100% online. Dispondrán de material y tutoriales para el seguimiento del curso, se presentarán desafíos de resolución de problemas de suscriptores con diversos antecedentes y niveles de experiencia. Diagnosticarán problemas, asesorarán formatos y soluciones, ayudarán con herramientas comerciales y obtendrán soluciones. Conocerán todo sobre SABRE, el sistema de reservas que usan agencias de viajes y operadores turísticos es el segundo más usado, tras Amadeus. En el curso se verán detalladas las funcionalidades de áreas de trabajo, asientos preasignados y pases de embarque, cancelación de segmentos del itinerario, códigos de acción y status, códigos de días, meses, varios alquileres de auto, como ingresar y salir del sistema, cuatro pasos para reservar habitaciones, datos y observaciones adicionales, codificación y codificación de información, venta desde una disponibilidad, venta directa y vuelos en lista de espera, conexión y abiertos.

Tendremos tres capacitaciones de inglés:

La primera es un curso de inglés gratuito para trabajar en el extranjero. El temario llega en formato vídeo, con una duración total de 1 hora y 9 minutos, cuenta con 10 clases en las que se irá aprendiendo los diferentes aspectos de la comunicación en inglés de manera progresiva.

A través de un programa para aprender inglés se verá vocabulario y phrasal verb, que necesitarás para poder encontrar un trabajo que se ajuste en tu perfil. Los temas a tratar a lo largo del curso son situaciones que pueden darse en el horario de trabajo, Vocabulary y Phrasal Verb

El siguiente es el curso de pronunciación en inglés, en el que su profesor será David John Phillips. Este curso tiene una duración de 4 semanas de estudio con un estimado de entre 4 y 6 horas de esfuerzo de trabajo total. Aprenderán los conceptos básicos de la fonética, es decir la producción física de los sonidos del habla.



Entenderán la variedad de sonidos utilizados en el idioma. Comprenderán la función de los símbolos y el acento fonológico en las palabras inglesas. Para esto, dispondrán de materiales multimedia, ejemplos, guías, y de recursos necesarios para poder realizar tu formación al completo.

Finalmente, el último curso será relacionado a la utilización del idioma para emails laborales. Con la ayuda de los profesores universitarios Daphne Mackey y Richard Moore, el curso tiene una duración estimada de 4 semanas y requiere dedicarle entre 3 y 5 horas de estudio a la semana. Al ser online, se ajusta al ritmo de cada uno. El contenido que se verá son asuntos y aperturas, comunicación formal, informal, principios y finales efectivos y la redacción de correos electrónicos de seguimiento.

En el primer año de nuestra agencia, se realizará una capacitación de Marketing digital nivel intermedio para quienes ya dominan los conceptos del marketing y el Inbound Marketing. Podrán crear contenidos de calidad y visualizarlos en las redes sociales a través de diversas estrategias. Aprenderán Fundamentos del Marketing de Contenidos, Diseño de Embudo de Contenidos, de comunicación de Storytelling, Técnicas para conocer nuestro público objetivo, curar, crear y planificar contenidos, Marketing Viral y Estrategia de Marketing con influencers. El curso tiene una duración de 4 semanas con un encuentro semanal de 3 horas, siendo 12 horas de estudio y aprendizaje. Su valor es de \$5106

Se realizará un curso de inglés intermedio, con una duración de 4 meses, online y sin horarios fijos. La docente será Catalina Murature. La finalidad de este curso es reforzar los conocimientos en la empresa, comprender información cotidiana y el significado amplio de información no frecuente, expresar de modo simple lo que piensan de temas abstractos o culturales y conversar de cualquier tema que el cliente pueda consultar o necesitar. Este curso tiene un valor de tiene un valor de 4 cuotas mensuales de \$2690.

Mencionar fuentes de reclutamiento:

Tras la pandemia del COVID-19, ocho de diez ejecutivos en recursos humanos comenzaron a utilizar las redes sociales como fuente de reclutamiento, tales como Facebook, Instagram, LinkedIn Y Bumeran, además de la Revista Empleo. Estas plataformas nos permitirán obtener variedad de ofertas y llegar a mayor cantidad de personas mediante publicaciones y publicidad. A partir de dichos medios podremos saber si el perfil del usuario se ajusta a la empresa, captar la esencia de este, saber su experiencia laboral, sus destrezas y conocimientos.



Conclusión:

Para concluir, este proyecto fue una experiencia enriquecedora tanto para nuestro crecimiento personal, como profesional. Tuvimos la posibilidad de integrar cada contenido visto a lo largo de la carrera a un proyecto que culminará con nuestra trayectoria por la Licenciatura en Turismo y Hotelería. Años de esfuerzo, tropiezos y victorias nos llevaron a aprender de las experiencias y los errores. Asimismo, logramos crecer como personas junto a quienes nos acompañaron a lo largo del camino. Queremos agradecer a todos aquellos profesores/as que fueron parte de nuestra formación como profesionales, y especialmente a quienes nos orientaron y guiaron durante el desarrollo de este plan de negocios.



Bibliografía:

- 10times. (s.f). *Architecture and Designing Conferences in London*. <https://10times.com/london-uk/architecture/conferences>
- Agrositio. (2020). *La contaminación del aire en CABA volvió a niveles previos a la cuarentena*. <https://www.agrositio.com.ar/noticia/211816-la-contaminacion-del-aire-en-caba-volvio-a-niveles-previos-a-la-cuarentena>
- Aguilera et al. (2014). *Turismo 2025. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable*. Obtenido de pdf: <https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf>
- Ajuntament de Barcelona. (s.f.). *Museo Picasso de Barcelona*. <http://www.bcn.cat/museupicasso/es/museo/presentacion.html>
- Alhambra. (s.f.). *Historia de la Alhambra*. <https://www.alhambra.org/historia-alhambra.html>
- Almundo. (s.f). *Paquetes Turísticos a Europa*. <https://almundo.com.ar/paquetes-turisticos/regiones/paquetes-turisticos-a-europa>
- Almundo. (s.f). *Paquetes Turísticos*. <https://almundo.com.ar/paquetes-turisticos>
- Animal Político. (Marzo 2021). *Por la pandemia 5,2 millones de alumnos no continuaron estudios en 2021*. <https://www.animalpolitico.com/2021/03/pandemia-5-2millones-alumnos-dejaron-escuela-2021/>
- Aprendergratis.es. (s.f.). *Curso de inglés para emails de trabajo*. Recuperado en diciembre 2021 de <https://aprendergratis.es/cursos-online/curso-de-ingles-para-emails-de-trabajo/>
- Aprendergratis.es. (s.f.). *Curso de Inglés para trabajar en el extranjero*. Recuperado en diciembre 2021 de <https://aprendergratis.es/cursos-online/curso-de-ingles-para-trabajar-en-el-extranjero/>
- Aprendergratis.es. (s.f.). *Curso de pronunciación de inglés*. Recuperado en diciembre 2021 de <https://aprendergratis.es/cursos-online/curso-de-pronunciacion-en-ingles/>
- Aprendergratis.es. (s.f.). *Manual completo de uso Sabre*. Recuperado en diciembre 2021 de <https://aprendergratis.es/cursos-online/manual-de-uso-de-sabre/>
- Aprendergratis.es. (s.f.). *Manual de reservas Amadeus: Iniciación tareas transaccionales*. Recuperado en Diciembre 2021 de <https://aprendergratis.es/cursos-online/manual-de-reservas-amadeus-iniciacion-tareas-transaccionales/>
- Aprendering Ingles. (s.f.). *Los 12 platillos tradicionales de la comida en Irlanda que tienes que probar*. <https://aprenderingingles.com/blog/platos-comida-tipica-irlanda/>
- Archdaily. (s.f.). *Casa da Musica*. <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/765373/casa-da-musica-oma>
- Argentina.gob.ar. (s.f). *Instalar una Agencia*. <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/agencias/agencias-de-viajes/instalar-una-agencia>



- Argentina.gob.ar. (s.f.). *Asignación complementaria al Programa de Recuperación Productiva II (REPRO II)* <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/asignacion-complementaria-repro2>
- Argentina.gob.ar. (s.f.). *Fondo de Auxilio y Capacitación Turística 2.* <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/fact2>
- Argentina.gob.ar. (s.f.). *Línea de créditos para PyMEs turísticas.* <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/linea-de-creditos-para-pymes-turisticas>
- Argentina.gob.ar. (s.f.). *MERCOSUR.* <https://www.argentina.gob.ar/srt/institucional/mercosur>
- Argentina.gob.ar.(s.f.). *Aranceles de trámites.* <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/agencias/agencias-de-viajes/aranceles>
- Argentina.gob.ar.(s.f.). *Instalar una agencia.* <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/agencias/agencias-de-viajes/instalar-una-agencia>
- Argentina.gob.ar.(s.f.). *Montos actualizados de pólizas de seguros de caución.* <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/agencias-de-viaje/montos-actualizados-de-polizas-de-seguros-de-caucion>
- Aries Sbdar. (2020). *El país de todos los dólares: cuáles son y por qué hay tantos tipos de cambio diferentes en la Argentina.* Infobae. <https://www.infobae.com/economia/2020/02/11/el-pais-de-todos-los-dolares-cuales-son-y-por-que-hay-tantos-tipos-de-cambio-diferentes-en-la-argentina/>
- *Artesanía en Italia.* (s.f) blog- italia.com n/a <https://blog-italia.com/descubre-italia/arte-y-cultura-italiana/artesania>
- Ascanio, A. (2007). Proyecto Couch Surfing. Una red de intercambio de viajeros. <http://www.pasosonline.org/Publicados/5307/PS130307.pdf>
- Asturias paraíso natural. (s.f.). *Vino en Asturias.* <https://www.turismoasturias.es/descubre/gastronomia/productos/vino>
- Ateneum. (s.f.) *The Story of Ateneum* <https://ateneum.fi/en/the-story-of-ateneum/>
- Avatrip. (s.f). *Paquetes Turísticos a Europa y Medio Oriente.* https://www.avatrip.com/paquetes/promociones/paquetes-turisticos-europa-y-medio-oriente/?icn=generico&ici=paquetes_home_cluster_europa_11
- Avatrip. (s.f). *Quiénes Somos.* <https://www.avatrip.com/quienes-somos>
- Banco Central de la República Argentina. (s.f.). *Créditos.* www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/Preg-Frec-Qué-tipo-de-tasas-de-interés-existen.asp
- Banco Mundial (2021) *El Banco Mundial en Argentina* <https://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview#1>
- Bautrip (s.f) *Fiestas y Tradiciones en Helsinki* <https://www.bautrip.com/guia-viaje/helsinki/fiestas>



- Beneytez, González Gonzalo. (s.f.). *Descubre la artesanía*. EasyViajar. <https://www.easyviajar.com/belgica/la-artesania-3644#:~:text=La%20variedad%20de%20la%20artesan%C3%ADa,y%20Lieja%20por%20el%20cristal>.
- Blanes, Miriam Gómez. (2018). *10 platos que tienes que probar en Dinamarca*. Global Exchange. <https://blog.global-exchange.com/que-comer-en-dinamarca/>
- Blog kenjo. (2020). *10 habilidades imprescindibles para trabajar en RRHH*. https://www.google.com.ar/amp/s/blog.kenjo.io/es/10-habilidades-imprescindibles-para-recursos-humanos%3fhs_amp=true
- Blog-Alemania.com (s.f.) *Artesanía*. <https://blog-alemania.com/todo-alemania/baviera/arte-y-cultura-bavara/artesania>
- Blog-Francia.com. (s.f.). *Museos en París: Museo d’Orsay* <https://blog-francia.com/ciudades-de-francia/paris/arte-y-cultura-parisina/museos/museos-en-paris-museo-dorsay>
- Blog-Francia.com. (s.f.). *Mont Saint Michel – Abadía medieval en Normandía*. <https://blog-francia.com/otros-destinos-de-francia/monte-saint-michel-abadia-medieval-en-normandia>
- Bolaña, Elimia. (Julio de 2018). *El beso*. Historia Arte. <https://historia-arte.com/obras/el-beso-de-klimt>
- Botella deportiva agua personalizado. (s. f.). Mercado Libre. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-935059667-botella-deportiva-agua-personalizado-logo-entrega-inmediata- JM#reco_item_pos=1&reco_backend=msd-item-homes&reco_backend_type=function&reco_client=home_navigation-recommendations&reco_id=1c6e8971-6f86-4d5b-a421-b0fde789d444&c_id=/home/navigation-recommendations-list/element&c_element_order=2&c_uid=a760b9e8-ef06-4da5-a26d-2b25cae0e27b
- Boyer, Marc. (s/f). *El turismo en Europa de la Edad Moderna al Siglo XX*. <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00924.pdf>
- British Council. (2020). *Lugares de Reino Unido que te dejarán sin aliento*. <https://www.britishcouncil.org.mx/blog/lugares-turisticos-reino-unido>
- BuendíaTours. (s.f.). *Ámsterdam*. n/a. <https://buendiatours.com/es/guias/amsterdam/comida-tipica-holanda>
- Buenos Aires Ciudad. (s.f.). *Buenos Aires, reconocida por su sustentabilidad*. <https://www.buenosaires.gob.ar/noticias/hacia-una-ciudad-mas-verde>
- Buenos Aires Ciudad. (s.f.). *Distrito tecnológico*. <https://www.buenosaires.gob.ar/distritoseconomicos/distritotecnologico/distrito-tecnologico>
- Buenos Aires Ciudad. (s.f.). *Uno de los beneficios de usar la bici en la Ciudad: en una hora se queman 500 calorías*. <https://www.buenosaires.gob.ar/noticias/uno-de-los-beneficios-de-usar-la-bici-en-la-ciudad-en-una-hora-se-queman-500-calorias>
- BUTELER.(s/f). *Viajes a Europa desde Argentina*. https://www.butelerviajes.com.ar/viajes_a_europa



- Carlos Javier. (2019). *12 razones para viajar a Londres este 2019*. Worldpackers. <https://www.worldpackers.com/es/articles/razones-para-viajar-a-londres-este-2019>
- Casanovas Alex S. (2020). *El Parque Nacional de Nuuksio*. El blog de Finlandia. <https://www.elblogdefinlandia.com/2020/07/el-parque-nacional-de-nuukio/>
- Casanovas Alex S. (2020). *El Parque Nacional de Sipoonkorpi*. El blog de Finlandia. <https://www.elblogdefinlandia.com/2020/06/el-parque-nacional-de-sipoonkorpi/>
- Catedral de Sevilla. (s.f.). *La giralda*. <https://www.catedraldesevilla.es/la-catedral/edificio/la-giralda/>
- Chucky. (s.f.). *Augstenberg*. Summit. <https://www.summitpost.org/augstenberg/151292>
- *Ciudad del Vaticano*. (s.f) Turismo.org. n/a <https://turismo.org/ciudad-del-vaticano/>
- Civitais. (s.f.) *Ámsterdam*. n/a <https://www.disfrutaamsterdam.com/>
- Civitais. (s.f.) *Barcelona*. n/a <https://www.disfrutabarcelona.com>
- Civitais. (s.f.) *Londres*. n/a <https://www.londres.es/>
- Civitais. (s.f.) *Madrid*. n/a <https://www.disfrutamadrid.com>
- Civitais. (s.f.). *Berlín*. n/a <https://www.disfrutaberlin.com/>
- Civitatis Barcelona. (s.f.). *Sagrada familia de Barcelona*. n/a. <https://www.disfrutabarcelona.com/sagrada-familia>
- Civitatis Berlín. (S.f.). *Berlín en 48 horas*. <https://www.disfrutaberlin.com/berlin-en-48-horas>
- Civitatis Londres. (s.f.). *Abadía de Westminster*. n/a. <https://www.londres.es/abadia-de-westminster>
- Civitatis Londres. (s.f.). *Hyde Park*. n/a. <https://www.londres.es/hyde-park>
- Civitatis Londres. (s.f.). *London Eye*. n/a. <https://www.londres.es/london-eye>
- Civitatis Londres. (s.f.). *Palacio de Westminster*. n/a. <https://www.londres.es/palacio-westminster>
- Civitatis Londres. (s.f.). *Shakespeare's Globe Theatre*. n/a. <https://www.londres.es/shakespeares-globe-theatre>
- Civitatis Madrid. (s.f.). *Plaza Mayor de Madrid*. <https://www.disfrutamadrid.com/plaza-mayor>
- Colella, J. (10 de junio de 2021). *El INDEC dio a conocer las estadísticas sobre turismo internacional en Argentina*. Radio Perfil. <https://radio.perfil.com/noticias/podcasts/el-indec-dio-a-conocer-las-estadisticas-sobre-turismo-internacional.phtml>
- Concierge de NH. (s.f) *La Catedral de Milán, una de las más majestuosas*. NH Hotels. <https://www.nh-hotels.com.ar/guias-de-viaje/milan/catedral-de-milan>
- CONICET.(Mayo 2020). *Cuerpos y espacios en cuarentena ¿cómo cambió la vida cotidiana en tiempos de alistamiento obligatorio?*.CONICET.



<https://www.conicet.gov.ar/cuerpos-y-espacios-en-cuarentena-como-cambio-la-vida-cotidiana-en-tiempos-de-aislamiento-obligatorio/>

- Córdoba- Asociación Familia Siciliana. (2 de enero de 2020). *Cerámica Caltagirone: historia y curiosidades. Las cerámicas de Caltagirone son una de las artesanías italianas más famosas. Sus orígenes son muy antiguos. Según los expertos, los alfareros árabes, desde 827, después de la conquista musulmana de la isla, se habrían asentado aquí y habrían dado un fuerte impulso al arte cerámico, con los procedimientos técnicos utilizados en Oriente.* [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/717005648733219/posts/859556124478170/>
- Cortez. (2019). *Lugares Turísticos de Liechtenstein.* Ecuco7. <https://ecuco7.com/blog/lugares-turisticos-liechtenstein/>
- Cuaderno libreta anotador rayado tapa dura.(s.f). Mercado libre. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-905221127-cuaderno-libreta-anotador-rayado-tapa-dura-a6-de-bolsillo-JM?searchVariation=73870298623#searchVariation=73870298623&position=2&se arch_layout=grid&type=item&tracking_id=6af86420-d564-4f29-b522-5483cb3c9901
- Cuní, Davis.(Enero 2015). *La tradición artesanal Italiana.* Donde Viajar Republica. <https://dondeviajar.republica.com/paises/la-tradicion-artesanal-italiana.html>
- Dachary, Alfredo César, Arnaiz Burne, Stella Maris.(s/f).¿Globalización y Turismo? Dos caras de una misma moneda.<https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V13/v13n3-4a07.pdf>
- Dani Cabezas. (2020). Cómo Amsterdam se convirtió en un paraíso de la bicicleta. Ciclosfera <https://ciclosfera.com/a/como-amsterdam-convirtio-paraíso-bicicleta>
- Dateas. Saber es bueno. (s.f.). *E F Educacion Internacional S A - CUIT 30-58291560-8.* <https://www.dateas.com/es/empresa/e-f-educacion-internacional-s-a-30582915608>
- datosmacro.(s.f.).*Argentina-piramide de poblacion.*(n/a).<https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/argentina>
- datosmacro.com (2021). *IPC de Argentina.* <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/argentina>
- Datosmacro.com. (2021). *Argentina - Salario Mínimo.* <https://datosmacro.expansion.com/smi/argentina#:~:text=Sube%20el%20salario%20mínimo%20en%20Argentina&text=Si%20miramos%20el%20salario%20mínimo,%20un%204%20C9%25>.
- Datosmacro.com. (s.f.). *Tipos del Banco Central de Argentina* <https://datosmacro.expansion.com/tipo-interes/argentina>
- Decofactory. (s.f.). *Cuadro Lienzo Mapa Especias (LIE-354)* https://www.decofactory.com.ar/productos/cuadro-lienzo-deco-354/?gclid=CjwKCAiAm7OMBhAQEiwArvGi3DPGWHjLpC9xRa34xV KEkljeL283mOyITK_vIm7EgOYbrzM_SCxCBoCnF0QAvD_BwE
- Deighton, Emily. (2019). *Comida típica de Holanda - 10 snacks y platos holandeses que probar.* Le Boat ¡Todos a bordo!. <https://www.leboat.es/blog/comida-típica-de-holanda-10-snacks-y-platos-holandeses-que-probar>



- Den Gamble By. (s.f.). *About Den Gamle By* <https://www.dengambleby.dk/en/den-gamble-by/about/>
- Descubrir UK. (s.f.). *Castillo de Harlech*. <https://www.descubriruk.com/castillo-de-harlech.html>
- Dirección Nacional de Mercados y Estadística. (Marzo 2021). *Turismo internacional total país*. Subsecretaría de Desarrollo Estratégico. <https://www.yvera.tur.ar/estadistica/documentos/descarga/604919c6bdc1f639989681.pdf>
- DW. (s.f.) *Alemania: catedral de Naumburgo ya es Patrimonio Mundial*. <https://www.dw.com/es/alemania-catedral-de-naumburgo-ya-es-patrimonio-mundial/a-44482847#:~:text=La%20Catedral%20de%20Naumburgo%2C%20uno,Patrimonio%20Mundial%20de%20la%20Unesco.>
- Ecured. (s.f) *Fiestas Tradicionales de Croacia*. Ecured. https://www.ecured.cu/Fiestas_tradicionales_de_Croacia
- EDUCACIONBIZ. (s.f.). *Cursos de Contabilidad*. <https://www.educacion.biz/cursos-de-contabilidad>
- EDUCACIONBIZ. (s.f.). *Cursos de Marketing digital*. <https://www.educacion.biz/cursos-de-marketing-digital>
- EDUCACIONBIZ. (s.f.). *Cursos de Recursos Humanos*. <https://www.educacion.biz/cursos-de-recursos-humanos>
- Educaciónit. (s.f.). *Curso de marketing de contenidos y viralización*. Recuperado en diciembre 2021 de <https://www.educacionit.com/curso-de-marketing-de-contenidos-y-viralizacion>
- EF Education First. (2016). *7 comidas que tienes que probar en el Reino Unido, por Emma Victoria*. <https://www.ef.com.es/blog/language/7-comidas-que-tienes-que-probar-en-el-reino-unido/>
- EF Education First. (s.f.). *Idiomas. Educación. Viajes*. <https://www.ef.com.ar/>
- El viajero feliz. (s.f). *Comida típica de Austria, 10 platos imperdibles*. n/a. <https://elviajerofeliz.com/comida-tipica-de-austria/>
- El viajero feliz. (s.f.). *Comida típica de Bélgica: breve introducción*. <https://elviajerofeliz.com/comida-tipica-de-belgica/>
- Emagister: Eventos. (s.f) *Congresos de Arquitectura y Urbanismo*. <https://eventos.emagister.com/congresos/arquitectura-y-urbanismo/ca-171>
- En 3 días. net. (S.f.). *Londres en tres días*. https://en3dias.net/londres/#Guia_de_Londres_3_dias_Dia_3
- Mercado Libre. (s.f) *Maceta Plástica Rotomoldeada Cilíndrica N 30 Moderna Amalfi*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-898475734-maceta-plastica-rotomoldeada-cilindrica-n-30-moderna-amalfi-JM?variation=69057689602#reco_item_pos=2&reco_backend=machinalis-vip-pads-hybrid-draper&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-pads&reco_id=288a4b02-4fb5-46bb-951a-22aebe7b6b9&is_advertising=true&ad_domain=VIPCORE_RECOMMENDED&ad



[_position=3&ad_click_id=NjBmNTdlYTYtZjEzMy00NjIzLWEyZWItOThmYjU5ZTRhMThk](#)

- mercado Libre. (s.f.). *Exprimidor De Citricos manual de Acero Inoxidable*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-859500507-exprimidor-de-citricos-manual-de-acero-inoxidable-JM#position=12&search_layout=stack&type=item&tracking_id=d675d14b-9f14-4740-b96b-7adde048446a
- mercado Libre. (s.f.). *Vaso Pampa Durax De Vidrio 400ml Agua Jugo X 120 Unid Oferta*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-877200255-vaso-pampa-durax-de-vidrio-400ml-agua-jugo-x-12-unid-oferta-JM?searchVariation=63528408834#searchVariation=63528408834&position=3&search_layout=stack&type=item&tracking_id=dc790422-bf55-4885-a007-bbbeb0bd8dd4
- Escribano David. (2017). *Las 10 mejores cosas que ver en Dinamarca*. Skyscanner. <https://www.skyscanner.es/noticias/las-10-mejores-cosas-que-ver-en-dinamarca>
- Escribano, D. (31 de agosto de 2017). *Los lugares más bonitos que ver en Austria*. Skyscanner. <https://www.skyscanner.es/noticias/inspiracion/los-10-lugares-mas-bonitos-que-ver-en-austria>
- Evaneos. (s.f.). *¿Qué souvenirs llevarse de Finlandia?*. n/a <https://www.evaneos.es/finlandia/viajes/informacion-practica/7578-souvenirs-en-finlandia/>
- Exoticca. (s.f.) *Comida en Noruega*. <https://www.exoticca.com/us/europe/scandinavia-and-the-baltic-states/norway/gastronomy>
- Export Entreprises SA. (Agosto 2021). *Argentina: Política y Economía*. Santander Trade Markets. <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/argentina/politica-y-economia>
- Faigón, Miguel.(enero 2020). *Creencias, valores y actitudes en la sociedad Argentina*. CONICET. <https://www.conicet.gov.ar/creencias-valores-y-actitudes-en-la-sociedad-argentina/>
- Fedi, Laura. (Diciembre 2014). *La capilla sixtina, la maravilla del renacimiento*. *Historia National Geographic*. Recuperado en Noviembre de 2020. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/capilla-sixtina-maravilla-renacimiento_8594
- Focus Market. (s.f.). *Buenas Vibras Viajes. Estudio de caso*. <http://www.focusmarket.com.ar/caso-buenas-vibras.html>
- Forbes Argentina. (6 de junio de 2017). *Almundo: Un viaje a largo plazo*. Forbes Argentina. <https://www.forbesargentina.com/liderazgo/almundo-viaje-largo-plazo-n311>
- Forsvarsbygg. (s.f.). *Fortaleza de Akershus*. <https://www.forsvarsbygg.no/no/festningene/finn-din-festning/akershus-festning/>
- Fredericksborg Nationalhistorisk Museum. (s.f.) *Sobre el museo*. <https://dnm.dk/om-museet/>



- Gestionista Italia. (Diciembre de 2020). *Conoce las celebraciones tradicionales en Italia*. Gestionista Italia. <https://www.gestionistaitalia.com/noticias/conoce-celebraciones-tradicionales-italia/>
- Get by Bus. (s.f.). *¿Qué ver en Liechtenstein?*. <https://getbybus.com/es/blog/que-ver-en-liechtenstein/>
- Gimenez, José.(Abril 2021).*Creencias en la argentina: hay menos católicos y más evangelistas y personas sin religión*.Chequeado. <https://chequeado.com/el-explicador/creencias-en-la-argentina-hay-menos-catolicos-y-mas-evangelistas-y-personas-sin-religion/>
- González Alcides (s.f.). Tips para tu viaje. *40 comidas típicas alemanas que debes probar*. <https://tipsparatuviaje.com/comidas-tipicas-alemanas/>
- González, A. (s.f) *17 atractivos naturales de Italia que debes visitar*. Tips para tu viaje. <https://tipsparatuviaje.com/atractivos-naturales-de-italia/>
- GTMDREAMS. (2016). *Visitar el archipiélago de Estocolmo: Grinda y Vaxholm*. <https://gtmdreams.com/visitar-archipelago-de-estocolmo/>
- Guía de Alemania (s.f.) *Lugares Turísticos en Alemania*. <https://www.guiadealemania.com/sitios-turisticos-en-alemania/>
- Guinness Storehouse. (s.f.). *Tour de la fábrica de Guinness*. <https://www.guinness-storehouse.com/es/guinness-brewery-tour>
- Hallfahrt Philipp. (2018) *Las ocho maravillas naturales más bellas*. Deutschland. <https://www.deutschland.de/es/topic/medio-ambiente/una-maravilla-natural-en-alemania-ocho-lugares-magicos>
- Happy Barcelona. (s.f.). *Palacio Nacional de Cataluña*. <http://www.happybarcelona.eu/es/museos/palau-nacional-de-catalunya.html>
- Hernández, Héctor. (2020). *Los 22 restaurantes de Madrid con Estrellas Michelin 2021*. Bon Viveur. <https://www.bonviveur.es/noticias/restaurantes-de-madrid-con-estrellas-michelin>
- Hernández, Héctor. (2020). *Los 29 restaurantes de Barcelona con Estrellas Michelin 2021*. Bon Viveur. <https://www.bonviveur.es/noticias/restaurantes-de-barcelona-con-estrellas-michelin>
- Höga Kusten. (s.f.). *A unique place*.<https://www.hogakusten.com/en/cities-places>
- Hotel nhow Berlín. (s.f.). *Nhow Berlín*. <https://www.nh-hoteles.es/hotel/nhow-berlin>
- Hotel Oxford. (s.f.). *Hotel Oxford*.<https://www.hoteloxford.com/>
- Hoteles. (s.f). *10 Cosas que hacer en Santiago de Compostela en un día*. n/a. <https://ar.hoteles.com/go/espana/cosas-que-hacer-santiago-de-compostela>
- Hoteles.com (s.f.) *Las 10 mejores actividades en los Alpes alemanes*. <https://ar.hoteles.com/go/alemania/actividades-en-los-alpes-alemanes>
- Hoteles.com. (s.f.). *Las 12 mejores fiestas de los Países Bajos*. <https://es.hoteles.com/go/paises-bajos/mejores-fiestas-de-los-paises-bajos>
- <https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-852181648-resma-a4-papel-autor-75grs-500-hojas-para-inkjet-oficina- JM>



- https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_la_Rep%C3%ABlica_de_Croacia
 - <https://viajeronomada.com/que-ver-en-venecia/>
 - <https://www.dw.com/es/diez-razones-poderosas-para-visitar-venecia/g-40339884>
- Iberian Scapes. (s.f.). *La guía definitiva para visitar la cueva de Benagil*. <https://www.iberian-escapes.com/benagil-cave-es.html>
- Iberian Scapes. (s.f.). *Las azores: el paraíso secreto de Europa*. <https://www.iberian-escapes.com/the-azores-es.html>
- Imaginario, A. (21 de diciembre de 2020). *La última cena de Leonardo da Vinci*. Cultura genial. <https://www.culturagenial.com/es/cuadro-la-ultima-cena-de-leonardo-da-vinci/>
- Información obtenida de Conectar viajes. (s.f.). [\(https://clubconectar.com/\)](https://clubconectar.com/).
- Informe de los miembros afiliados publicado por la OMT y la WYSE TRAVEL CONFEDERATION. (s.f.). ‘*La fuerza del Turismo Joven*. Obtenido de PDF: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414604>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina. (2021). Índice de Salarios. <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-31-61>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (11 de agosto de 2021). *Turismo Internacional. Informes técnicos*. <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-13-55>
- *Italia para los amantes del arte*. (s.f) Ciaoflorence. n/a <https://www.ciaoflorence.it/es/service-center/faq/1/28/109>
- Kacef Osvaldo. (2017). *Los argentinos y el tipo de cambio*. Obtenido de pdf <http://fcece.org.ar/wp-content/uploads/informes/los-argentinos-y-el-tipo-de-cambio.pdf>
- Kenia. (2011). *Suecia: mitos y realidades*. Blog. <http://sueciamitosyrealidad.blogspot.com/2011/02/artesania-tradicional.html>
- Keral, Dani. (2021). *Que visitar en Madrid en 2 días, x un madrileño*. Un viaje creativo. https://unviajecreativo.com/que-visitar-en-madrid-en-2-dias/#Puerta_del_Sol
- Kiasma. (s.f.). *Architecture*. <https://kiasma.fi/en/architecture/>
- Klempert Izaguirre, R. (12 de febrero de 2021). *Argentina: la pandemia se llevó un 77% del receptivo y del emisivo*. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/lat/142270_argentina-el-covid-se-llevo-un-77-del-receptivo-y-un-211-del-emisivo.html
- Kouvola. (2019). *Hermoso paisaje accidentado*. n/a <https://visitkouvola.fi/en/a/22/rugged-beautiful-scenery>
- Lanzarote. (s.f.). *Visitar el parque Nacional de Timanfaya*. <https://turismolanzarote.com/visitar-el-parque-nacional-de-timanfaya/>



- Lánzate y viaja. (s.f.). *El top 10 de los mejores lugares turísticos de Alemania para visitar este 2021*. <https://lanzateyviaja.com/alemania/lugares-turisticos>
- Lario de Oñate, M Carmen y Vázquez Amador, María. (2019). “*España e Irlanda en el Siglo XVIII según Richard Twiss*”. Obtenido de PDF https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/86465/1/tintero-4-lario_y_vazquez_espana_e_irlanda.pdf
- Linnanmäki. (2019). Wikipedia, La enciclopedia libre. <https://es.wikipedia.org/wiki/Linnanm%C3%A4ki>
- Lonely Planet. (s.f.). Castillo Vaduz. <https://www.lonelyplanet.es/europa/liechtenstein/imprescindible/castillo-de-vaduz>
- Loopian. (s.f.). *Curso de agente de viaje*. Recuperado diciembre 2021 de https://www.loopian.com.ar/curso/agente-de-viajes-y-turismo/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=cursos%20especificos&gclid=EAIaIQobChMI7Kf-poDZ9AIVEgiRCh0EjgtFEAAAYASAAEgJolFD_BwE#programa
- Loopian. (s.f.). *Curso de inglés- Nivel Intermedio*. Recuperado diciembre 2021 de <https://www.loopian.com.ar/curso/ingles-nivel-intermedio/#programa>
- Los Traveleros. (2020). *Frankfurt en un día: que ver + itinerario*. <https://lostraveleros.com/frankfurt-en-un-dia/>
- Los Travelers. (23 de marzo de 2020) *50 lugares imprescindibles que ver en Italia*. Los Travelers. <https://lostraveleros.com/que-ver-en-italia/>
- Los Viajes de Domi. (s.f.). *28 Razones para visitar Roma*. <https://losviajesdedomi.com/28-razones-para-visitar-roma/>
- Louisiana. (s.f.). *Mor! Sidste Chance* <https://louisiana.dk>
- Loving London. (2019). *St. Paul’s Cathedral en Londres*. <https://loving-london.com/es/st-pauls-cathedral-londres/>
- Made for minds. (s.f.). *Diez razones poderosas para visitar Venecia*.
- *Martinskirche (Iglesia de San Martín)*. (s.f) Freiburg. n/a <https://visit.freiburg.de/es/atracciones/martinskirche-iglesia-de-san-martin>
- Mas Salagros. (s.f.). *Mas Salagros*. <https://www.massalagros.com/ecoresort/>
- *Máscaras de Venecia*. (s.f) 101 Viajes.com n/a <https://www.101viajes.com/venecia/mascaras-venecia>
- Matías. (2015). *6 lugares naturales imperdibles de Francia*. Dejeate llevar con viajobien.com. <https://guia.viajobien.com/6-lugares-naturales-imperdibles-de-francia/>
- Máximo Fernández.(Junio del 2021). *¿Cuántos chicos abandonaron la escuela por la pandemia en Argentina?*.Universidad Torcuato Di Tella. https://www.utdt.edu/ver_nota_prensa.php?id_notas_prensa=19632&id_item_menu=6
- *Mercado de Porta Portese*. (s.f) La Guía de Roma. n/a <https://www.laguiaderoma.com/que-ver/mercados/mercado-porta-portese/>
- Mercado Libre., (s.f.). *Silla Tulip Eames Con Almohadon Y Patas Madera Silla Moderna* <https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-677605803-silla-tulip-eames->



[con-almohadon-y-patas-madera-silla-moderna-
_JM?searchVariation=72612310641#searchVariation=72612310641&position=7&se-arch_layout=grid&type=item&tracking_id=916cf628-e319-4b0d-aa96-506cf2d23eda](https://www.mercadolibre.com.ar/con-almohadon-y-patas-madera-silla-moderna-JM?searchVariation=72612310641#searchVariation=72612310641&position=7&se-arch_layout=grid&type=item&tracking_id=916cf628-e319-4b0d-aa96-506cf2d23eda)

- Mercado Libre. (s.f) *Lampara Pie Curva Arco Chica Cobre Moderna Living Diseño Imp.* [https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-695033406-lampara-pie-curva-arco-chica-cobre-moderna-living-diseno-lmp-
_JM#reco_item_pos=1&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=5645c8ae-1337-4189-995b-26bc6c418c63](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-695033406-lampara-pie-curva-arco-chica-cobre-moderna-living-diseno-lmp-JM#reco_item_pos=1&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=5645c8ae-1337-4189-995b-26bc6c418c63)
- Mercado Libre. (s.f) *Lapicera Birome Bolígrafo Bic Azul Rojo Negro Caja 50 Unidades.* [https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-741941845-lapicera-birome-boligrafo-bic-azul-rojo-negr-caja-50-unidade-
_JM?matt_tool=42371990&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409322&matt_ad_group_id=124055975702&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=543394189913&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=129447753&matt_product_id=MLA741941845&matt_product_partition_id=1479106972557&matt_target_id=aud-416637721346:pla-1479106972557&gclid=Cj0KCQiAkNiMBhCxARIsAIDDKNUsUskQaUctzjDdrLwt_hslBp_eAYqysYOjtlCP6Vx8YzLJzCfyWk8IaAkVDEALw_wcB](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-741941845-lapicera-birome-boligrafo-bic-azul-rojo-negr-caja-50-unidade-JM?matt_tool=42371990&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409322&matt_ad_group_id=124055975702&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=543394189913&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=129447753&matt_product_id=MLA741941845&matt_product_partition_id=1479106972557&matt_target_id=aud-416637721346:pla-1479106972557&gclid=Cj0KCQiAkNiMBhCxARIsAIDDKNUsUskQaUctzjDdrLwt_hslBp_eAYqysYOjtlCP6Vx8YzLJzCfyWk8IaAkVDEALw_wcB)
- Mercado Libre. (s.f) *Mesa Flotante De Tv Led Entrega Ya Eslovenia Muebles.* [https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-750159123-mesa-flotante-de-tv-led-entrega-ya-eslovenia-muebles-
_JM?variation=51558607332#reco_item_pos=7&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=8f105cf1-4e52-4cf9-8633-5a5f95754185](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-750159123-mesa-flotante-de-tv-led-entrega-ya-eslovenia-muebles-JM?variation=51558607332#reco_item_pos=7&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=8f105cf1-4e52-4cf9-8633-5a5f95754185)
- Mercado Libre. (s.f) *Mesa Ratona Nórdica Escandinava Moderna Hairpin.* [https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-901825829-mesa-ratona-nordica-escandinava-moderna-hairpin-
_JM?variation=71142128923#reco_item_pos=16&reco_backend=machinalis-domain-pads_pdp_off&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-pads-related&reco_id=30855d7f-a0ef-4514-89d9-14206b7949b3&is_advertising=true&ad_domain=VIPCORE_RELATED&ad_position=17&ad_click_id=ZmMxOTUzYWQzMGRhNS00NjM0LWFhN2YtY2FjMDC0OTQ0MjI3](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-901825829-mesa-ratona-nordica-escandinava-moderna-hairpin-JM?variation=71142128923#reco_item_pos=16&reco_backend=machinalis-domain-pads_pdp_off&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-pads-related&reco_id=30855d7f-a0ef-4514-89d9-14206b7949b3&is_advertising=true&ad_domain=VIPCORE_RELATED&ad_position=17&ad_click_id=ZmMxOTUzYWQzMGRhNS00NjM0LWFhN2YtY2FjMDC0OTQ0MjI3)
- Mercado Libre. (s.f) *Monstera Deliciosa E03 - Costilla De Adán.* [https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-805047751-monstera-deliciosa-e03-costilla-de-adan-envios-
_JM#reco_item_pos=15&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=b32a5d67-93fe-4295-89a1-5e9ac1a92ad7](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-805047751-monstera-deliciosa-e03-costilla-de-adan-envios-JM#reco_item_pos=15&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=b32a5d67-93fe-4295-89a1-5e9ac1a92ad7)
- Mercado Libre. (s.f) *Mural Mapa Geométrico Deco - Madera Varios Colores 70x40cm.* [https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-907199364-mural-mapa-geometrico-deco-madera-varios-colores-70x40cm-
_JM?searchVariation=75489031479#searchVariation=75489031479&position=5&se-arch_layout=grid&type=item&tracking_id=c6f45d3b-e7d1-4b71-b297-8807668b660e](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-907199364-mural-mapa-geometrico-deco-madera-varios-colores-70x40cm-JM?searchVariation=75489031479#searchVariation=75489031479&position=5&se-arch_layout=grid&type=item&tracking_id=c6f45d3b-e7d1-4b71-b297-8807668b660e)



- Mercado Libre. (s.f) *Pack Almohadones Diseño Decorativos Precio Oferta Últimos*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-870676589-pack-almohadones-diseno-decorativos-precio-oferta-ultimos-JM?matt_tool=30470270&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409175&matt_ad_group_id=124055974462&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=543394189862&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=240785976&matt_product_id=MLA870676589&matt_product_partition_id=1405821725238&matt_target_id=aud-416637721346:pla-1405821725238&gclid=Cj0KCQiAys2MBhDOARIsAff1D1diaUC7cHcAI86BAx5MRjOb1zYlmlfBikuwBoXJ5SPEXVIHqYkZRIAaAlvpEALw_wcB
- Mercado Libre. (s.f) *Panta De Jade, Planta De La Moneda, Crassula, Suculenta M9*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-844419806-panta-de-jade-planta-de-la-moneda-crassula-suculenta-m9-JM?matt_tool=64869477&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409187&matt_ad_group_id=124055974982&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=543394189892&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=141015587&matt_product_id=MLA844419806&matt_product_partition_id=1403299324506&matt_target_id=aud-416637721346:pla-1403299324506&gclid=CjwKCAiAm7OMBhAQEiwArvGi3H1B6GiLkZfVsHF4pyV_stOXeZdLRuLk_6UEhEgpcHBluS0f8eiFvRoCf5gQAvD_BwE
- Mercado Libre. (s.f) *Panta De Jade, Planta De La Moneda, Crassula, Suculenta M9*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-844419806-panta-de-jade-planta-de-la-moneda-crassula-suculenta-m9-JM?matt_tool=64869477&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409187&matt_ad_group_id=124055974982&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=543394189892&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=141015587&matt_product_id=MLA844419806&matt_product_partition_id=1403299324506&matt_target_id=aud-416637721346:pla-1403299324506&gclid=CjwKCAiAm7OMBhAQEiwArvGi3H1B6GiLkZfVsHF4pyV_stOXeZdLRuLk_6UEhEgpcHBluS0f8eiFvRoCf5gQAvD_BwE
- Mercado Libre. (s.f) *Parques Nacionales, Edición Especial De Revista Lugares*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-932353836-parques-nacionales-edicion-especial-de-revista-lugares-JM#position=2&search_layout=stack&type=item&tracking_id=5639fbc2-b478-4390-b226-748b76a2d64e
- Mercado Libre. (s.f) *Pie Porta Maceta De Madera X 2 Unidades + 2 Macetas Premium*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-797343010-pie-porta-maceta-de-madera-x-2-unidades-2-macetas-premium-JM#reco_item_pos=0&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=e5955a72-d9df-4171-bb9a-7ad24b79d84b
- Mercado Libre. (s.f) *Planta Philodendro Peruviiano Monstera Con Maceta Autorriego*. <https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-904527896-planta->



[philodendro-peruviano-monstera-con-maceta-autorriego-](#)

[_JM#reco_item_pos=17&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=7987f4d0-7bf2-4d5e-83a6-53e270d26067](#)

- Mercado Libre. (s.f) *Plantas Sansevieria Lengua De Suegra En 3litros*.
[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-874688722-plantas-sanseviera-lengua-de-suegra-en-3litros-](#)
[_JM?matt_tool=64869477&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409187&matt_ad_group_id=124055974982&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=543394189892&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=263414869&matt_product_id=MLA874688722&matt_product_partition_id=1403299324506&matt_target_id=aud-416637721346:pla-1403299324506&gclid=CjwKCAiAm7OMBhAQEiwArvGi3ATDY7p41B9Mb47Ee8DKBAw7tP3SD3HfTexYKeM0dTgcbIvDBZBL-BoCkxMQAvD_BwE](#)
- Mercado Libre. (s.f) *Potus Eio*. [https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-908482634-potus-eio-](#)
[_JM#position=3&search_layout=grid&type=item&tracking_id=70812e92-51c0-4c2b-a104-4724d0bc3626](#)
- Mercado Libre. (s.f) *Sillón 3 Cuerpos Capitone Chenille Modelo Chesty Fabrica*.
[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-767881746-sillon-3-cuerpos-capitone-chenille-modelo-chesty-fabrica-](#)
[_JM?variation=32258917055#reco_item_pos=7&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=7d48a169-69d8-4048-90d1-890a7283be9f](#)
- Mercado Libre. (s.f) *Sillón Retro Escandinavo Moderno Patchwork Pana Miagala*.
[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-621128026-sillon-retro-escandinavo-moderno-patchwork-pana-miagala-](#)
[_JM?variation=42709313172#reco_item_pos=6&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=1a2083c0-1a7b-4faf-ad64-30377c3ae8b5](#)
- Mercado Libre. (s.f) *Terrario Suculenta Vidrio N°3 Souvenir Eventos Regalos/ 12cm*.
[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-809997549-terrario-suculenta-vidrio-n3-souvenir-eventos-regalos-12cm-](#)
[_JM#position=1&search_layout=grid&type=item&tracking_id=5f804960-f0c1-44d9-ad19-d20bdcf1452b](#)
- Mercado Libre. (s.f) *Velador Vintage Cobre/niquel Vintage Led*.
[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-915750894-velador-vintage-cobreniquel-vintage-led-](#)
[_JM#reco_item_pos=0&reco_backend=machinalis-seller-items-pdp&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller-items-above&reco_id=680d449a-281a-4458-966c-f684ea90b3f9](#)
- Mercado libre. (s.f). *Alcohol en gel X5 litros*.
[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-896281729-alcohol-en-gel-x-5-litros-](#)
[_JM](#)
- Mercado libre. (s.f). *Boligrafo Faber Trilux Azul X50 Faber 343250*.
[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1102856433-boligrafo-faber-trilux-azul-x50-faber-343250-](#)
[_JM](#)



- Mercado libre. (s.f). *Extensor De Señal Wifi Repetidor Tp-link Re200 2.4 Y 5 Ghz.* <https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-734196800-extensor-de-senal-wifi-repetidor-tp-link-re200-24-y-5-ghz- JM>
- Mercado libre. (s.f). *Resma A4 Papel Autor 75grs 500 Hojas Para Inkjet Oficina.*
- Mercado libre. (s.f). *Router TP link blanco.* <https://www.mercadolibre.com.ar/router-tp-link-tl-wr850n-blanco/p/MLA9373480>
- Mercado Libre. (s.f.). *Cafetera Black+Decker CM0410 semi automática blanca de filtro 220V.* https://www.mercadolibre.com.ar/cafetera-blackdecker-cm0410-semi-automatica-blanca-de-filtro-220v/p/MLA15155514?pdp_filters=category:MLA4340#searchVariation=MLA15155514&position=2&search_layout=stack&type=product&tracking_id=a28b0fde-a574-4812-8231-a78389722fef
- Mercado Libre. (s.f.). *Camino de Arpillera En color 2.50x0.30* https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1109899184-camino-de-arpillera-en-color-50x030-oferta-imperdible- JM?searchVariation=173846071866#searchVariation=173846071866&position=15&search_layout=grid&type=item&tracking_id=2b5c4f92-eb7f-4d05-9bbb-c1d11552c108
- Mercado Libre. (s.f.). *Combo Cartucho 564xl Para B209 B210 C6380 C6300 4 Colores.* https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-628734760-combo-cartucho-564xl-para-b209-b210-c6380-c6300-4-colores- JM?variation=41818592797#reco_item_pos=1&reco_backend=machinalis-seller-items-pdp&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller_items-above&reco_id=61547840-a77e-45e5-999c-057f52a54a78
- Mercado Libre. (s.f.). *Cuadro Cocina Coffee- Fácil Colocación -madera Calada- 40x20* https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-910985840-cuadro-cocina-coffee-facil-colocacion-madera-calada-40x20- JM?matt_tool=30470270&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409175&matt_ad_group_id=124055974462&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=543394189862&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=249707644&matt_product_id=MLA910985840&matt_product_partition_id=1405821725238&matt_target_id=pla-1405821725238&gclid=CjwKCAiAm7OMBhAQEiwArvGi3EW2OhfrVMUsOU4Rz--Mx1XvYiKkz62nKPuXb7IjQQTbwHE6_bTGXR0CBXAQAvD_BwE
- Mercado Libre. (s.f.). *Cubetera Hielera De Silicona Molde Panal 37 Hielos Freezer.* https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-929843066-cubetera-hielera-de-silicona-molde-panal-37-hielos-freezer- JM?searchVariation=91310212702#searchVariation=91310212702&position=16&search_layout=grid&type=item&tracking_id=77bd1c1f-8953-4e87-9dcc-e034e3554030
- Mercado Libre. (s.f.). *Dispenser de agua Humma Compact 20L blanco 220V.* https://www.mercadolibre.com.ar/dispenser-de-agua-humma-compact-20l-blanco-220v/p/MLA15227885?pdp_filters=item_id:MLA886330466#searchVariation=MLA



[15227885&position=1&search_layout=grid&type=pad&tracking_id=b00c8c60-d815-4ac9-8783-9d0a26b3fb0d](https://www.mercadolibre.com.ar/MLA-901562279-escritorio-nordico-escandinavo-moderno-hairpin-?JM?searchVariation=71019045968#searchVariation=71019045968&position=37&search_layout=grid&type=pad&tracking_id=b00c8c60-d815-4ac9-8783-9d0a26b3fb0d)

- Mercado Libre. (s.f.). *Escritorio Nordico Escandinavo Moderno Hairpin*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-901562279-escritorio-nordico-escandinavo-moderno-hairpin-?JM?searchVariation=71019045968#searchVariation=71019045968&position=37&search_layout=grid&type=item&tracking_id=26e152b0-51c0-4b5b-aca0-52299ca159db
- Mercado Libre. (s.f.). *Escritorio Nordico Escandinavo Moderno Hairpin*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-901562279-escritorio-nordico-escandinavo-moderno-hairpin-?JM?searchVariation=71019045968#searchVariation=71019045968&position=37&search_layout=grid&type=item&tracking_id=26e152b0-51c0-4b5b-aca0-52299ca159db
- Mercado Libre. (s.f.). *Impresora a color simple función HP Deskjet Ink Advantage 1275 blanca 200V - 240V*. https://www.mercadolibre.com.ar/impresora-a-color-simple-funcion-hp-deskjet-ink-advantage-1275-blanca-200v-240v/p/MLA16068542?pdp_filters=category:MLA1676#searchVariation=MLA16068542&position=3&search_layout=stack&type=product&tracking_id=48da193f-fc78-495e-b232-8c76927358a0
- Mercado Libre. (s.f.). *Juego 24 Cubiertos New Kolor Tramontina De Acero Inoxidable*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-933149472-juego-24-cubiertos-new-kolor-tramontina-de-acero-inoxidable-?JM?searchVariation=173689180686#searchVariation=173689180686&position=11&search_layout=stack&type=item&tracking_id=2c8ddd33-84ec-420b-ad4b-b46009026f00
- Mercado Libre. (s.f.). *Matafuego 5Kg Nuevo Abc Habilidadación + Soporte + Chapa*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-924166442-matafuego-5kg-nuevo-abc-habilitacion-soporte-chapa-?JM?searchVariation=173579232257#searchVariation=173579232257&position=37&search_layout=stack&type=item&tracking_id=8b9a0204-21ec-4424-9e2e-206a8b1fee78
- Mercado Libre. (s.f.). *Matafuego 5Kg Nuevo Abc Habilidadación + Soporte + Chapa*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-924166442-matafuego-5kg-nuevo-abc-habilitacion-soporte-chapa-?JM?searchVariation=173579232257#searchVariation=173579232257&position=37&search_layout=stack&type=item&tracking_id=8b9a0204-21ec-4424-9e2e-206a8b1fee78
- Mercado Libre. (s.f.). *Matafuego Clase K x 2.5 lts. Cocina DRAGO*. <https://extincenter.com/productos/matafuego-clase-k-x-2-5-lts-cocina-drago/>
- Mercado Libre. (s.f.). *Matafuego Clase K x 2.5 lts. Cocina DRAGO*. <https://extincenter.com/productos/matafuego-clase-k-x-2-5-lts-cocina-drago/>
- Mercado Libre. (s.f.). *Mesa De Comedor Cuadrada Madera Laqueada - Eames 70x70 Cm*. <https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-864706678-mesa-de-comedor-cuadrada-madera-laqueada-eames-70x70-cm->



[_JM?searchVariation=58816780755#searchVariation=58816780755&position=41&search_layout=grid&type=item&tracking_id=76683227-9e92-413e-99e4-f1d083ec5094](https://www.mercadolibre.com.ar/?searchVariation=58816780755#searchVariation=58816780755&position=41&search_layout=grid&type=item&tracking_id=76683227-9e92-413e-99e4-f1d083ec5094)

- Mercado Libre. (s.f.). *Microondas Bgh Quick Chef B120db9 Blanco 20l 220v Tio Musa*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-903511614-microondas-bgh-quick-chef-b120db9-blanco-20l-220v-tio-musa-_JM#position=15&search_layout=grid&type=item&tracking_id=fd336d74-c5f9-4720-9f95-808d4d52f4f3
- Mercado Libre. (s.f.). *Monitor gamer IQual IQ24H led 23.6 "negro 100V/240V*. https://www.mercadolibre.com.ar/monitor-gamer-igual-iq24h-led-236-negro-100v240v/p/MLA18499722?pdp_filters=category:MLA14407#searchVariation=MLA18499722&position=14&search_layout=grid&type=product&tracking_id=46df23ce-2847-48b6-90b1-812801f9fdcc
- Mercado Libre. (s.f.). *Pava eléctrica Ultracomb PE-4909 color roja 220V 1.7L*. https://www.mercadolibre.com.ar/pava-electrica-ultracomb-pe-4909-color-roja-220v-17l/p/MLA8922613?pdp_filters=category:MLA10064#searchVariation=MLA8922613&position=2&search_layout=stack&type=product&tracking_id=caa4d9a7-e168-481c-b6d7-c3b1bfbc8e4
- Mercado Libre. (s.f.). *Pizarra Planner Organizador Mensual Imantado Calendario*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-907257917-pizarra-planner-organizador-mensual-imantado-calendario-_JM#position=6&search_layout=stack&type=item&tracking_id=e71075ef-5bd7-474d-8ed7-2b710078142c
- Mercado Libre. (s.f.). *Planisferio + Mapa Argentina (nombres Y Luz Led Calida)*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-914722367-planisferio-mapa-argentina-nombres-y-luz-led-calida-_JM?matt_tool=30470270&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409175&matt_ad_group_id=124055974462&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=543394189862&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=156234623&matt_product_id=MLA914722367&matt_product_partition_id=1405821725238&matt_target_id=pla-1405821725238&gclid=CjwKCAiAm7OMBhAQEiwArvGi3LreYISAxsQYnb5HzioAwEHl4ZcK7vS_aRfk_8Jg0V-gmTORvRdWRxoCnKkQAvD_BwE
- Mercado Libre. (s.f.). *Planta Artificial Flor Con Maceta Colores M1 - Sheshu Home*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-902541025-planta-artificial-flor-con-maceta-colores-m1-sheshu-home-_JM#searchVariation=173640585920&position=1&search_layout=stack&type=pad&tracking_id=b2c68dfa-417c-438f-84cb-7c453035ff27&is_advertising=true&ad_domain=VQCATCORE_LST&ad_position=1&ad_click_id=MzhkZjAzNzUtZGFmMy00ZDQxLThiMmItMTZkMjc0ODE3N2Nm
- Mercado Libre. (s.f.). *Plato Playo Melamina 25Cm x6*. <https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-919405615-plato-playo-cuadrado-melamina-25-cm-x6->



- [_JM#position=24&search_layout=grid&type=item&tracking_id=21ddacb8-02a0-4629-9457-6b40d8ed9802](https://www.mercadolibre.com.ar/MLA-680789668-repasadores-toalla-100-algodon-x-6-unidades-absorventes-JM#position=24&search_layout=grid&type=item&tracking_id=21ddacb8-02a0-4629-9457-6b40d8ed9802)
- Mercado Libre. (s.f.). *Repasadores Toalla 100% Algodón X 6 Unidades Absorventes*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-680789668-repasadores-toalla-100-algodon-x-6-unidades-absorventes-JM#position=18&search_layout=grid&type=item&tracking_id=922abbe9-9e5b-46bc-97e2-dfc101b901b5
 - Mercado Libre. (s.f.). *Silla Oficina Escritorio Ergonomica Giratoria Computadora Pc*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1105735655-silla-oficina-escritorio-ergonomica-giratoria-computadora-pc-JM?variation=173735161548#reco_item_pos=11&reco_backend=machinalis-v2p-pdp-boost-v2&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-v2p&reco_id=2aaca0cb-3bba-46ba-95ac-14d115465200
 - Mercado Libre. (s.f.). *Tacho Cesto Basura Pvc Residuos Ecoback 14 Lts Plasutil*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1106185563-tacho-cesto-basura-pvc-residuos-ecoback-14-lts-plasutil-JM?searchVariation=173751296249#searchVariation=173751296249&position=35&search_layout=grid&type=item&tracking_id=e806715a-0a8b-4571-b056-8b1824a5a491
 - Mercado Libre. (s.f.). *Toner Cf279a Compatible Impresora Hp M12w M26nw M26 Oferta!!*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-854022412-toner-cf279a-compatible-impresora-hp-m12w-m26nw-m26-oferta-JM?searchVariation=55418292283#searchVariation=55418292283&position=16&search_layout=stack&type=item&tracking_id=b8b6888a-124b-4665-a888-6c2d62d038ea
 - Mercado Libre. (s.f.). *Tostadora Ken Brown 4 Panes 1200w 6 Niveles Acero Inoxidable*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-932626762-tostadora-ken-brown-4-panes-1200w-6-niveles-acero-inoxidable-JM?searchVariation=93065227027#searchVariation=93065227027&position=15&search_layout=stack&type=item&tracking_id=1ea5a3b2-73b3-4fbe-9247-ff7d834cfdaa
 - Mercado Libre. (s.f.). *Vasos Térmicos Descartables C/tapa Pico 180cc X100und*. <https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-912986076-vasos-termicos-descartables-ctapa-pico-180cc-x100und-JM>
 - Mercado Libre. (s.f.). *100 bandejas Estuche Plástico Descartable 142 Bandex C/ tapa*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-849742634-100-bandeja-estuche-plastico-descartable-142-bandex-c-tapa-JM#position=13&search_layout=stack&type=item&tracking_id=69c79ce5-20bf-4518-90a0-6a0d4203557b
 - Mercado Libre. (s.f.). *Impresora simple función HP Laser Jet 107ª blanca y negra 110V/240V*. https://www.mercadolibre.com.ar/impresora-simple-funcion-hp-laserjet-107a-blanca-y-negra-110v240v/p/MLA15728051?pdp_filters=category:MLA1676#searchVariation=MLA15728051&position=6&search_layout=stack&type=product&tracking_id=931da8c5-d437-48d8-a6ab-837e84adae0f



- Mercado Libre. (s.f.). *Pc Cpu Nueva Computadora Escritorio Armada Oficina Hogar*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-720250229-pc-cpu-nueva-computadora-escritorio-armada-oficina-hogar-_JM#position=6&search_layout=stack&type=item&tracking_id=55a61787-5d9c-494b-9de2-611464305c34
- Mercado Libre. (s.f.). *Pc Cpu Nueva Computadora Escritorio Armada Oficina Hogar*. https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-720250229-pc-cpu-nueva-computadora-escritorio-armada-oficina-hogar-_JM#position=6&search_layout=stack&type=item&tracking_id=55a61787-5d9c-494b-9de2-611464305c34
- Mercado Libre.(s.f.). *Heladera Philco PHC T360 blanca con freezer 360L 220V*. https://www.mercadolibre.com.ar/heladera-philco-phct360-blanca-con-freezer-360l-220v/p/MLA12302175?pdp_filters=category:MLA398582#searchVariation=MLA12302175&position=28&search_layout=stack&type=product&tracking_id=767bd4e6-eaf8-4f66-8f30-4cc273e4aa31
- *Milla de Råbjerg*. (s.f.) VisitNordjylland. n/a. <https://www.visitnordjylland.com/north-jutland/things-do/rabjerg-mile>
- Ministerio de Economía Argentina - Instituto Nacional de Estadística y Censos República Argentina. (2021) *Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH)* https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_1trim21F7C133BA46.pdf
- Ministerio de Economía Argentina - Instituto Nacional de Estadística y Censos República Argentina. (2021) *Informe de avance del nivel de actividad* https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/pib_06_21842C1D1A16.pdf
- Ministerio de Economía Argentina - Instituto Nacional de Estadística y Censos República Argentina. (2021). *Indicadores del sector energético*. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/indicadores_energeticos_06_210738EE9E18.pdf
- Ministerio de las mujeres, géneros y diversidad. (2021). *Resumen ejecutivo plan nacional de igualdad de diversidad 2021 - 2023*. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2020/09/resumen_ejecutivo_plan_nacional_de_igualdad_en_la_diversidad_2021-2023.pdf
- Ministerio de Turismo y Deportes Argentina. (s.f.). *Fondo de Auxilio para Prestadores Turísticos (APTur)*. <https://www.yvera.tur.ar/aptur/>
- Moderna Museet. (s.f.). *A museum for the future*. <https://www.modernamuseet.se/stockholm/en/about/>
- *Monte Etna*. (s.f) Italia. Agenzia nazionale turismo. n/a. <http://www.italia.it/es/ideas-de-viaje/lugares-unesco/monte-etna.html>
- MuchoViaje. (s.f.). *Cosas Típicas de Holanda*. <https://www.muchoviaje.com/blog/cosas-tipicas-de-holanda>



- Muñoz Eréndira. (2021). *Los viajeros del siglo XIX y la reinención del pasado prehispánico mexicano. Humboldt y los viajeros ingleses*. Obtenido de PDF <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/2789/1586>
- National Geographic. (2019). *¿Qué destino es conocido como la Ciudad Eterna?* <https://www.ngenespanol.com/dato-dia/destino-conocido-la-ciudad-eterna/>
- National Geographic. (s.f.). *París* <https://viajes.nationalgeographic.com/es/c/paris#:~:text=A%20Par%C3%ADs%20se%20la%20conoce,temprana%20iluminaci%C3%B3n%20de%20sus%20calles.>
- National Park Mols Bjerge. (s.f.). *Parque Nacional Mols Bjerge: en beneficio de la naturaleza y el placer de las personas.* <https://eng.nationalparkmolsbjerg.dk/about-the-mols-bjerge-national-park/>
- NL Países Bajos. (s.f.). *Casa Rietveld-Schröder.* <https://www.holland.com/es/turista/destinos/utrecht/la-casa-rietveldschroder-1.htm>
- NL Países Bajos. (s.f.). *Museos en Holanda.* <https://www.holland.com/es/turista/actividades/arte-y-cultura/museos.htm>
- NL Países Bajos. (s.f.). *Zonas Naturales.* <https://www.holland.com/es/turista/actividades/zonas-naturales.htm>
- OPW. (s.f.). *Kilmainham gaol museum.* <https://kilmainhamgaolmuseum.ie/>
- OPW. (s.f.). *St. Stephen Green Park.* <https://ststephensgreenpark.ie/>
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). *Argentina y la OMC* <https://www.wto.org/spanish/thewto/s/countries/s/argentina.s.htm>
- Página oficial de turismo de Madrid. (s.f.). *Museo del Prado.* https://www.esmadrid.com/informacion-turistica/museo-del-prado?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Página oficial de turismo de Madrid. (s.f.). *Parque de El retiro.* <https://www.esmadrid.com/informacion-turistica/parque-del-retiro>
- Página oficial de turismo de Madrid. (s.f.). *Puerta de Alcalá.* <https://www.esmadrid.com/informacion-turistica/puerta-de-alcala>
- Patrimonio Nacional. (s.f.). *Real Monasterio de Santa Isabel.* <https://www.patrimonionacional.es/visita/real-monasterio-de-santa-isabel>
- *Platos típicos de la comida italiana.* (s.f) Cocina Casera. n/a <https://cocina-casera.com/8-platos-tipicos-la-comida-italiana/>
- Potetti, Celine, Doce, Delfina, Velasco Palo, Delfina. (Abril 2021). *La brecha laboral de género en Argentina.* <https://www.institutoideas.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/La-Brecha-laboral-de-genero-en-Argentina-FINAL-1-1.pdf>
- Quispe Jurado Mirian Zenaida, Acuña Calsina Paul Alexander. (2019). *Incidencia de los paquetes turísticos que ofrecen las agencias de viajes de la ciudad del Cusco en la satisfacción del turista juvenil.* Obtenido de PDF:



<http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4485/253T20190487-TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Radisson Blu Hotel. (s.f.). *Radisson Blu Hotel, Fráncfort*. <https://www.radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-blu-frankfurt?cid=a:se+b:gmb+c:emea+i:local+e:rdb+d:cese+h:DEFRA1>
- Renfe SnCF. (s.f.). *Las Fiestas Nacionales más tradicionales de Francia*. <https://www.renfe-sncf.com/es-es/blog/curiosidades/fiestas-tradicionales>
- Rober y Lety. (s.f.). *¿Qué comer en Francia? 10 platos típicos franceses*. Mochileando por el mundo. <https://www.mochileandoporelmundo.com/que-comer-en-francia-platos-tipicos-franceses/>
- Roset, Pablo. (2016). *Aries no tan buenos soplan en Buenos Aires*. <http://sobrelatierra.agro.uba.ar/aires-no-tan-buenos-soplan-en-buenos-aires/>
- San Fermin. (s.f.). *¿Qué es Sanfermin?*. n/a. <https://www.sanfermin.com/es/guia-de-la-fiesta/que-es-sanfermin/>
- Sánchez, Nora. (2020). *Medio Ambiente. La contaminación en Buenos Aires bajó a la mitad por cuarentena*. https://www.clarin.com/ciudades/contaminacion-buenos-aires-mitad-cuarentena_0_v27V1hmY9.html?gclid=CjwKCAjwybyJBhBwEiwAvz4G795Yk7taSpXcpiR7nzF4IHqfWxUTmUzdZsYkenV3UD-jvaJh3aaH1xoCR0gQAvD_BwE
- Secretaria de Gobierno de Turismo. (s.f.). *Plan Nacional de Inversiones Turísticas - 50 Destinos*. YVERA <http://datos.yvera.gob.ar/dataset/plan-nacional-inversiones-turisticas---50-destinos>
- Singerman y Makón. (2020). *Desafíos del turismo en Argentina*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-11/Proposal-AM-Virtual-Corner SINGERMANN-MAKON.pdf>
- Skyscanner. (2018). *Los 7 platillos típicos de España que debes probar una vez en la vida*. <https://www.espanol.skyscanner.com/noticias/platillos-tipicos-de-espana>
- Sleep´N Atocha. (s.f.). *Sleep´N*. <https://www.sleepnatocha.com/>
- Sobre Alemania. (s.f.). *La estatua de Rolando en Bremen*. <https://sobrealmania.com/2009/04/15/la-estatua-de-rolando-en-bremen/>
- Sobre Inglaterra. (s.f.). *Belleza Natural en las colinas Malvern*. <https://sobreinglaterra.com/2011/05/23/belleza-natural-en-las-colinas-malvern/>
- Sofcom.(s.f.). *Publicidad en redes sociales*. <https://www.softcom.com.ar/publicidad-en-redes-sociales-costos/>
- Steve. (Septiembre 2019). *Almabtrieb-An Austrian Farming Tradition*. *Austriadirect*. Recuperado April de 2020. <https://www.austriadirect.com/almabtrieb/>
- Suomenlinna Sveaborg (s.f.) *Patrimonio Mundial* <https://www.suomenlinna.fi/es/>
- TasteAtlas. (s.f.). *Hafalaab*. <https://www.tasteatlas.com/hafalaab>
- Tecsid.(s.f.). *Planes de Hosting*. <https://tecsid.com/planesdehosting>
- Tecsid.(s.f.). *Planes y Precios de Anuncios*. https://tecsid.com/precios_internet



- Tenvinilo. (s.f.). *Manteles individuales*. <https://www.tenvinilo-argentina.com/manteles-individuales/individual-de-mesa-paisley-flores-naranjas-M157>
- The British Museum. (s.f.). *Galleries British Museum*. <https://www.britishmuseum.org/collection/galleries>
- Travel2be. (s.f.). *Motivos por los que viajar a Frankfurt*. <https://es.travel2be.com/blog/motivos-por-los-que-viajar-a-frankfurt/14136>
- Tuttle, Jayne. (2019). *Los centros artísticos más increíbles de Francia*. Explore France. <https://es.france.fr/es/actualidad/lista/los-centros-artisticos-mas-increibles-de-francia>
- UCLG.org. (2020). *Tecnologías digitales y la pandemia de COVID-19*. https://www.uclg.org/sites/default/files/eng_briefing_technology_es.pdf
- Uncategorized-2.(Julio 2012). *Austria: Arte y cultura en estado puro*. Revista Summa. <https://revistasumma.com/27474/>
- UNESCO.org. (s.f) *Ciudad de Verona*. <https://whc.unesco.org/es/list/797#top>
- UNESCO.org. (s.f) *Fronteras del Imperio Romano – El “limes” del Danubio (Tramo occidental)*. <https://whc.unesco.org/es/list/1608#top>
- UNESCO.org. (s.f) *Génova: las Strade Nuove y el sistema de los Palazzi dei Rolli*. <https://whc.unesco.org/es/list/1211#top>
- UNESCO.org. (s.f) *Los Dolomitas*. <https://whc.unesco.org/es/list/1237#top>
- UNESCO.org. (s.f) *Portovenere, Cinque Terre y las Islas (Palmaria, Tino y Tinetto)*. <https://whc.unesco.org/es/list/826#top>
- UNESCO.org. (s.f) *Zonas arqueológicas de Pompeya, Herculano y la Torre Annunziata*. <https://whc.unesco.org/es/list/829#top>
- UNESCO.org. (s.f.). *Abadía de Saint Gall*. <https://whc.unesco.org/es/list/268#top>
- UNESCO.org. (s.f.). *Monte San Giorgio*. <https://whc.unesco.org/es/list/1090#top>
- UNESCO.org. (s.f.). *Tres castillos, murallas y defensas del burgo de Bellinzona*. <https://whc.unesco.org/es/list/884#top>
- UNICEF Argentina. (Mayo 2020).“*Encuesta de Percepción y Actitudes de la Población. Impacto de la pandemia COVID-19 y las medidas adaptadas por el gobierno sobre la vida cotidiana*”. <https://www.unicef.org/argentina/media/8056/file/Covid19-EncuestaRapida-InformeEducacion.pdf>
- UNICEF. (Mayo 2020).*Covid-19: UNICEF aporta evidencias sobre el impacto de la pandemia en la educación de los chicos y chicas de todo el país*. UNICEF. <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/Covid19-encuesta-rapida-informe-educacion>
- UniFrance. (s.f.). *Presentaciones del evento*. <https://es.unifrance.org/festivales-y-mercados/425/festival-internacional-de-cine-de-cannes>
- Vacaciones Monoparentes. (Julio 2016). *Descubre: Pinochos en Italia*. n/a. https://vacacionesmonoparentales.com/pinochos_en_italia/



- Valen. (2021). *10 cosas que ver en Ámsterdam en 3 (Actualizado 2021)*. Interrailero. <https://interrailero.com/que-ver-en-amsterdam/>
- Vasa Museet. (s.f.). *Museo Vasa*. <https://www.vasamuseet.se/es>
- Vázquez Gómez, R. A; Osorio Garcia, M. (s.f). *Imaginos turísticos de las jóvenes universitarias. Un estudio de caso*. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/109790/Cap_Imaginos_Jo%cc%81venes.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Veronica. (2021). *Cómo organizar un viaje a París*. Touristear Travel Blog. <https://touristear.com/preparando-el-viaje-a-paris/>
- Viajar a Italia. (s.f.). *Gastronomía de Italia*. n/a. <https://www.viajaraitalia.com/gastronomia-de-italia/>
- Viajero Nomada.(s.f.).*Qué ver en Venecia. Los atractivos turísticos más importantes*
- Viajeros callejeros. (S.f.). *Barcelona en 2 días: guía completa y mapa*. <https://www.viajeroscallejeros.com/barcelona-en-2-dias/>
- Visit Berlín. (2020). *Restaurantes con estrella*. <https://www.visitberlin.de/es/restaurantes-con-estrella>
- Visit London. (s.f.). *Buckingham Palace*. <https://www.visitlondon.com/es/cosas-que-hacer/lugar/427311-buckingham-palace>
- Wikipedia (s.f.). *Abbey Road calle*. Recuperado.. [https://es.wikipedia.org/wiki/Abbey_Road_\(calle\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Abbey_Road_(calle))
- Wikipedia (s.f.). *Anexo: Patrimonio de la Humanidad en Alemania*. Recuperado.. https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Patrimonio_de_la_Humanidad_en_Alemania#Patrimonio_cultural_inmaterial
- Wikipedia. (s.f.). *Anexo: Castillo Gutenberg*. Recuperado: https://es.wikipedia.org/wiki/Castillo_Gutenberg
- World Heritage Convention, UNESCO. (s.f). *Palacio y jardines de Schönbrunn*. n/a. <https://whc.unesco.org/es/list/786#top>

