

Trabajo Final de Graduación
Proyecto de Aplicación Profesional

*Campaña de Reposicionamiento de la marca Camping Shop para
diferenciarse de la competencia.*

Jael Spollansky

Lic. En Publicidad
Universidad Siglo 21
2013

Abstract

El siguiente trabajo propone una **campana estratégica** comunicacional de **reposicionamiento** de la marca Camping Shop, negocio de venta al por menor de artículos para camping y actividades al aire libre en la ciudad de Córdoba. La misma se realizó a partir de una investigación del negocio; acercándonos a su target, productos, objetivos, estrategias de venta y comunicación y también al de los negocios de la competencia. Durante el transcurso de la investigación, se pueden apreciar marcadas **diferencias** entre los negocios más importantes dentro del rubro gracias a que cada uno tiene una fuerte **imagen** y **elementos diferenciadores** que cada uno elige para dirigirse a su target, acompañados de productos específicos para cierto tipo de actividad **outdoor**. Camping Shop carece de estas características de diferenciación y su imagen es muy débil y es a lo que apunta la campaña de reposicionamiento; encontrarle una imagen adecuada para que su público se identifique con ellos y se diferencie del resto de los negocios competidores.

The following work proposes a repositioning campaign for the brand Camping Shop, a retail shop that commercializes camping and outdoor products. The campaign was done from the results of an investigation of the shop's target, products, goals, sale and communication strategies and also the competition's. Going forward on the paper, people will find that there are big differences between all the competitor stores. Each store has a strong and define image with different proposals for each target that are defined by its specific outdoor activities and the products they sell specific for those activities. Camping Shop doesn't have a defined image or target, so it's the goal of this work to find one so it's target identifies with and stands out among the competitor stores.

Índice

| | |
|---|-----|
| Introducción..... | 4 |
| Objetivos de Investigación..... | 5 |
| Marco Teórico..... | 6 |
| Marco Metodológico..... | 12 |
| Desarrollo de la Investigación | |
| Camping Shop..... | 15 |
| Competencia: | |
| Montagne..... | 38 |
| Suiza..... | 49 |
| Nunatak..... | 67 |
| Buen Pique..... | 75 |
| Cuadro Comparativo diferencias con competencia..... | 84 |
| Diagnóstico..... | 86 |
| Propuesta profesional: | |
| Objetivos de Intervención..... | 89 |
| Nueva Imagen..... | 90 |
| Concepto de Campaña y acciones..... | 93 |
| Papelería..... | 95 |
| Cartel..... | 96 |
| Web..... | 97 |
| Folletos..... | 106 |
| BTL..... | 108 |
| Vidriera..... | 109 |
| Almanaque..... | 112 |
| Manual del Acampante..... | 113 |
| Facebook y Mailings..... | 117 |
| Cortos..... | 119 |
| Promos, ofertas y concursos..... | 121 |
| Plan de Comunicación y Presupuesto..... | 123 |
| Bibliografía..... | 124 |
| Anexo..... | 125 |

Introducción

Camping Shop es una empresa minorista que comercializa una gran variedad de artículos para camping y actividades al aire libre como Trekking, Montañismo, Camping y Caza en menor cantidad. Tiene actualmente dos locales: el principal, en la calle Tucumán 127 y el segundo, en la Av. Monseñor Pablo Cabrera 3940. Ofrece productos de indumentaria para actividades al aire libre tales como interiores y medias térmicas, camperas y anoraks, pantalones y guantes para nieve, pantalones desmontables, entre otros artículos; Colchones y colchonetas; Mochilas, binoculares, brújulas, telescopios y anteojos de sol. El negocio comercializa diferentes marcas, tanto nacionales como importadas de primera y segunda línea.

Camping Shop realiza acciones comunicacionales desde el comienzo del negocio, pero lo hace de una manera intuitiva y sin seguir objetivos claros. Además no posee personal fijo encargado para este fin, ya que es una empresa familiar chica y sin roles correctamente delimitados y su mayor energía está volcada en la fuerza de venta.

Actualmente, gracias a la incorporación de la hija de los dueños de Camping Shop al negocio, están abriéndose a nuevas ideas y quieren incorporar estrategias y técnicas de comunicación más modernas para dar a conocer su negocio y sus productos. Hay una intención de actualizarse, para que el negocio pueda subsistir y no perderse entre la competencia.

TEMA: *Campaña estratégica de Reposicionamiento de la marca Camping Shop para diferenciarse de la competencia.*

Objetivo general del PAP

Rediseñar y comunicar estratégicamente una nueva imagen corporativa de la marca, con una personalidad fuerte, fresca, moderna y natural para que los clientes se identifiquen con la misma y forjen un sentimiento de lealtad a la misma, convirtiéndose entre la competencia en la opción preferida y principal a la hora de comprar elementos para Camping y outdoor.

Objetivos de investigación:

- Conocer el negocio Camping Shop y analizar sus estrategias de venta.
- Categorizar el público de Camping Shop, sus gustos, valores, tendencias y formas de vida.
- Analizar la imagen actual de Camping Shop y su comunicación.
- Indagar sobre la imagen que los clientes tienen del negocio y el lugar que tienen con respecto a la competencia.
- Conocer y categorizar el mercado de compra y venta de artículos para camping y actividades al aire libre.
- Identificar y analizar a la competencia de Camping Shop.
- Indagar y analizar las tendencias y valores que comunican actualmente en estrategias de publicidad y marketing de los negocios de venta de artículos para camping y actividades al aire libre.

Marco teórico

Camping Shop es una tienda que vende al por menor artículos para camping y actividades al aire libre que no tiene una imagen muy fuerte. El concepto de “**imagen de tienda**” (Loudon y Della Bitta, 1998) dice que estos negocios utilizan una imagen propia para influir en la calidad que el consumidor percibe para crear una imagen que los diferencie. Muchas veces, el lugar en donde se adquiere el producto, influye en la evaluación que el consumidor hace del producto.

Esta imagen de tienda no está aislada. Se corresponde con todas las acciones de la organización y del resto de la imagen de la marca.

Paul Capriotti (2009), habla de “**Identidad Corporativa**” y la intenta definir de acuerdo a varios autores pero encuentra una gran variedad entre ellos y finalmente señala dos grandes concepciones:

1. *Enfoque del Diseño*: Que define a la Identidad Corporativa como todos los elementos icónicos y simbólicos de la organización, “todo lo que se ve” (colores, tipografías, logotipos, y hasta la arquitectura de la organización).

2. *Enfoque Organizacional*: Este es más amplio ya que plantea que la Identidad Corporativa es un conjunto de aspectos que definen la personalidad de la empresa que la distinguen y la identifican del resto. Es la forma en la que la organización se representa hacia sus públicos; su esencia, su “ser” (Villafañe citado por Capriotti, 1999), su “**personalidad**” (Capriotti, 1999). Son los rasgos más duraderos y distintivos de una organización.

Sin embargo, estos dos enfoques no funcionan de modo separado, sino complementándose.

Entonces podemos decir que la Identidad Corporativa es el “conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia se autoidentifica (a nivel introspectivo) y se autodiferencia (de las otras organizaciones de su entorno).” (Capriotti, 2009). Este conjunto de características le otorgan a la organización especificidad, estabilidad y coherencia, pero estas características no son inmutables a lo largo del tiempo sino que va cambiando y adaptándose a los cambios del entorno.

“Toda entidad social, con sólo existir y ser perceptible, envía a su entorno un volumen determinado de información” (Chaves, 1988; Bernstein, 1986 citado por Capriotti, 2009). Las organizaciones comunican no sólo con sus campañas publicitarias, las acciones de marketing

o las relaciones públicas, sino también con toda su actividad comercial, desde la atención al público hasta sus productos y el comportamiento de sus empleados (Capriotti, 2009).

La **Imagen Corporativa** es la gestión de los atributos de identidad de una organización y su comunicación a sus públicos y tiene como objetivo prioritario lograr la identificación, diferenciación y preferencia de la organización (Capriotti, 2009). Los atributos que los públicos asocian a una organización, son muy importantes ya que crean un activo intangible que permite a las organizaciones:

- *Ocupar un espacio en la mente de los públicos:* La organización existe para las personas y ocupan un lugar en su mente. Si la organización está en la mente del público, existe, si no, no.

- *Facilitar la diferenciación de la organización de otras entidades;* por medio de un perfil de identidad propio, duradero y diferenciado, creando valor para los públicos. Además de existir para los públicos, debe ser valiosa, porque puede no elegirla. Para esto debe tener un **valor diferencial** con respecto a las otras organizaciones que existen en sus mentes. Las organizaciones por medio de su Imagen Corporativa, crean valor para sí mismas y para sus públicos, siendo este punto la clave del éxito de las organizaciones.

- *Disminuir la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra;* ya que las personas dispondrán de una información adicional importante sobre la organización. La existencia de una Imagen Corporativa fuerte permitirá que las personas tengan un esquema de referencia previo, sobre el que podrán asentar sus decisiones.

- *Actuar como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y distribuidor;* disminuyen las influencias por factores coyunturales en el punto de venta ya que la gente elegirá un producto o servicio concreto en cualquier punto de venta.

- *Lograr vender mejor:* una organización con identidad corporativa podrá vender sus productos o servicios con mayor margen, y la gente estará dispuesta a pagar un **plus de marca**, ya que la imagen es garantía de calidad o de mejores características con respecto a otros productos o marcas.

- *Atraer mejores inversores:* facilita inversores para aportar capital ya que la perspectiva de beneficios puede ser superior a otras organizaciones que no tengan una buena imagen corporativa o no se conozcan.

- *Conseguir mejores trabajadores:* Es más apetecible la organización con buena imagen corporativa para trabajar. La entidad será una referencia y será preferida a otras y tendrá la organización más opciones para elegir personal más capaz.

Las organizaciones en general se comunican a través de la publicidad para llegar a sus públicos y lograr diferentes objetivos como: *informar y persuadir*, dar a conocer los valores de una marca o negocio y persuadirlos; *crear y mantener* la lealtad hacia la marca, manteniendo interesados a sus clientes para que vuelvan a adquirir los productos o a comprarlos en el mismo lugar e *introducir nuevas marcas al mercado o nuevas extensiones de línea* (O'Guinn, Allen y Semenik, 2007, p. 22 a 26). La publicidad desempeña un papel importante en la lealtad de marca, ya que dota a la marca de **valores** que los consumidores adoptan y hacen que vuelvan a adquirir la marca. No es sólo la publicidad la que otorga valores a la marca y refuerza la relación del consumidor con la marca, sino también otras acciones de marketing y herramientas promocionales pueden tener el mismo efecto, pero todas las acciones tienen que comunicar los mismos valores, tener los mismos objetivos. Cuando se logra una relación y una actitud positiva del consumidor hacia la marca, se desarrolla un **capital** o un **patrimonio de marca** (O'Guinn, Allen y Semenik, 2007, p. 25) esta creación de imagen y de significado de una marca comunica la manera en que la misma aborda ciertos deseos y necesidad. Así desarrolla un papel importante vinculando la imagen y el significado de la marca con el entorno social del consumidor creando una conexión cercana con el mismo.

Los consumidores de los negocios de artículos de camping y actividades al aire libre son sólo una pequeña porción de un mercado heterogéneo y es a quienes la empresa tiene que llegar. Es en estos consumidores en dónde la empresa tiene que “posicionarse” y “diferenciarse”.

Posicionamiento es el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor con respecto a otras de la competencia. Este posicionamiento está dado por la **diferenciación** que son los atributos que el consumidor percibe que varían de la competencia. Estos atributos pueden ser tangibles o intangibles (O'Guinn, Allen y Semenik, 2007, p. 27). La publicidad debe crear valor y comunicar esos valores de una forma que se diferencie del resto para que el público pueda identificarse con ello y posicionarse en su mente. “El valor, en el marketing y la publicidad modernos, se refiere a una percepción de los consumidores de que una marca proporciona una satisfacción que va más allá del costo en el que incurrieron para obtener esa marca” (O'Guinn, Allen y Semenik, 2007, p. 37).

Cuando las estrategias de marketing no tuvieron éxito o por el constante cambio del mercado y los consumidores o algún otro cambio externo a la empresa, la organización debe efectuar un **reposicionamiento** que es una forma de revivir la empresa, realizando nuevamente una estrategia de posicionamiento, con nuevos objetivos de acuerdo al nuevo mercado y contexto. “El reposicionamiento ofrece un tremendo reto. Cuando las marcas que

han existido durante algún tiempo se ven obligadas a reposicionarse, las percepciones de la marca que han evolucionado a lo largo de los años, se deben cambiar por medio de la publicidad. Este problema es común en el caso de marcas que se hicieron populares con una generación, pero que desaparecen del escenario a medida que esa generación envejece y que los nuevos consumidores llegan a considerar a la marca como algo pasado de moda.” (O’Guinn, Allen y Semenik, 2007, p. 243).

Como se mencionó, la publicidad en la mezcla del marketing es sólo una de muchas herramientas promocionales disponibles para impresionar y persuadir a los consumidores. Ni siquiera es la elección principal de muchas empresas ya que otras herramientas pueden resultarles más eficientes.

Existe un concepto que combina varias herramientas promocionales de forma unificada para crear una comunicación sinérgica para mantener la conciencia, la identidad y la preferencia de marca y se conoce como **Comunicación Integral de Marca**. “La CIM (comunicación integral de marca) reconoce que es necesario que los mensajes promocionales coordinados tengan efectos de creación de la marca, y no sólo efectos de comunicación” (O’Guinn, Allen y Semenik, 2007, p.39).

La **publicidad en el punto de venta** es el conjunto de instrumentos expuestos y técnicas de venta utilizadas en el lugar de venta y es un aspecto muy importante ya que puede influir positiva o negativamente en las decisiones de compra de un consumidor. La imagen de marca puede contrarrestar los factores situacionales, favoreciendo a la compra. Refuerza el resto de las acciones de comunicación que se realicen (Crosby y Moreda, 1996). Actualmente, el punto de venta es el elemento más fuerte de Camping Shop ya que allí es donde tienen la fuerza de venta y casi no existen otras acciones comunicacionales significativas. El resto de las herramientas de CIM que mencionan O’Guinn, Allen y Semenik (2007) como **Publicidad, Promoción de ventas, Mkt Directo, Colocación de marcas en el cine y TV, Publicidad y Promoción en Internet, Relaciones Públicas y Patrocinio de Eventos**, sirven para ayudar a la empresa a competir efectivamente y a desarrollar lealtad y fidelizar al cliente y generar utilidades, se verá cuáles son las pertinentes a utilizar en la campaña de acuerdo a la estrategia, al mensaje y al presupuesto del cliente.

Los consumidores toman sus decisiones basadas en diferentes acciones, situaciones y sentimientos. La **conducta del consumidor** se define como “todo el amplio espectro de cosas que afectan, se derivan de, o constituyen el contexto del consumo humano” (Loudon y Della Bitta, 1998).

El **proceso de toma de decisiones de los consumidores** se basa en dos aspectos relacionados con el producto a obtener o el lugar donde lo obtiene que le pueden otorgar dos tipos de beneficios.

- **Beneficios funcionales:** Satisfacen necesidades específicas que provienen de las características tangibles del producto, servicio o marca.

- **Beneficios emocionales:** Son beneficios subjetivos y que pueden diferir de un consumidor a otro, no derivan de una característica tangible. (Loudon y Della Bitta, 1998)

El consumidor tiene diferentes aspectos que componen su vida y que influyen en sus decisiones, tales como Cultura, Valores, Rituales, Clase social, Gusto, Modas, Grupo de referencia y pertenencia, Familia, Tendencias, Raza e identidad étnica, Sexo y Comunidad. (O'Guinn, Allen y Semenik, 2007)

Gusto, es la orientación de las preferencias del consumidor, que está afectada por la clase social que tiene relación con las tendencias y modas (O'Guinn, Allen y Semenik, 2007), y podemos incorporar dentro de esta clasificación el concepto de **Turismo en áreas rurales (TARS)** (Crosby y Moreda, 1996).

En los últimos años se pueden apreciar nuevas tendencias en lo referido a las ofertas turísticas en donde se prefiere la elección de un destino rural, alejado de la ciudad y de los destinos turísticos tradicionales con mucha demanda, llamados “de playa”. “Estos cambios de la demanda, hacia una mayor concientización acerca del entorno y sus problemas de conservación, han provocado la proliferación de términos que hacen referencia a un *turismo verde, diferente, más ecológico, conservacionista, de interior, etc.*, que no han hecho sino crear confusión entre la generalidad del público y los potenciales consumidores acerca de las distintas actividades relacionadas con el *turismo rural*, el *ecoturismo*, el *agroturismo* o el *turismo de aventura (como trekking, ciclismo de montaña, montañismo, escalada, esquí y snowboard)*, por ejemplo. Por otra parte, una cierta moda ha hecho su incursión en los medios de comunicación.” (Crosby y Moreda, 1996, p. 20).

Según estos autores, el Turismo en Áreas Rurales es cualquier actividad turística que se desarrolle en un entorno rural y tiene las siguientes características.

- *Hace referencia a aquello opuesto a la ciudad, a lo urbano.*
- *Recoge toda actividad turística que sigue un modelo claramente diferenciado del turismo masificado de costa.*
- *Abarca toda actividad turística endógena soportada por el entorno humano y ambiental.*

Camping Shop debe comunicar aspectos y valores únicos en su nueva imagen corporativa y en las sucesivas comunicaciones para crear una marca fuerte y única que se adecue a los gustos, valores y cultura de los clientes de Camping Shop y las tendencias y modas de la sociedad. El negocio tiene que transmitir y mantener una imagen que se diferencie del resto de los negocios competidores para posicionarse en el mercado y lograr que los clientes creen un sentimiento con la marca para crear fidelidad con la misma y así regresar siempre que necesiten artículos del tipo que ellos comercializan.

Marco metodológico

Fue necesario conocer el mercado de venta de artículos para camping, la competencia, los medios donde se promocionan y sus consumidores. Para esto se llevó a cabo una investigación de tipo exploratoria para obtener datos cualitativos para familiarizarnos con este mercado, sus características y las de sus consumidores.

Metodología:

Investigación de tipo exploratoria, metodología cualitativa.

Objetivo: Conocer el negocio Camping Shop y analizar sus estrategias de venta.

Técnica: Entrevista semiestructuradas a los dueños del local Camping Shop.

Instrumento

- Guía de pautas. (ver Anexo)
- **Objetivo:** Categorizar el público de Camping Shop, sus gustos, valores, tendencias y formas de vida.

Técnicas:

- Encuesta estructurada con preguntas cerradas y semiabiertas

Instrumento:

- Modelo de encuesta.

Muestra: 100 clientes de Camping Shop dentro del local. Se decidió hacer esta muestra porque era más del promedio diario de personas que entraban al negocio y se podían obtener más datos para analizar.

- Observación del público (100 personas) dentro del local.

Instrumento:

- Cuadro de observación.

- **Objetivo:** Analizar la imagen actual de Camping Shop y su comunicación.

Técnicas

- Observación en el local.

Instrumento:

- Cuadro de observación.
- Análisis de datos de la comunicación actual e histórica de Camping Shop.

Instrumento:

- Cuadro de análisis de datos.
- **Objetivo:** Indagar sobre la imagen que los clientes tienen del negocio y el lugar que tienen con respecto a la competencia.

Técnicas:

- Encuesta estructurada con preguntas cerradas y semiabiertas-

Instrumento:

- Modelo de encuesta.

Muestra: 100 personas dentro del local

Objetivos:

- Conocer y categorizar el mercado de compra y venta de artículos para camping y actividades al aire libre.
- Identificar y analizar a la competencia de Camping Shop.
- Indagar y analizar las tendencias y valores que comunican actualmente en estrategias de publicidad y marketing de los negocios de venta de artículos para camping y actividades al aire libre.

Técnicas:

- Entrevista semiestructurada a los 4 dueños y /o encargados de los locales de la competencia.

Instrumento:

- Guía de pautas.
- Observación de los locales de la competencia, sus productos y medios de comercialización. (6 locales en la ciudad de Córdoba).

Instrumento:

- Cuadro de observación.
- Entrevistas semiestructuradas con preguntas abiertas a los clientes de locales de la competencia.

Instrumento:

- Guía de pautas.

Muestra: 10 clientes de cada local competidor.

- Análisis de datos de la comunicación de locales de venta de artículos de camping y actividades al aire libre.

Instrumento:

- Cuadro de análisis de datos.

Desarrollo de la Investigación

Cliente

¿Qué es Camping Shop?

Camping Shop es una empresa minorista que comercializa una gran variedad de artículos para camping y actividades al aire libre como Trekking, Montañismo, Camping y Caza en menor cantidad.

Ofrece productos de indumentaria para actividades al aire libre (interiores y medias térmicas, camperas y anoraks, pantalones y guantes para nieve, pantalones desmontables, entre otros artículos); Colchones y colchonetas; Mochilas (grandes como pequeñas para llevar solamente una bolsa de hidratación). Además vende carpas TORTUGA que son de fabricación propia y de muy buena calidad con una larga trayectoria en el mercado cordobés. También ofrecen artículos como binoculares, brújulas, telescopios y anteojos de sol.

El negocio comercializa diferentes marcas, tanto nacionales como importadas de primera y segunda línea.

Camping Shop tiene actualmente dos locales. El principal, en la calle Tucumán 127 y el segundo, en la Av. Monseñor Pablo Cabrera 3940. Este último, actualmente sólo abre en temporada de verano, ya que ahí mismo se fabrican las carpas y es más espacioso para ofrecer las carpas y los productos de esta temporada como piletas de lona. Durante el resto del año, se mantiene cerrado al público, aunque trabaja diariamente un empleado produciendo las carpas y puede atender si alguien se acerca a esta sucursal. También reciben trabajos de arreglos, pero no está abierto al público como el negocio de la calle Tucumán que sí está abierto todo el año. El negocio tiene dos temporadas altas en las que trabaja fuertemente:

- *Verano:* En la temporada de verano, sus principales artículos de venta son las carpas y piletas de lona. También en esta época hay una gran demanda por artículos de indumentaria para el invierno de Europa, por ejemplo, donde se realizan actividades de nieve.
- *Invierno:* Su fuerte es la indumentaria. Camperas y ropa térmica para los fríos de la ciudad o ropa con ciertas propiedades específicas para deportes de nieve.

Historia

Camping Shop fue fundada originalmente como sociedad hace aproximadamente 40 años. Se llamaba “El Espinillo” y se dedicaba al mismo rubro. En sus comienzos se compraba mercadería y se revendía y luego empezaron a fabricar. Producían carpas “Tortuga” que competían con las mejores marcas de carpas, según datos recabados de los dueños del negocio, conjuntamente con una línea de camperas también de muy buena calidad. La marca de indumentaria “Playsit” que después pasó a ser “Bricolage” que actualmente ya no se trabaja. Llegó a tener 70 fábricas y 80 empleados con viajantes en su época de auge.

Tenía, además del negocio en la Av. Monseñor Pablo Cabrera, varios negocios en el centro, uno muy importante en la galería Gran Rex y otro en la galería Cinerama. En su momento “El Espinillo” fue muy conocido y reconocido por su calidad y estaba así muy bien posicionado. Más adelante, por problemas financieros, “El Espinillo” se disuelve. Los socios se separan y Oscar M. Fridlender, actual dueño, decide seguir con el negocio y tratar de llevarlo adelante. Dejó de llamarse “El Espinillo” y el local de camino a Pajas Blancas se llamó “Camping Shop” y ofrecía sólo productos de camping y afines.

El de la calle Tucumán primero se llamó “Mountain – City”; una mezcla de la montaña y la ciudad, ya que el negocio se encontraba en la ciudad y ofrecía productos para la montaña y actividades al aire libre, con más variedad que el otro local. Luego, se unificaron los dos negocios y se llamaron ambos “Camping Shop” como es actualmente.

La marca “Tortuga” se sigue fabricando y comercializando con una experiencia en el mercado de más de 40 años, compitiendo directamente con las carpas “Doite”.

Marcas y productos que trabaja:

- ANSILTA: Indumentaria técnica de montaña. Camperas, pantalones, camisas, interiores térmicos.
- RAFFIKE: Indumentaria técnica de montaña. Camperas, pantalones, camisas, interiores térmicos.
- COLUMBIA: Indumentaria técnica en su mayoría, algunas prendas tienen más diseño que propiedades técnicas. Camperas, pantalones, camisas, chombas, interiores térmicos.
- NEXXT: Interiores térmicos, camperas, colchonetas auto-inflables.
- HUMMER: Interiores térmicos, bolsas de dormir, carpas.
- CAMERON: Ropa deportiva y prendas básicas de algodón. (Se trabaja muy poco)

- MONTAGNE: Indumentaria Camperas, pantalones, camisas, gorros y productos de camping: colchones, infladores, bolsas de dormir, mochilas, bolsos, bolsos térmicos.
- HI-TEC: Calzado para trekking, bolsas de dormir, mochilas y cubre-mochilas.
- SIERRA SPORT: Mochilas.
- ARUBA: Reposeras, sillones, mesas.
- MARINA SOL: Reposeras, sillones, mesas.
- WAGNER: Algunas mochilas.
- DOITE: Mochilas, carpas, colchones inflables, calentadores, cartuchos de gas, faroles, linternas.
- SPINIT: Bolsas de dormir, Mochilas, bolsos térmicos, jarros térmicos, faroles, linternas, marmitas.
- BAMBOO: Bolsas de dormir, mochilas, bolsos térmicos, carpas, colchones inflables.
- SHILBA: Brújulas, estaciones meteorológicas, binoculares, telescopios.
- TASCO: Binoculares, telescopios.
- BUSHNELL: Binoculares.
- CELEX: Lupas, binoculares, telescopios, microscopios, brújulas, termómetros, estaciones meteorológicas.
- TRENTO: Cuchillería
- VENADO: Cuchillería
- VICTORINOX: Cortaplumas.
- MAGLITE: Linternas.
- CLARK´S: Cantimploras, accesorios.
- COOLBRAND: Heladeras termoeléctricas.
- FOCO: Calentadores, garrafas
- INTEX: Colchones, almohadas inflables, piletas inflables.
- EVEREADY Y ENERGIZER: Linternas y pilas.
- OUTSIDE: Mochilas, riñoneras, bastones de trekking.
- TEKNIA: Calzado de montaña, pédulas (calzado para escalada).
- CURTLO: Mochilas, calzas para carrera de aventura, gorros
- HYDRAPACK: Bolsas de hidratación.
- FLYING EAGLE: Termos, viandas térmicas, jarros térmicos.
- TORTUGA: Carpas de producción propia.

Staff

Camping Shop es una empresa familiar compuesta por el fundador Oscar M. Fridlender y su esposa Dolores Diner, Ana Fridlender, tres vendedores y un cortador. Durante las épocas de temporadas, se contrata una persona más por la gran demanda.

Los puestos de los integrantes no están bien definidos ni siguen tareas específicas previamente descritas. Al ser una empresa familiar, los roles de la empresa, son muy parecidos a los que se encuentra en la familia, según información obtenida por Ana Friedlender hija del dueño del negocio y recientemente incorporada a la empresa. Oscar Fridlender se ocupa de las tareas y decisiones más importantes que competen a toda la empresa. Dolores, su esposa, se encarga de la atención al público sin estar entrenada técnicamente para este puesto.

Ana Fridlender es nueva en la empresa, ingresó en Octubre de 2010 para aplicar sus conocimientos de RRHH recientemente adquiridos y empezar a organizar y remodelar las estructuras de la empresa.

Público

Encuestas a los clientes de Camping Shop

Se realizaron encuestas semiestructuradas dentro del negocio Camping Shop a los consumidores después de haber hecho una compra o averiguado sobre algún producto, cuando el cliente ya estaba dejando el establecimiento. La muestra corresponde a 100 clientes que entraron al negocio durante 5 días laborales de 8 horas durante el mes de Noviembre de 2011. La mayoría de las preguntas fueron de carácter abierto de manera que la respuesta sea libre e incite al encuestado a expresarse, brindando mayor cantidad y calidad de información y profundidad. Se realizó una caracterización del público para establecer un perfil sobre el mismo. Se indagó sobre sus profesiones, edades, rituales de compras, valores, su conocimiento sobre el negocio, su percepción de la imagen y cómo habían llegado a él; si compraban o no; si quedaban conformes con el servicio, si conseguían lo que buscaban y si tenían conocimiento sobre los negocios de la competencia. También se hizo una búsqueda sobre palabras, valores o conceptos que los encuestados asociaban con la marca y la actividad de camping y outdoor. También pudimos recabar información sobre su percepción sobre el negocio, los productos más solicitados y el tipo de actividad al aire libre más común entre los clientes, el tiempo dedicado al outdoor y los valores que rescatan sobre las actividades que realizan y la razón por la cual las practican. Quisimos ver con qué diferenciaban a la marca y cómo estaba posicionada con respecto a la competencia.

Las preguntas corresponden a los temas del presente PAP y se van sucediendo desde preguntas más específicas sobre el consumidor en particular datos como edad, profesión,

actividades o deportes que realizan al aire libre, periodicidad sobre la práctica de las mismas, pasando por preguntas sobre el negocio en particular y la relación del consumidor con el mismo; hasta preguntas sobre la competencia y la relación del encuestado con ellos. En el anexo se encuentran las preguntas que se utilizaron como guía para realizar las entrevistas.

A partir de los resultados de las mismas podemos concluir lo siguiente:

El público es muy variado y amplio, tanto a nivel etario como a nivel socio-económico y de costumbres. El rango etario se encuentra comprendido desde los 17 a 69 años y las profesiones de los consumidores también son variadas.

Es un público de clase media alta, alta (ABC1) ya que los productos son caros y por esta razón no son accesibles a cualquier persona y, además, generalmente van aparejados con algún tipo de viaje hacia un lugar alejado de la ciudad en dónde se pueden utilizar estos elementos. Por ejemplo, mucha gente adquiere sus productos de indumentaria como: camperas para nieve, interiores o camisetas térmicas; en verano, para viajar a Europa donde es invierno, que son vacaciones para gente con un alto nivel económico.

También se diferencia de acuerdo a los productos que adquiera. Están los que compran carpas o piletas en verano, que son generalmente compras que se realizan una vez. Y los que compran equipos especializados porque se dedican a algún deporte relacionado con la naturaleza.

Los que se dedican al Trekking, pueden adquirir productos del tipo indumentaria impermeable: con secado rápido, respirables. Personas que necesitan productos de calidad que le favorezcan en su actividad. Los que salen de camping adquieren carpas, bolsa de dormir, el aislante, entre otros elementos. Dentro de estos, están los que salen en familia, que compran carpas grandes para cuatro personas o más. O los que salen en pareja o con amigos. Los que hacen deportes para la nieve o viajan a la nieve adquieren productos de ski y calzado. O simplemente personas que disfrutan hacer alguna de estas actividades en su tiempo libre como una distracción de las tareas habituales, como un hobby que pueden adquirir una mochila o una bolsa de dormir.

También en los últimos años, se definió un nuevo público que es el que utiliza los productos térmicos (camperas, medias, camisetas, etc.) para la ciudad, en la época de invierno.

Camping Shop trabaja primeras y segundas marcas, entonces permite diferencias de precios en los productos. Generalmente, el que compra segunda marca no es el que se dedica

de lleno a estas actividades. Son personas que buscan por precio para una actividad de una o dos veces y dejan de lado la calidad.

Actividades que practican

Las actividades que mayormente practican son “**Camping**” y “**Trekking**”. Estas dos son las actividades que menos conocimiento técnico requieren y que casi cualquier persona puede realizarla. Para hacerlo, sólo se necesitan ciertos instrumentos básicos que provee Camping Shop. Para instrumentos más específicos y más técnicos se encuentran los otros negocios de la competencia, cada uno especializado en un área particular. Ya dijimos antes que Camping Shop no se especializa en ningún área, posee un poco de cada actividad, aunque mayormente de Camping. Muchos de los clientes adquieren indumentaria técnica, incluso los que sí realizan profesionalmente alguna actividad, como montañismo, ya que Camping Shop tiene en exclusividad la marca “Ansilta”, que produce ropa técnica para montaña. También están los que ingresan y quieren adquirir una buena campera, por ejemplo, y compran una campera Ansilta (u otra marca con características técnicas) porque son concretamente para aislar el frío y la humedad ya que está fabricada con telas y características específicas.

Sólo una minoría de los clientes encuestados realizan actividades al aire libre profesionalmente, la mayoría las realizan como un hobby, como una forma de distenderse y separarse de la realidad y rutina aprovechando los fines de semanas, feriados y vacaciones para reconectarse con ellos mismos y la naturaleza, olvidándose del trabajo y los problemas que se pueden tener en el día a día.

Conceptos con los que relacionan las actividades al aire libre

La “**Distracción**” es una de las características en común y más destacadas entre todos los encuestados. Todos realizan estas actividades, profesionalmente o no, como una manera de olvidarse del trabajo y las actividades que realizan diariamente, para sentirse bien y volver recargados y renovados a la rutina. Otra de las palabras que sobresalió entre los encuestados, casi por la mayoría fue “**Naturaleza**”. Todas las actividades se realizan en un contexto natural, pudiendo relacionarse con ella sin dañarla, disfrutándola. La tercera palabra destacada fue “**Tiempo libre**”. Los clientes utilizan su tiempo libre, ya sea en vacaciones (tanto de verano como de invierno) y los tan esperados feriados y fines de semana largo, para

aprovechar ese tiempo libre alejados de sus responsabilidades, realizando las actividades que más dicha les brindan y eso es en contacto con la Naturaleza.

“Viaje” fue otra palabra que apareció con frecuencia ya que para la mayoría tomarse unos días en el campo es necesario viajar hasta el lugar donde se realice la actividad (ya sea a 15 minutos de la vivienda o cruzando un océano) y la misma experiencia se toma como un viaje solamente por realizar actividades diferentes a las diarias.

Cómo conocen el negocio y su percepción del mismo

Camping Shop tiene clientes que mantiene desde su época de “El Espinillo” y que siguen comprando en el mismo por la atención obtenida y la buena relación. Hay otros que compraron previamente y tuvieron buenas experiencias de compra, o llegaron a Camping Shop recomendados por algún amigo o familiar, pero la mayoría de la gente ingresa porque pasa por el frente del negocio y ve la vidriera. Una gran parte de clientes son fieles a Camping Shop y vuelven cada vez que necesiten algún producto para sus experiencias de camping u otras actividades, pero la vidriera es un elemento fundamental en el flujo de clientes hacia el negocio, ya que está ubicado en una calle muy transitada en horario comercial y la gente que necesita algún producto, sin buscarlo, se sorprende con los productos que encuentra en la vidriera dirigiéndolos dentro del mismo a consultar sobre algún artículo o precio. Los que no conocen previamente el negocio, ingresan “por pasar” o porque “lo vieron y entraron”.

Casi la totalidad de los clientes tienen dirección de email y están abiertos a recibir información sobre el negocio, lo que puede ser una gran herramienta para mantener informado al público y una forma de fidelizar y mantenerlos interesados en el negocio para que sigan volviendo.

Más de la mitad de los encuestados entraron a preguntar por indumentaria técnica o también para el día a día, ya que son productos de calidad y tienen mucha durabilidad, por ejemplo, productos para el frío.

Otro gran instrumento de venta son los vendedores. Los vendedores de Camping Shop están muy bien capacitados. Una de ellos trabaja en el negocio hace 3 años y conoce a fondo todo lo necesario acerca de los productos que poseen y venden, para qué sirven, cuándo y cómo se usan y sobre las actividades relacionadas con ellos. Los otros dos vendedores realizan o realizaron alguna actividad, por lo que pueden hablar en primera persona sobre experiencias relacionadas a estas actividades y cerrar una venta con puntos basados en lo vivido. La simpatía de los vendedores y la empatía con los clientes es un punto a favor, ya que convierten

al negocio en un ambiente cálido y familiar en donde los clientes se sienten cómodos y hacen desaparecer esa barrera fría de vendedor-cliente, creando un efecto emotivo para con el negocio. Esto es muy positivo para mantenerlos fieles al negocio y que vuelvan cada vez que necesiten algún instrumento para el outdoor. Todos los encuestados estuvieron muy conformes con la **atención**, ninguno hizo ningún comentario negativo con respecto a los vendedores ni ningún problema que pueda surgir dentro del negocio.

Con respecto a los precios, la totalidad de los encuestados estuvieron conformes y de acuerdo con los precios de los productos. De antemano el público que está inmerso dentro del mundo del outdoor sabe que no son productos baratos, pero ninguno hizo alusión a alguna diferencia importante de precio con respecto a la competencia.

| | |
|---|---|
| Rango Etario | 17 a 69 años |
| Profesiones | Variadas, pocos realizan profesionalmente las actividades de outdoor, para la mayoría es un hobby. |
| Actividades al aire libre más practicadas | - Camping y Trekking - Montañismo (son los menos, pero van por la marca Ansilta) |
| Productos que más adquieren | - Accesorios para camping - Indumentaria |
| Conceptos con los que asocian a Camping Shop y las actividades al aire libre | 1. Naturaleza 2. Tiempo libre 3. Distracción 4. Viaje |
| Cómo conocen el negocio | 1. Por ser antiguos clientes 2. Por pasar por el negocio y entrar 3. Por haber sido recomendados por antiguos clientes 4. Por buscar algún producto en particular que no encontraron en otros negocios |
| Características que destacan del negocio | - La buena atención - La calidez del lugar |

Observación del cliente dentro del local Camping Shop

Con respecto al comportamiento del cliente dentro del local, se realizó una guía (en Anexo) para poder conocer un poco más sobre su **comportamiento de los clientes** dentro del negocio y sus productos; si les interesa la vidriera, si entran, si consultan precios, si compran y finalmente qué es lo que más compran. También se analizó la atención del personal del negocio, la disposición de la mercadería, cartelera, productos y piezas promocionales para ver si existía una similitud o diferencia entre los negocios. Esto fue un indicador para conocer los rituales de compra, tendencias, gustos, modas de los clientes.

Los números obtenidos corresponden a un día de semana en el mes de Noviembre de 2011.

| | Ven la vidriera y se van | Entran y consultan | Compran | Compran indumentaria |
|-----------------------------|---------------------------------|---------------------------|----------------|-----------------------------|
| Cantidad de personas | 81 | 37 | 11 | 6 |

Punto de venta

La decoración del negocio, la disposición de los muebles y hasta de los productos, aunque algo abarrotada, también produce en los clientes una sensación de calidez y los hace sentir cómodos dentro del negocio. Ninguno de los encuestados hizo alusión a la disposición de los productos ni a su forma de exposición. Sí sugirieron una “lavada de cara”, un poco de modernización para darle dentro del estilo cálido y familiar, un matiz más moderno para no quedar atrapado en el tiempo.

También insinuaron algunas ideas como “ofrecer unas bolsas de mayor calidad” ya que las que entregan actualmente son bolsas de nylon blancas, genéricas y de poca categoría para productos de alto precio. Además no tienen ningún elemento que comunique que en ellas contienen un producto del negocio que queremos comunicar y dar a conocer a potenciales clientes. No identifican al local. Muchos de los encuestados que sugirieron algo para cambiar el negocio, nombraron el cartel exterior. La mayoría directamente no lo vio. Sugirieron hacerlo más visible para que destaque y comunique que el negocio se encuentra ahí y que se

trata de artículos de camping y actividades al aire libre. Si no fuera por la vidriera, que también propusieron remodelarla y hacerla más llamativa, la gente pasa por el frente del local sin enterarse de qué se trata. También hubo una pequeña cantidad que comentó que conocían el negocio recomendado por amigos, amigos de amigos o familiares que conocen y son fieles clientes y quieren trasladar y transmitir su sentimiento y buena experiencia sobre el negocio.

Acerca de la competencia y su relación con ellos, la mayoría ha oído sobre sus negocios o los han visitado para consultar algún precio. No los tienen de referencia exclusiva.

Imagen y comunicación

Material gráfico, soportes, medio y mensajes.

Se analizaron antiguas piezas gráficas (papelería, folletos, avisos) que Camping Shop utilizó a lo largo de los años para analizar la Imagen corporativa y valores que comunica, la forma de comunicar y los medios en que lo realiza. También se confeccionó una guía de observación en donde se puede plasmar diferentes variables a tener en cuenta para la futura propuesta promocional. Primero se tuvo en cuenta la imagen del negocio y los soportes gráficos que utilizan para comunicar una imagen. Se analizaron los medios utilizados para comunicar diferentes tipos de mensajes.

Punto de Venta – Local Tucumán 127



Cartel frente negocio. Logo viejo y competencia de varios logos.



Vidriera con Logo viejo.



Exhibidor interior binoculares.



Mochilas expuestas con precios.



Perchero de camperas e indumentaria térmicas.



Banderas y pósters promocionales de las marcas que comercializan

El letrero del frente del local tiene poca visibilidad ya que está situado de forma paralela sobre la calle Tucumán y, en ella, a esa altura, hay mucho tránsito. Pasa inadvertido y, además, ofrece una gran cantidad de información al mismo tiempo ya que convive con logos de muchas marcas de los productos que ofrecen, compitiendo con la del negocio. Hay una que resalta por el resto que es la marca “Tortuga”, marca de las carpas que confecciona Camping Shop (aunque eso no se comunica).

Camping Shop tuvo otro logotipo antes del actual. El mismo era con los colores azul y naranja y su slogan “Almacén de montaña”. El cartel está compuesto con el logotipo y que además, por su composición de colores es difícil de distinguirlo. Este logo es diferente al que utilizan en la papelería actual, en verde y gris, igual que el cartel que se encuentra en la vidriera por lo que no hay unicidad en estos soportes.

La vidriera, además, se ve abarrotada de una gran cantidad de artículos varios al igual que el interior del negocio. Aparte de la gran variedad de productos, se nota una variedad de marcas compitiendo por el lugar (pósters, banderas, avisos). Ninguna marca sobresale de la otra, menos la de Camping Shop que es la más importante.

Dentro del negocio, también se encuentra un exhibidor con binoculares con el logo viejo de Camping Shop y además del lado izquierdo contiene un isologo más viejo aún en donde se referían a sí mismos como “Almacén de montaña”.

Publicaciones históricas

Camping Shop tuvo siempre la intención de comunicarse con el público y dar a conocer sus productos en diferentes medios. La tendencia era hacerlo en temporadas altas, invierno y verano, ya que no contaban con un gran presupuesto y son las épocas que hay mayor demanda. Los medios eran:

- *Tarjeta Cordobesa* (sólo en verano): Folleto de publicidad mensual que se entrega a los usuarios de la tarjeta con el resumen de cuenta.
- *Tarjeta Naranja* (también en verano): Folleto de publicidad mensual que se entrega a los usuarios de la tarjeta con el resumen de cuenta.
- *Expresión Norte*: Publicación gráfica mensual gratuita en la zona norte de la ciudad. Distribución puerta a puerta, 20.000 ejemplares. Folleto-mapa para turistas

- *Aquí vivimos*: Revista de interés general, mensual que se adquiere por suscripción. Actualmente tiene un precio de tapa de \$15 y es propiedad de Tarjeta Naranja y le llega preferentemente a sus clientes por suscripción.

También en Revistas Especializadas de camping:

- *Oh Cielos!*: Revista cordobesa de escalada realizada por escaladores amateurs y profesionales.
- *Abc pesca, a veces, Caza*: Revista especializada en pesca y con un poco de caza.
- Actualmente, no tienen folletería ni catálogos de los productos propios.
- Banner en www.ohcielos.com.ar/, sitio web de la revista "Cielos!" y revista digital de escalada.

Folleto y avisos pasados

Te llevaremos con nosotros Carpa Tortuga

Te llevaremos con nosotros
Y cuando la lluvia sea sólo un rumor sobre los campos o un furioso tobollano en torno nuestro, nos alegrará en tu noble geometría.
Déjate tu interior pedregoso vez. El paisaje.
Los que vienen a visitarnos.
Pero te amargará sobre todo cuando sales el sol y te olvidamos sobre la arena.
El cuando temprano, adagioso de tu interior y sólo nos impide pasar la brisa aun mojada.

Características generales de todos los modelos de Carpas Tortuga

Costuras francesas (doble pasada).
Yerresas interiores con hil mosquetera y cerros.
Sustrato de tela que cumple función de doble cubierta.
Doble techo que cubre la cara posterior hasta el suelo.
Paredes interiores de mallas para las ventosas frontales.
Paredes exteriores en ángulo 1/1 invertida para facilitar el ingreso.
Fronte en tela "Pluma de Pato".
Anillos del diámetro mediante anillos de goma sujetando las varillas.
Apoyos baldaquinos interiores.
Innovación fundamental en la nueva carpa Tortuga: amplio espacio entre el fondo de la carpa y el dobletecho que sigue hasta el suelo, convirtiéndolo en amplia dispensa para almacenamiento, sillas y pucheros y a la que se puede acceder desde el interior, mediante el sistema que se describe en el diagrama.
Importante: siempre doblándose hasta el suelo, en tapetes y para facilitar el manejo de las paredes.

Grandes ventosas frontales de nuevo diseño. De tal modo que se manejan de colectiva, cubriendo exteriormente con cristal plástico transparente (PVC) e interiormente con cortinas. Facilita la visión al exterior sin que ingrese el agua de lluvia cualquiera sea la intensidad y dirección del viento.

Tortuga 400 para 4 personas / ancho: 2,00 m / profundidad: 2,00 / alto: 1,80

Tortuga 500 para 5 personas / ancho: 2,50 m / profundidad: 2,00 / alto: 1,80

Tortuga 600 para 6 personas / ancho: 3,00 m / profundidad: 2,00 / alto: 1,80

TORTUGA
CAMPING DE CALIDAD PARA CAMPING

Características generales de la Carpa Tortuga

Copa: Carpa de tela sólo impermeabilizada. Frente de tela "Pluma de Pato" con tratamiento antiodor.

Dobletecho: Es tela impermeabilizada con tratamiento antiodor. Cubre hasta el suelo ambas caras y la cara posterior de la carpa, impidiendo las infiltraciones en las paredes.

Piso: De plástico (tela plastificada gruesa y dura). Dobletecho alto.

Paredes: Con tela misma impermeabilizada, todas con antiodor. En la cara posterior, sobre la tela, se dispone un sistema de ventilación.

Varillas: Dos grandes varillas en el frente de tal modo que el movimiento de inclinación de cualquier cubierta exteriormente con cristal plástico transparente e interiormente con cortinas. Facilita la visión al exterior sin que ingrese el agua de lluvia cualquiera sea la intensidad y dirección del viento.

Fronte: De tela impermeabilizada, de manera diferente a la de las paredes. Se trata de una cubierta rígida de tela. Se trata de una cubierta rígida de tela. Se trata de una cubierta rígida de tela. Se trata de una cubierta rígida de tela.

Carpa: Con tela impermeabilizada, todas con antiodor. En la cara posterior, sobre la tela, se dispone un sistema de ventilación.

TORTUGA
CAMPING DE CALIDAD PARA CAMPING

Veranda Tortuga. Complemento ideal para todos los modelos de Carpa Tortuga.

La Veranda es un complemento especialmente diseñado para las carpas Tortuga. Forma un espacio nuevo cubierto delante de la carpa. La Veranda es de uso muy versátil: sólo completamente cerrada permite una gran comodidad para el exterior, proporcionando una gran variedad de usos para el camping: para el almacenamiento de cosas, para el almacenamiento de cosas, para el almacenamiento de cosas, para el almacenamiento de cosas.

Muchas son las combinaciones posibles y las dos partes formales, las tres partes de la Veranda.

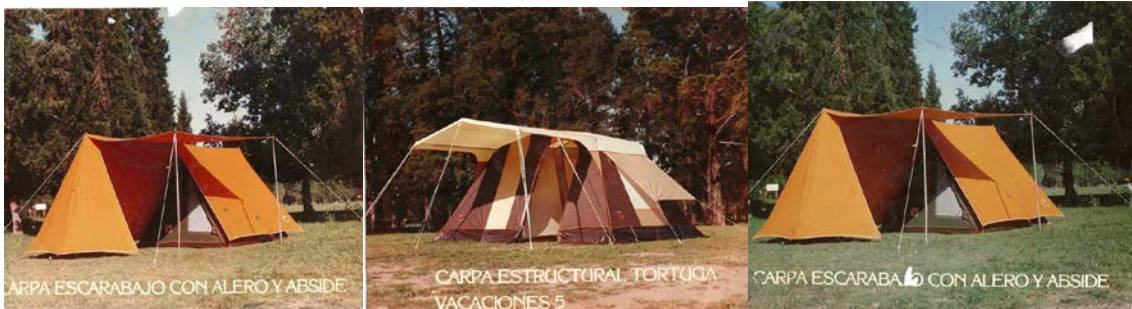
La Veranda ofrece comodidades para actividades como comer, tomar té, las cartas, etc. y dormir inclusive. La Veranda es así una gran ayuda en cualquier momento que durante el día la actividad del camping requiere.

Existe un modelo de Veranda para cada modelo de Carpa Tortuga.

El techo es de tela "Pluma de Pato" y los laterales de tela impermeabilizada. Dobletecho negro.

Folleto inaugural hecho por profesionales. Realizaron una poesía a la carpa TORTUGA (1974). En esta época se tenía una intención de una imagen de marca (fue la única vez que se trabajó con profesionales) colores corporativos y una personalidad. Era un folleto institucional e informativo, pero con un poco de creatividad y diseño. La poesía:

*Te llevaremos con nosotros
 Carpa Tortuga
 Te llevaremos con nosotros
 y cuando la lluvia sea sólo un rumor sobre los
 campos o un furioso torbellino en torno nuestro, nos
 abrigarás en tu noble geometría.
 Desde tu interior podremos ver. El paisaje.
 Los que vienen a refugiarse.
 Pero te amaremos sobre todo cuando salga el sol
 y te olvidemos sobre la arena.
 O cuando temprano, salgamos de tu interior
 y sólo nos importe pisar
 la hierba aún mojada.*



Fotos promocionales de las carpas Tortuga

Estructurales **Para albergar la feliz aventura familiar...**

Vacaciones 5

Amplia carpa de 2 domos (2 + 3 personas), está sintético y estirado al exterior, que se puede convertir en un 3º gran ambiente mediante el agrupado de la Carpa Tortuga Vacaciones 5/7. Amplias ventanas, hermoso diseño Tortuga y durabilidad a la vez que su practicidad convierten a la Vacaciones 5 en el "best seller" de las carpas Tortuga.



Complemento

CENEA Vacaciones 5/7. Es un complemento para el interior de las carpas Vacaciones 5/7 que puede ser convertido en un nuevo ambiente. Con grandes ventanas de luz, cristal vívido y gruesa puerta de acceso, aumenta la habitabilidad y belleza del conjunto.

Familiar 4

Carpa compacta de 2 ambientes. Posee un dormitorio para 2 personas y un estar de igual dimensión. Es muy simple armado gracias a su estructura procesada, permite estar parado bajo toda la superficie. Amplias ventanas que se pueden mantener entreabiertas bajo la lluvia garantizan una óptima ventilación.



Vacaciones 7

Simila en su aspecto exterior a la Vacaciones 5, esta carpa de grandes dimensiones tiene una distribución interior diferente. Su único dormitorio con capacidad para 7 personas (2+3+2) dividido en 3 mediante 2 tabiques fijos está ubicado al fondo de la carpa. Es posible ampliar el ya de por sí gran espacio abriendo el firme de la carpa que posee a tal fin 2 cueros verticales a los costados (además de la puerta central).

Con el agrupado de la Carpa Tortuga Vacaciones 5/7 se puede cerrar el conjunto logrando un aprovechamiento digno de su extraordinaria capacidad interior.

Vacaciones 5
Cuerpo: 1,70m
Cuerpo: 2,00m



4,60

Vacaciones 7
Cuerpo: 1,70m



5,80

**Tortuga:
 Las mejores del país.**



Materiales y Técnicas de Fabricación

Todos los modelos de carpas TORTUGA están confeccionados en tela de púrpura algodón de máxima calidad, siliconadas por termión para garantizar la repelencia al agua manteniendo a la vez la capacidad de "respirar" características del tejido de algodón.

Los pliegos de todos los modelos están realizados en tejido de nylon de alta tenacidad de 210 denier, recubierto con PVC y soldados con rayos de alta frecuencia (sin pluchazo de agujas).

Se obtiene como resultado pliegos livianos, resistentes y absolutamente impermeables.

Para los techos de las carpas estructurales se utiliza el mismo material de los pisos, en colores reflectantes y las uniones de paños está cosidas y sobredadas con máquina de alta frecuencia.

Los herrajes se fabrican en cable estructural de acero de 0,3 mm de pared. Las estacas son de chapa o alambre de acero (según modelos) y al igual que los cables están protegidos mediante un proceso de zincado.

Los tornos y estibos son de aluminio y los ojales patentes dentados son de bronce.

Todos los puntos y líneas de tensión están reforzados.

Todos los modelos hacen tonalidades bien combinadas con vivos de colores que realzan sus líneas.

Folleto carpas Tortuga blanco y negro (1983).

PILETAS

| MODELO | ANCHO | LARGO | PROFUND. |
|--------|-------|-------|----------|
| Nº 1 | 1,00 | 1,50 | 0,40 |
| Nº 2 | 1,50 | 2,00 | 0,50 |
| Nº 3 | 1,60 | 2,60 | 0,65 |
| Nº 4 | 2,00 | 3,00 | 0,75 |
| Nº 5 | 2,00 | 3,60 | 0,90 |

CERO INTERES
PROVENCRED
5 CUOTAS
KADICARD

Además de los **DESCUENTOS** de la **PROMOCION** hasta el 15 y 30 de Noviembre, todas las tarjetas, y con tarjeta Naranja, Plan Z cero interés, Provencred y Kadiscard 5 cuotas a precio de contado.

Y en pleno Centro

CAMPING SHOP
Av. Mons. P. Cabrera 3940 - Córdoba
Tel.: 770136
Horario durante Noviembre '97
Lunes a Sábado de 9:30 a 13:30 hs.
y de 16 a 20:45 hs.

MOUNTAIN CITY
Tucumán 127 - Córdoba
Tel./Fax: 241264
Horario durante Noviembre '97
Lunes a Viernes de 9 a 13 y de 16 a 20 hs.
Sábados de 9:30 a 14 hs.

Aviso página completa en revista "Aquí vivimos" (Noviembre 1997). En este momento coexistían los dos nombres: "Camping Shop" en la Av. Monseñor P. Cabrera y "Mountain City" en el negocio de Tucumán 127.

AL QUE MADRUGA CAMPING SHOP LO AYUDA...

- Carpas iglú, canadienses y estructurales
- Mochilas
- Bolsas de dormir
- Ropa especializada
- Calzado para trekking y montaña
- Mesas, sillas, reposeras
- Colchonetas
- Hachas, sierras, palas, linternas, conservadoras, heladeras, termos, marmitas, artefactos para cocinar e iluminación
- Piletas de lona

Si comprás tu mejor verano en Noviembre, ganás un **regalo sorpresa!!**
Las mejores marcas del país y el mundo, todas juntas!!

CAMPING SHOP

- Tucumán 127
- Tel.: 241264 - Córdoba
- Av. Mons. P. Cabrera 3940
- Tel.: 770136 - Córdoba

Aviso media página en revista "Aquí vivimos" (Diciembre 1998).

Las mejores CAMPERAS del mundo están en CAMPING SHOP

- Impermeables
- Con abrigo fijo o desmontable
- Telas que respiran

Camperas, Pantalones, Buzos y Abrigos de Polar para el campo y la ciudad

CALZADOS
Para Trekking y Montaña

MOCHILAS
Day Pack, Escolares, Trekking, Ciclismo y Camping

CAMPING SHOP

Tucumán 127 - Tel.: 4241264 - Córdoba
Av. Mons. P. Cabrera 3940 - Tel.: 4770136 - Córdoba

Aviso en Revista "Aquí vivimos" (Junio 1999). Aquí el Logotipo del negocio es en azul y naranja.

Camping Shop donde comienzan las mejores vacaciones

- 100 modelos de mochilas.
- Calzado para trekking y montaña.
- Bolsas de dormir, colchonetas y aislantes.
- Cantimploras, marmitas, termos, artefactos de cocina e iluminación.
- Cortaplumas, pinzas múltiples, brújulas, termómetros y linternas.
- Camperas, rompevientos y la mejor ropa de montaña.
- Largavistas, binoculares y telescopios.
- Mesas, sillas y reposeras
- Hachas, sierras, palas, conservadoras y heladeras
- Botes inflables.

TODA LA LINEA TORTUGA 2002
Lo máximo en carpas iglu, canadienses y estructurales

CACIQUE LA AUTÉNTICA RESERVA
Coleman
MONTAGNE
Columbia Sportswear Company
HI-TEC

CARPA IGLU 4 Pers.
(Con ábside delantero)
\$79
ó 12 cuotas de uss 8,67

SUPER OFERTA
Carpa Estructural Compacta 5
\$380
ó 3 cuotas de uss 126,67 ó 12 cuotas de uss 41,69

| PILETAS POLOLIN | MODELOS | MEDIDAS | CDO. | 12 cuotas US\$ |
|-----------------|---------|--------------------|-------|----------------|
| | P 100 | 1,50 x 1,00 x 0,40 | \$43 | 4,72 |
| | P 200 | 2,00 x 1,50 x 0,50 | \$64 | 7,02 |
| | P 300 | 2,80 x 1,80 x 0,65 | \$85 | 9,33 |
| | P 350* | 2,75 x 2,00 x 0,65 | \$133 | 14,59 |
| | P 400* | 3,00 x 2,00 x 0,75 | \$154 | 16,90 |
| | P 500* | 3,80 x 2,00 x 0,90 | \$266 | 29,18 |
| | P 600* | 3,90 x 2,00 x 0,75 | \$207 | 22,71 |

Oferta válida hasta el 19/12/01 * Doble estructura

CAMPING SHOP
Venta telefónica: 0351-4770136

Recibimos todas las TARJETAS
● Tucumán 127 - Tel.: 4241264 - Córdoba
● Av. Mons. P. Cabrera 3940 - Tel. 4770136 - Cba.
● e-mail: fridlander@amet.com.ar

PTF: Se obtiene multiplicando el importe de la cuota por la cantidad de las mismas. TEA: 36 %.

Aviso en Revista "Aquí vivimos" (Diciembre 2001)

ANO 2 - Nº 18 - DICIEMBRE DE 2005
CÓRDOBA, ARGENTINA - \$ 2,90

abc Pesca a veces caza

Principiantes: "Señales para tarariras"
Pesca: "Palpitando la temporada en Alejandra"
Pesca: "Última pesca nocturna de pejerrey"

TEMPORADA A PLENO EN RIO PICO

Para Disfrutar Embarcados

Te llevaremos con nosotros Carpa Tortuga

Te llevamos con nosotros y cuando la lluvia sea sólo un rumor sobre los campos o un furioso buffalero en torno nuestro, nos dirigiremos en la noche geométrica. Pero lo importante es todo cuando salga el sol y la vida sea sobre la arena

RANDONNÉE 2 RANDONNÉE 3, 4, 5 y 6

CARACTERÍSTICAS

- Fácil instalar y desmontar e interior en la carpa, para mejor ventilación térmica tanto en invierno como en verano.
- Sistema de ventilación exclusiva patentado 100%.
- Peso estándar de 3,30 kg por todo el ancho de la carpa.
- Flece orientada en forma de S para evitar que un viento en cualquier sentido, sea fuerte o débil, entree y golpee al interior.

| Dimensiones | Linea Randonnée |
|-------------|--------------------------|
| 3 | 1,40 m - 2,00 m - 1,30 m |
| 4 | 1,40 m - 2,00 m - 1,30 m |
| 5 | 2,00 m - 2,00 m - 1,40 m |
| 6 | 3,00 m - 2,00 m - 1,40 m |

IGLU FULL

CARACTERÍSTICAS

- Las ranuras que son iguales a las Randonnée, con el agregado de ranuras abalorios traseras, convenientes en verano.

| Dimensiones | Linea Iglu |
|-------------|-----------------------------------|
| 4 | 2,00 m - 2,00 m - 1,30 m - 1,30 m |
| 5 | 2,00 m - 2,00 m - 1,30 m - 1,30 m |
| 6 | 3,00 m - 3,00 m - 1,30 m - 1,30 m |

LINEA SUQUIA LINEA IGUAZU

COMEDOR COMPACTA 5 y 7

COMEDOR ESTRUCTURAL

Es más funcional y bello comedor que se destaca. Para usar solo o alquilado, permite a cualquier campelover.

COMEDOR COMPACTA 5 y 7

Con 2 modelos de carpas estructurales en última generación. Más silencio y de armado más simple, mantiene la extraordinaria resistencia y durabilidad que hicieron famoso a las Carpas Tortuga.

FABRICA Y VENDE: **CAMPING SHOP**

Av. Mons. P. Cabreta 3940 - Tel. 4770136 - Córdoba
Sucursal Tucumán 127 - Tel. 4241264 - Córdoba
E-mail: fridender@arnet.com.ar

Página entera en Revista especializada "abc Pesca a veces Caza" (Diciembre 2005). Esta publicación es un catálogo de las carpas "Tortuga" solamente y hace mención al negocio en el pie del aviso con el Logotipo y la información del local indicando en dónde se pueden encontrar.

córdoba n°12 n°1007 noviembre/diciembre 2008 distribución gratuita

cielos!
en la montaña y más allá...

vamos! **bariloche**
especial de verano

en alta! **la ciudadita**
ruinas arqueológicas
a 4200 metros

gratis

todas las fechas **nacional de escalada**

un mutante! **maxi fodde**

y mucho más en la revista de montaña de Córdoba...

Como siempre, tus mejores vacaciones comienzan en Camping Shop!!!

Camping Shop

Av. Mons. P. Cabreta 3940 - Tel. 4770136 - Córdoba
Sucursal Tucumán 127 - Tel. 4241264 - Córdoba
E-mail: fridender@arnet.com.ar

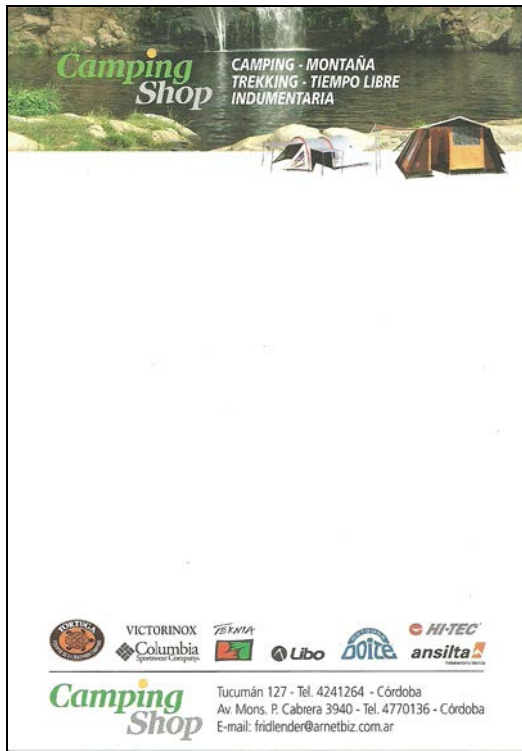
CLUB ANDINO CORDOBA
desde 1954 acompañando al montañismo en el País

- cursos escalada en roca
- cursos escalada en hielo
- cursos de rescate
- competencias de escalada deportiva
- competencias de boulder
- escuela de escalada para niños
- talleres de entrenamiento
- muro artificial
- trekking
- senderismo
- biblioteca de montaña
- dvdteca
- cartografía digital
- expediciones

Publicación en revista "Cielos!" (Nov/Dic 2008). Esta publicación es una especie de catálogo desordenado de todos los productos y marcas que Camping Shop comercializa. Aquí ya se empezó a utilizar el logo actual.



Aviso en Mapa turístico ciudad de Córdoba de Galerías Comerciales (2009).



Hoja anotador y tarjeta del negocio. Esta es la imagen que trabajan actualmente (2011). El Logotipo es verde, gris y con un toque amarillo, dando una idea de un contacto con la naturaleza, el pasto y el sol. Además describen qué rubros abarcan, siendo varios y sin especializarse con ninguno (camping, trekking, montaña, indumentaria)



Descubrí la naturaleza!

| ENERO | | | | | | | FEBRERO | | | | | | | MARZO | | | | | | | |
|-------|----|-----|----|-----|----|-----|---------|----|-----|----|-----|----|-----|-------|----|-----|----|-----|----|-----|---|
| DOM | LU | MAR | MI | JUE | VI | SAB | DOM | LU | MAR | MI | JUE | VI | SAB | DOM | LU | MAR | MI | JUE | VI | SAB | |
| | | | | | | 1 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 27 | 28 | | | | | | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |



Camping Shop

Av. Mons. P. Cabrera 3940 - Tel: 4770136 - Córdoba
Sucursal: Tucumán 127 - Tel: 4241264 - Córdoba
E-mail: fridlander@arnetbiz.com.ar

Almanaque promocional (2011)

Con respecto a los soportes gráficos, éstos no siguen una línea estandarizada. Conviven dentro del negocio logos y nombres diferentes y de diferentes épocas y esto transmite una imagen muy difusa. Incluso algunas piezas institucionales, como las hojas de presupuestos, contienen marcas que ya no comercializan (AlpineWear) y el cartel exterior del negocio tiene el logo de la marca “Cacique” que ya no existe más. También en la hoja de presupuestos se encuentran el logo de Columbia que es una marca que se consigue en todos los negocios del rubro y los de la marca “Libo” y “Doite” que son las primeras marcas que ofrecen Nunatak y La Suiza respectivamente. No se realiza ni se destaca la marca Ansilta que es la marca estrella por exclusividad que comercializa Camping Shop. Además es una marca que tiene un alto status.

Los vinilos de la vidriera son del anterior logo y recientemente pusieron unos de la marca Ansilta.

La vidriera se cambia todos los meses por un vidrierista, pero el mismo realiza un ordenamiento de los productos basados en la estética y no en la practicidad que los productos ofrecen ya que no tiene conocimientos técnicos sobre el rubro del negocio.

Para los días especiales, por ejemplo el Día de la madre, no se hizo ninguna acción promocional especial ni se realizó ninguna acción referida a la misma. Estos días suelen pasar


inadvertidos, desaprovechando el potencial para acercarse más a los clientes ya que durante estos días hay una gran concurrencia de clientes por el negocio buscando presentes.

Con respecto a la página web, en realidad el negocio no posee una, ya que la que tienen corresponde a las carpas Tortuga y nombra a Camping Shop, pero solamente como lugar de referencia para conseguirlas.

Publicidad en Internet

Al googlear Camping Shop, artículos para camping, trekking, montaña, etc. encontramos varios sitios ofreciendo información sobre el negocio, ubicación y formas de contacto. Por ejemplo, en la página “acampante.com,” una página especializada en camping en donde tiene un glosario sobre los negocios de artículos para esta actividad. Otra página del estilo de la anterior mencionada, encontramos también escalada.com, un portal latinoamericano informativo de Escalada y Montañismo donde ofrecen una lista de comercios en Argentina para adquirir artículos del rubro en donde hace mención a Camping Shop.


En la página oficial de Ansilta, se encuentra también información de Camping Shop, como indicador de vendedor oficial de la marca en Córdoba capital.



ansilta
indumentaria técnica

Viernes, 02 de marzo de 2012 | República Argentina

productos tecnología usuarios nosotros contacto



| | |
|---|--|
| <p>En: Nombre: Domicilio: Localidad: Teléfono: Email:</p> | <p>Córdoba ANSILTA FEDERICO PRATO Av. Rafael Nunes 4047 CORDOBA 0351 4829261 info@federicoprato.com.ar</p> |
| <p>En: Nombre: Domicilio: Localidad: Teléfono: Email:</p> | <p>Córdoba FEDERICO PRATO FLY SHOP Adolfo Orma1636 - B.Cerro Las Rosas CORDOBA 0351 4820 975 flyshop@fprato.com.ar / info@federicoprato.com.ar</p> |
| <p>En: Nombre: Domicilio: Localidad: Teléfono: Email:</p> | <p>Córdoba CAMPING SHOP Tucuman 127 CORDOBA 0351 424 1264 fridender@arnet.com.ar</p> |
| <p>En: Nombre: Domicilio: Localidad: Teléfono: Email:</p> | <p>Córdoba VIVAC EQUIPAMIENTOS Belgrano 145 CORDOBA, Villa Carlos Paz Te. 03541 424598 info@vivacequipamientos.com.ar</p> |
| <p>En: Nombre: Domicilio: Localidad:</p> | <p>Córdoba PAMPA FLY SHOP H. Yrigoyen 950 CORDOBA, Rio Cuarto</p> |

Teléfono: Te. 0358 4148225 / 4640209
Email: faycopam@yahoo.es

Política de confiabilidad | Términos y Condiciones

Directorios y buscadores de empresas en Internet:

Encontramos publicada información del negocio en guías y buscadores de empresas y negocios con datos sobre el negocio como dirección, teléfono y ubicación en el mapa de Google Maps como:

- Yalwa.com
- Ansilta.com
- acampante.com
- argentina-empresas.com.ar
- cordobaclick.com
- cordobainfoguia.com.ar
- abctelefonos.com
- guiaclarin.com.ar
- zonacomercial.com.ar
- guiacordoba.com.ar
- cordoba.evisos.net
- escalada.com

Competencia

Competencia Directa:

- **Montagne**
- **Suiza**
- **Nunatak**
- **Buen Pique**

Competencia indirecta:

- **Hipermercados**
- **Supermercados**

Estos revendedores son una gran competencia con la que luchan todos los días ya que venden productos a muy bajo precio, aunque de dudosa calidad. Su público es el que compra sin hacer una elección bien pensada, el que no es asiduo de estas actividades y no elige la calidad ni la buena atención sino el bajo precio. Son la competencia de los compradores esporádicos y de productos no tan especializados.

Competencia Directa:

Con respecto a la competencia, se realizaron diferentes técnicas de recolección de datos para conocer más sobre su Imagen Corporativa y valores que comunican los negocios competidores a sus públicos, posicionamiento y diferenciación de la competencia.

También se analizó su público para conocer los rituales de compra, tendencias, gustos y modas de los clientes de la competencia.

Se analizaron piezas gráficas (papelería, folletos, avisos) de las empresas competidoras para conocer qué es lo que promociona cada una, su imagen, cuál es el fuerte del negocio o la marca y cómo comunican y dónde.

Con respecto a los clientes de los locales competidores se realizaron pequeñas entrevistas con preguntas abiertas para que se expresen y poder obtener datos cualitativos al darnos la respuesta. Las mismas se ejecutaron para conocer diferentes características sobre el target de la competencia: cómo llegaron al negocio, por qué lo eligen, si son clientes hace

mucho tiempo, qué es lo que los hace volver y si lo hacen periódicamente y finalmente si realizaron alguna compra. Las mismas se realizaron afuera de los negocios cuando los clientes terminaban de hacer una consulta o una compra.

Se llevó a cabo una guía de observación dentro de los cuatro negocios competidores analizados para averiguar el comportamiento de los clientes, los productos que más se solicitaban, la atención del personal del negocio, la disposición de la mercadería, cartelera, productos y piezas promocionales para ver si existía una similitud o diferencia entre los negocios.

❖ Montagne



Montagne es un local que comercializa artículos para camping y deportes outdoor de su misma marca. Como dicen en su página¹ “Montagne fabrica y vende carpas de camping, carpas playeras, carpas iglú, carpas canadienses, bolsas de dormir, artículos de camping, mochilas de camping, trekking, urbanas, porta notebooks, etc.”. Además Montagne confecciona indumentaria de estilo urbano, para ski, trekking y running, para hombres, mujeres y niños. Es una marca muy bien posicionada en el mercado de deportes y actividades al aire libre. Es la mayor competencia de Camping Shop ya que apunta mayormente a camping porque tiene productos como carpas, bolsas de dormir, mochilas, productos térmicos, entre otros.

El local consta de 3 pisos (planta baja, primero y segundo piso). Llegó a Córdoba hace un año aproximadamente. Es muy llamativo ya que está situado en un viejo edificio que renovaron y tiene cartelera muy vistosa y de buen gusto, así como también buena iluminación.

¹ <http://www.montagneoutdoors.com.ar>

Ubicación:

El local se encuentra en Alvear 306, a una cuadra de “Suiza”. Es nuevo y está ubicado en la esquina donde se cruzan Alvear y Lima.



Frente local Monagne.

La cartelería es muy simple y resalta la arquitectura del local. Principalmente se observa un gran letrero con el logo “Montagne” sobre la puerta de ingreso. Luego, se aprecian dos banners verticales por sobre la línea del cartel principal enmarcando los balcones del primer y segundo piso. Estos tienen el isotipo de Montagne con unas fotos relativas a la actividad de montañismo cerrada por el logo.

En las vidrieras laterales, que son tres sobre la calle Alvear y dos sobre la calle Lima, se encuentran unos banners superiores como enmarcando la vidriera con un collage de fotos de las actividades al aire libre.



Vidrieras calle Lima

Se puede apreciar también una serie de vinilos que continúan los banners superiores y que indican las actividades que realizan: “Climbing, Camping, Weekend”. También se ve un cartel de oferta con el 20, 30, 40 y 50% off y un cartel que indica que en el segundo piso hay un Outlet de la marca.

Las vidrieras están muy prolijas y con poca mercadería. Se puede ver al interior del local y tienen los precios exhibidos prolijamente en un portarretrato con el isologo de la marca. Se puede apreciar también que hay un maniquí de niños, lo que indica que también ofrecen indumentaria para ellos.



Vidriera artículos térmicos (termos y vasos), colchones inflables y cocinas portátiles.



Vidriera portarretrato con todos los precios de los artículos exhibidos.



Vidriera artículos para camping e Indumentaria.

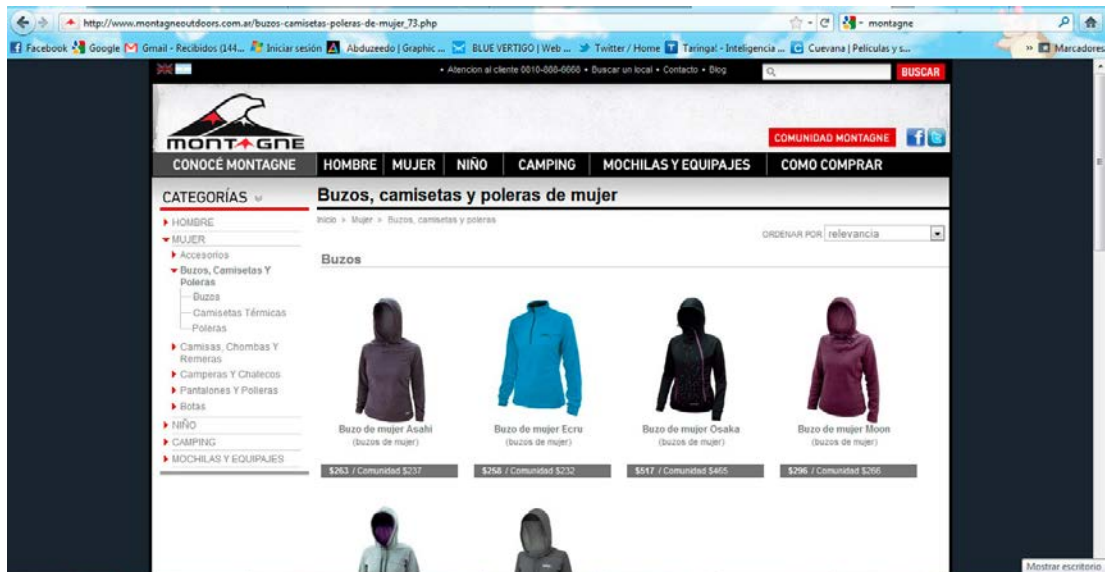
Web



<http://www.montagneoutdoors.com.ar/>

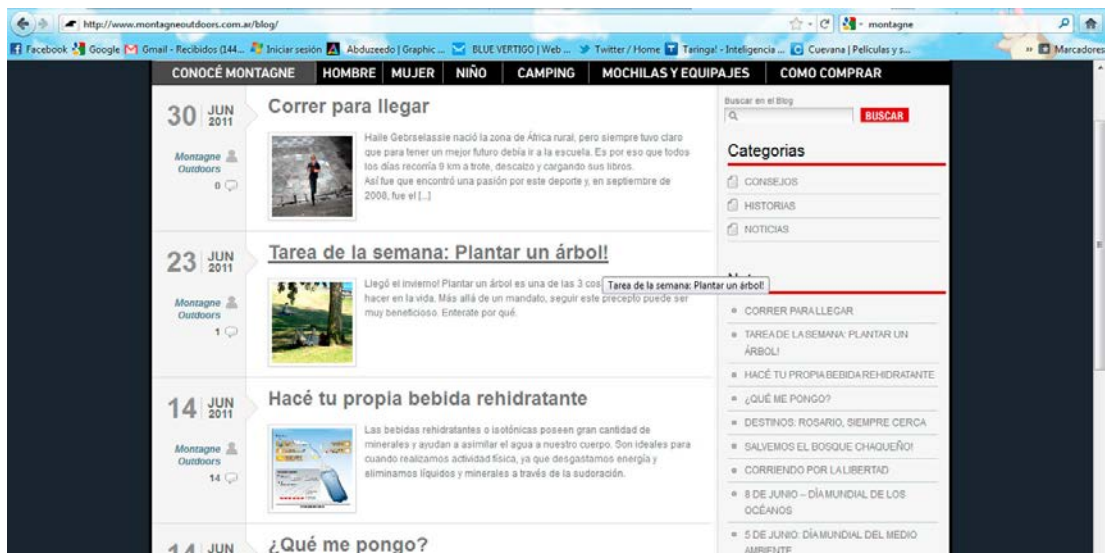
La web es general de la marca y un catálogo de todos los productos que fabrican y comercializan. Los productos están divididos por “Hombre”, “Mujer”, “Niño”, “Mochilas y Equipaje”, “Cómo comprar”. En éste último indica a los navegantes de la página que si son minoristas, deben adquirir los productos en los locales Montagne y proporciona una lista de cada negocio en cada provincia. Si son mayoristas o se requiere alguna venta especial como “Adquirir una franquicia, Ventas corporativas, Ventas mayoristas en general” o si se requiere alguna compra especial como “Telas, maquinas y otros For Export” redirecciona a un formulario para pedir presupuesto en donde se deben ingresar los datos del que lo solicita.

Tiene además un 0-800 de atención al cliente y un link que cita “Comunidad Montagne” en donde el usuario debe registrarse con usuario y contraseña. Esta comunidad goza de beneficios a la hora de adquirir los productos Montagne, así como una tarjeta de Montagne con descuentos y oportunidades para comprar.



Web ropa Mujer, Buzos, camisetas y poleras.

Contiene además un blog que se actualiza aproximadamente cada 15 días, con noticias relacionadas a las actividades outdoor, destinos turísticos recomendados y tareas ecologistas como “Plantar un árbol”. Esta es una tarea que Montagne propone a sus lectores y usuarios, además está ubicada en un espacio que funciona como cualquier blog y permite a los usuarios interactuar y contestar los “posts” y comunicarse así con la marca.



Blog Montagne con tareas para realizar.

Visualmente la página también es muy limpia, como sus locales y cartelería. Lo que prevalece es el logotipo y unas pocas imágenes que ilustran las actividades que se realizan y adornan la página. El resto son las fotos de los productos.

Cientes

Los clientes de Montagne, en general son personas que buscan algún artículo para camping o indumentaria y no conocen otro lugar en donde conseguirlo y recurren a al negocio por su conocida marca. El público es muy variado y en general, adquieren indumentaria por su reputación y renombre, más que por sus características técnicas. No son los clientes que realizan profesionalmente o en carácter regular alguna actividad, sino más bien esporádicamente. El rango etario del target también es muy amplio, y varía entre hombres y mujeres. Son clientes esporádicos ya que no realizan de manera estable una actividad del rubro, muchos compran por moda. Los que son fieles clientes, vuelven por los beneficios que tienen por su carácter de cadena que ofrece la posibilidad de que los precios sean más estables y accesibles que los que se pueden conseguir en la competencia, además está la posibilidad de ser parte integral de la “Comunidad Montagne” que ofrece una gran cantidad de descuentos y beneficios. También tiene muchos clientes internacionales, que al viajar y precisar de algún producto, no dudan en ir a una tienda Montagne, en donde saben que van a conseguir lo que necesitan y los estándares de atención y calidad son los mismos en todos sus negocios. Montagne les da esa seguridad y beneficios a sus clientes que por donde sea que estén viajando, pueden conseguir un negocio Montagne y disfrutar sus beneficios.

Imagen



 **comunidad MONTAGNE**
BIENVENIDO!

Por favor, complete este formulario con letra impresa.

Nº de credencial:

Nombre y Apellido:

DNI: Sexo: F M

E-Mail:

Fecha de nacimiento: / /

Provincia de residencia:

¿Cuáles de las siguientes tarjetas de crédito utiliza en sus compras?
(No obligatorio)*

Visa American Express Cabal
 Mastercard Diners Otra _____

Al completar este formulario usted accede a la Comunidad Montagne y acepta recibir información vía e-mail sobre descuentos, sorteos, promociones y novedades, pudiendo cancelar la suscripción a dichos contenidos cuando lo desee enviando un e-mail a ventas@telefonos@montagneoutdoors.com.ar y devolviéndole la credencial que lo acredita como miembro.



Formulario para unirse a la “Comunidad Montagne”, tamaño A5

“Montagne Outdoors, es la marca número 1 en indumentaria y productos Outdoor de la Argentina.” Así se presenta Montagne Outdoors en su página de **Facebook**.

Montagne tiene una gran estructura detrás de su marca que es lo que respalda y le da valor y confianza a sus consumidores. Para su “Comunidad Montagne”, la marca realiza descuentos y promociones, teniendo una gran base de datos de clientes los cuales pueden acceder llenando un folleto que se encuentra dentro de los negocios Montagne o bien por medio de su página web. La marca tiene su lugar dentro de dos de las redes sociales más utilizadas hoy en día por el público. Tiene su página en Facebook y también en Twitter



The image shows a screenshot of the Montagne Outdoors Facebook page. The page layout includes a top navigation bar with the Facebook logo and a search bar. The main content area features the Montagne logo, a welcome message, and a call to action to register on their website. The right sidebar displays recommended pages and advertisements.

Página de bienvenida de Facebook

Dentro de la página podemos encontrar información sobre los diferentes locales de diferentes provincias argentinas, datos sobre Alpinistas famosos, Noticias sobre aperturas de nuevos locales, noticias sobre lugares a los que se puede viajar para realizar actividades outdoors, preguntas y consultas de clientes, etc. También podemos encontrar interacciones de los clientes en donde comparten fotos propias o algún comentario sobre alguna actividad outdoor que hayan realizado con algún producto de la marca. Es también un espacio para que ellos interactúen y expongan experiencias relacionadas a la marca.

También esta página es un espacio donde la marca acerca a sus fans su filosofía, como reza en una Nota del día jueves, 15 de abril de 2010:

“NUESTRA FILOSOFÍA

Creemos en la necesidad del hombre de experimentar la naturaleza y superar sus propios límites explorándola. Entendemos el outdoor como un estilo de vida, una forma de interactuar con el ambiente preservándolo. Disfrutamos la vida al aire libre tanto en la gran ciudad como en la naturaleza más cruda, y sabemos que no estamos solos...”



Perfil en Twitter

En **Twitter** la comunicación que realizan es mayormente para mantenerse en contacto continuo con sus seguidores y cada vez atraer a mayor cantidad. Se encuentran comentarios como: “Hace mucho que no visitás un local Montagne? Hay descuentos y ofertas especiales para los que empezaron las clases, no te las pierdas!” incitando a los seguidores a tener una interacción con ellos y así tener impacto con los seguidores de sus seguidores para promocionar la dirección de Twitter e ir llegando a más público. El estilo de comunicación es informal, apuntando al público que tienen que es en general joven.

También posee un número de Atención al cliente “0810” donde se puede llamar para solicitar información “De lunes a viernes de 8:30 a 18 hs.” según informa se web.



Sticker del logo para vidrios

Montagne también provee a sus clientes un “sticker” para pegar en el auto así promociona el negocio y forja una relación emocional con sus clientes.



Página web Montagne con entradas actualizadas sobre el mundo del outdoor

La web de Montagne está constantemente actualizada con las mismas noticias que publican en sus redes sociales, y como vemos en el costado superior derecho, hay dos botones para seguir a la marca en Facebook o Twitter. Además al costado derecho de la noticia, podemos ver un cuadro indicando que Montagne está en Facebook y muestra los fans para incitarte a unirte a la página.

Una vez suscripto a la comunidad Montagne, automáticamente se envía un mail con las siguientes explicaciones:



Te damos la bienvenida!!

Conocé los **beneficios** que tenés en la Comunidad Montagne*

- Sorteos y promociones
- Descuentos en todas tus compras de productos Montagne
- Acceso exclusivo a MEGA descuentos en Outlets
- 25% de descuento el día de tu cumpleaños en artículos Montagne**

¿Cómo puedo hacer uso de los beneficios?

Para hacer uso de cualquiera de estos beneficios **es necesario tener la tarjeta** de la Comunidad Montagne. Es totalmente gratuita y si aún no la tenés, simplemente podés dirigirte a cualquiera de los locales habilitados con el siguiente código: COMU - 5022:

COMU - 5022

IMPRIMIR CODIGO

LOCALES DONDE RETIRAR LA TARJETA

(o bien imprimir el voucher con el número de código y en el local te entregarán sin costo alguno la tarjeta de la Comunidad)

¿Para qué es necesario este código?

Estamos generando cada vez más beneficios para los miembros de la Comunidad Montagne y queremos asegurarnos que todos los miembros de la comunidad registrados accedan a estos, dándoles la exclusividad que se merecen. Este es su código personal que lo acredita a retirar la tarjeta.

Consultas sobre productos y la Comunidad: 0810-888-6668

Mail de bienvenida a la “Comunidad Montagne” con instrucciones para sacar la tarjeta de beneficios y datos para obtener información



Suiza



“Suiza Outdoor Shop inaugurada en el siglo XIX mas concretamente en el año 1888 es la empresa que comercializa artículos para deportes al aire libre más antigua de la República Argentina; iniciada para ese entonces como armería.”, dice en el “Home” de su página.²

“La Suiza” como le dicen comúnmente quienes son asiduos a estos comercios, se especializa en artículos para la Caza deportiva, Pesca y camping.

Ubicación:

Su local se encuentra situado en la calle Rivadavia 302.



Frente local

² <http://www.suizaoutdoor.com.ar/default.htm>

El local le gana en proporciones a los de Camping Shop y Nunatak. Se encuentra justo en la esquina de Rivadavia y Lima por lo que tiene gran visibilidad. Su cartel es simple, sólo el logo del local sobre la puerta de ingreso pero bien notable. Tiene además, dos carteles que acompañan al principal. Un cartel de “Victorinox” pequeño, ubicado al lado pero que no compite con el de “Suiza” y que indica que es un lugar donde se comercializan esos productos. Y sobre la calle Lima, un cartel de “Doite”, marca estrella de este negocio (productos para camping, trekking y montañismo. Tanto en equipamiento como accesorios necesarios para el bienestar al aire libre, incluyendo el vestuario técnico).

Dentro el local, también se encuentra colmado de productos, por detrás de la caja y el mostrador principal, se encuentran todos los rifles de caza. Por todo el rededor del local hay percheros con abrigos. Al frente de la entrada, a lo largo de toda la pared, se encuentra una gran variedad de calzado. Hay variedad de productos y mucha cantidad de cada uno de ellos. Tienen también un buen número de vendedores que pueden asesorar.



Costado local sobre calle Lima.

Podemos apreciar en las vidrieras, 3 de cada lado, que cada una de ellas tiene un cartel de vinilo translúcido con las marcas que comercializan. Las vidrieras también se ven llenas, pero acomodadas de una manera profesional. Están seleccionadas por rubro.

Del lado de la calle Lima, podemos apreciar todo tipo de Indumentaria para el frío y artículos para deportes de nieve.



Vidriera temática nieve.



Vidriera artículos montañismo.

Del otro lado del local, por la calle Rivadavia, podemos encontrar una gran cantidad y variedad de los artículos de caza que son la especialidad de “La Suiza”.



Vidriera Rivadavia armas.



Vidriera Rivadavia rifles.



Vidriera Rivadavia, armas, cuchillos "Victorinox" y Rieles para pesca.

Web, Nueva página (www.suizaoutdoor.com.ar)

La Suiza lanzó una nueva página web junto con una nueva imagen de la marca.

La imagen, el dominio y la división del contenido es completamente diferente a la anterior página. La actual se centra principalmente en su marca estrella: Doite Outdoor. En el “Home” podemos encontrar básicamente la misma información que tenía la antigua web catalogada dentro de “Quiénes Somos” donde cuentan un poco la historia del negocio, la actividad a la que se dedican y finalmente explican su nuevo compromiso con esta marca:

“Debido a nuestra amplia trayectoria en el rubro outdoor elegimos comercializar y comprometernos con Doite al descubrir que ha trascendido como marca; ya que cada insumo, [...]. son exigentemente seleccionados y cuando se amalgama cada uno de estos insumos, se genera un producto de excelente y máxima calidad.”

El diseño de la nueva página es más moderno que la anterior, aunque sigue teniendo un aspecto antiguo, sobre todo comparando con las páginas de los negocios de la competencia, en especial la de Montagne. Las fotos son actuales y referidas al deporte relacionado con la montaña (antes la principal era una foto antigua en color sepia de tres personajes del año de su fundación con unas armas de caza). A la izquierda podemos ver una imagen de un grupo de accesorios para acampar, también actuales y a la altura de los de la competencia. Esta foto va cambiando a medida que nos trasladamos de un link a otro, indica además arriba de la misma, la página en donde estamos posicionados (en este caso “home”).



Web Suiza Outdoors, Sección “Home”.

A pesar del diseño algo modernizado, la página que nos lleva a conocer a la marca estrella de La Suiza, nos encontramos con un micrositio insertado en éste link. El tamaño de los links es muy pequeño, y los colores de fondo y tipografía no ayudan a distinguir fácilmente la información sobre Doite.



Web Suiza Outdoors, Sección “Conozca Doite”, su marca estrella.

En el costado izquierdo podemos ver una foto de una mujer haciendo un deporte en la nieve con el título arriba de la página sobre la que estamos “Conozca Doite” y abajo casi no se aprecian tres links que dicen: “¿Quiénes somos?, Red Comercial y ¿Por qué elijo Doite?”. La información correspondiente a cada sub-link, se muestra al costado derecho en un recuadro muy chico, donde hay que ir moviendo el Scroll para poder leerla completa. Es muy incómodo y poco visible, además los colores chocan a la vista dificultando todavía más la lectura.

La nueva página incluye ahora un catálogo de los productos Doite donde están divididos por categoría y tipo de producto: Carpas, comedor y gazebo; Mochilas; Bolsas de dormir; Colchones; Artículos para Viaje; Artefactos de Gas; Marmitas, Termos y Jarros; Linternas; Bastones y Otros e Indumentaria.



Web Suiza Outdoors, Sección “Catálogo”.

Dentro de cada categoría se abre una página con todos los productos relacionados expuestos con: Nombre de la Línea, Código, Peso del producto y Especificaciones (colores, talles, etc).

Este catálogo es a modo de exhibir los productos y disponibilidad que poseen, no se pueden adquirir a través de la web. Es sólo un muestrario de lo que venden.



Web Suiza Outdoors, Sección “Catálogo”, indumentaria técnica.

Facebook y Twitter

La Suiza, también tiene página en Facebook (<http://www.facebook.com/Suiza.outdoor>) donde hacen actualizaciones mayormente sobre los productos que comercializan: con foto, descripción y precio. No tienen muchas publicaciones y no son diarias, por lo que no se encuentra actualizado. También podemos encontrar consultas de clientes que son respondidas por los encargados de la página aclarando sus dudas.

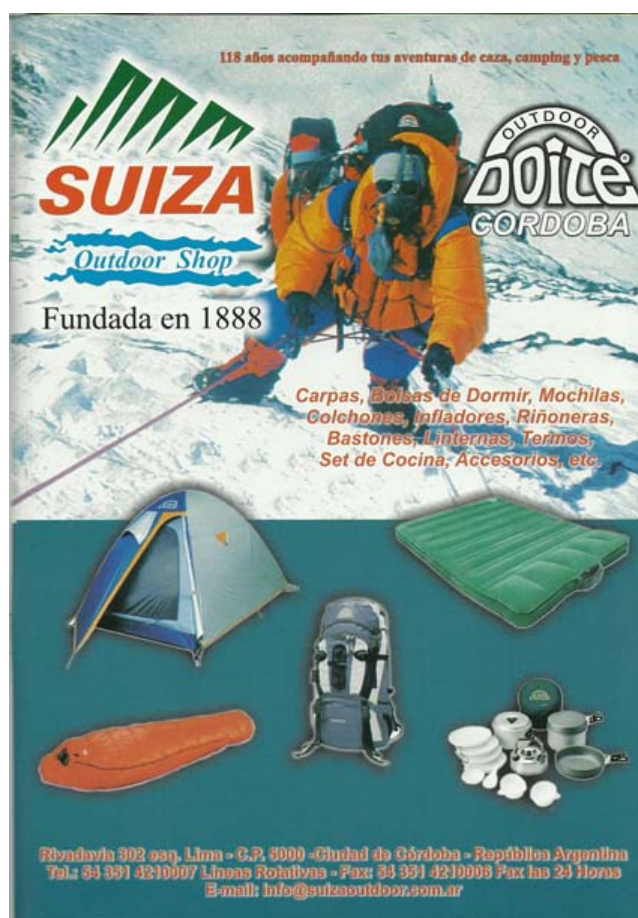
También se abrió una cuenta en Twitter (twitter.com/SUIZAOUTDOOR) en donde actualiza datos de productos con su precio, videos, fotos y algunas ofertas y promociones. Su última actualización es del 10/02/2012, y las anteriores son espaciadas. Tiene solo 9 seguidores.

Clientes

Los clientes de Suiza Outdoor Shop son personas que conocen el negocio de hace muchos años y que siempre vuelven porque confían en él como el principal local de Outdoor y Caza, al ser el primero en la ciudad de Córdoba y tener tantos años de trayectoria, son los que confían en estos rasgos y prefieren un lugar con experiencia y trayectoria los que eligen comprar acá. En general son personas mayores que prefieren este negocio por la tranquilidad que les brinda al haber comprado con la experiencia de ser el primero en caza y outdoor de Córdoba. Además se encuentra en la esquina tradicional de este tipo de negocios, habiendo sido los primeros en instalarse en Córdoba. La tranquilidad y la confianza que les brindan su trayectoria es lo que los hace volver o ir por primera vez, ya que su ubicación es conocida por todos los que viven en la ciudad. Los que son clientes antiguos y realizan alguna actividad al aire libre, vuelven cada vez que necesitan un repuesto o algún accesorio ya que son productos que se compran una vez y perduran. No vuelven cada vez a comprar un nuevo producto, si pueden volver para actualizarse y cambiarlo por un modelo más nuevo pero esto también sucede en pocas oportunidades. También los clientes asiduos recomiendan el negocio por su buena experiencia y confianza en él, agrandando el círculo de clientes.

Imagen

Publicaciones antiguas



Publicación en la revista Oh Cielos!, Diciembre de 2010.

En la revista Oh Cielos! (revista de montaña de Córdoba) en la publicación de Diciembre de 2010 también podemos encontrar un aviso de la Suiza Outdoor Shop. En el mismo, se puede visualizar una foto de un montañista escalando una montaña nevada, vestido completamente con indumentaria técnica. El logo de la Suiza se visualiza muy bien, ya que está en gran tamaño, al costado izquierdo superior del aviso. Del otro lado, casi del mismo tamaño que el logo del negocio, se puede ver el logo de “Doite” marca principal que comercializa el negocio. Lo primero que se lee es el slogan del negocio y su marca distintiva: “Fundada en 1888”, que hace alusión a la experiencia en el rubro ubicándose como el negocio más conocedor sobre lacaza y el outdoor. También podemos encontrar una frase que dice “118 años acompañando tus aventuras de caza, camping y pesca”, Suiza acompaña desde su fundación a los adeptos del outdoor. En la parte inferior del aviso se pueden apreciar una serie de artículos diferentes de camping; una carpa, un colchón inflable, una mochila, una bolsa de dormir y una colección de utensilios para comer y cocinar en camping.

Nuevo local

También desde el mes de Junio del 2011, Suiza Outdoor Shop inauguró un nuevo local en el centro, en la peatonal 9 de Julio 37 en el Paseo de la Oriental - local 3, entre Rivera Indarte y San Martín. Venden más de 30 marcas y diez mil productos desde indumentaria, una línea de regalaría fina como Victorinox, cuchillería, etc, una selección de lo más fino, lo más representativo del rubro. También se encuentran los productos tradicionales para pesca y camping. El local es muy diferente al tradicional, es moderno y está estratégicamente organizado y situado en el centro para acaparar otro público fuera del lugar tradicional de las casas de pesca y outdoor como donde está el comercio más antiguo. El negocio es mucho más pequeño pero está muy bien diseñado para llamar la atención como un local a la vanguardia y con nivel relacionado con el rubro del outdoor. En la fachada del negocio podemos encontrar un cartel con el logo renovado de Suiza y su slogan “Fundada en 1888”, que se encuentra en todas las piezas de comunicación que realizan.



Fachada nuevo local en el Paseo de la Oriental - local 3.

Programa La Posta



Se realizaron sorteos para promocionar el local y también emitieron una nota en “La Posta”, un programa de televisión de pesca, caza y aventura, que se emite en Córdoba por Showsport todos los viernes a las 00hs por Multicanal y Cablevisión, contando sobre el nuevo local, qué venden, su ubicación e invitando a conocerlo. Suiza Outdoor suele ser un fijo también en este programa, presentando armas y productos en algunos bloques.

Programa VIVAC

VIVAC es un programa de televisión, al aire hace 7 meses (estrenado en Julio del 2011), sobre deportes de aventura en la provincia de Córdoba que se transmite los viernes a las 20hs, repitiéndose a las 00:30hs el mismo día y el lunes a las 19hs por la pantalla de Show Sport, canal 18 de Cablevisión. Dentro del mismo, Suiza Outdoor hace constantemente promoción de productos que comercializan. Por ejemplo, en la descripción del último programa publicado el 24 de Febrero que podemos ver por Internet, lo describe así: “*3ª fecha campeonato de ski náutico en aguas abiertas, sorteo de Karabitian de su nueva bici freestyle inferno, Suiza Outdoor rompevientos e impermeables Columbia y el ultimo encuentro de amigos de parapente en cuchí corral*” (vimeo.com/37520857, programa N° 34). En cada programa, Suiza Outdoor presenta un producto diferente. En la presentación de este video podemos escuchar, entre otros capítulos a presentar en el programa “*Suiza Outdoor nos presenta lo mejor en equipamientos, como siempre*”, acompañando el texto en off con imágenes de un vendedor exponiendo ropa técnica. Dentro de la página de Facebook del programa (facebook.com/pages/VIVAC), también podemos encontrar descripciones del programa donde se menciona a Suiza Outdoor.

Promoción Tarjeta Naranja

En Tarjeta Naranja (<http://www.tarjetanaranja.com/para-beneficios/beneficio1757p68.html>), se encuentra adherido como “Comercio amigo”. Durante el mes de enero se realizó una promoción por un 10% de descuento en compras en el negocio con la tarjeta

tarjetanaranja.com para vos para tu comercio  Conectate con Facebook 

Tarjetas Productos y Servicios Beneficios en Comercios Amigos Promociones y Concursos Blog

Estás en Para vos Beneficios en Comercios Amigos Suiza Outdoor

Beneficios en Comercios Amigos

PERA NUESTROS BENEFICIOS DE VERANO

Buscá el tuyo

Filtros aplicados


Tu ubicación


Provincia Localidad



Tipo de beneficio

- Plan Zeta
- En cuotas, 0% interés
- 10% de descuento
- 15% de descuento
- 20% de descuento
- 25% de descuento
- 30% de descuento
- 40% de descuento
- 50% de descuento
- Otros beneficios

Beneficios exclusivos con

Naranja VISA 


Naranja Mastercard 


Contactar Preguntas Frecuentes Acceso rápido   Seguínos




Suiza Outdoor
 Rivadavia 302 esq. Lima - Córdoba (Capital) - Córdoba - Tel: (0351) 4210007

10% DESCUENTO

Beneficio desde 01/01/2012 hasta 31/01/2012
10% de descuento



Aumentá tu límite aquí 

Volver Compartir   

Promoción Comercio Amigo La Suiza 10 % de descuento.



SUIZA Outdoor
 Fundada en 1888
 • 9 de Julio 37 - Loc. 3 - Paseo de la Oriental
 • Rivadavia esq. Lima - Tel. 421-0007
 • info@suizaoutdoor.com.ar • CÓRDOBA

10% DESCUENTO

EN 6 CUOTAS CERO INTERÉS.

Campera VÖRTREK Softshell
 Para hombre, mujer y niño.
 \$671,56
6 cuotas \$604,40
\$100,73

Remera Térmica VÖRTREK
 \$219
6 cuotas \$197,10
\$32,85

Campera desmontable Columbia
 Modelo Bugaboo impermeable.
 Para hombre, mujer y niño.
 \$1.916
6 cuotas \$1.724,40
\$287,40

Calzado SALOMON Trekking Exit Aero 2
 \$629
6 cuotas \$566,10
\$94,35

Chaleco Columbia Cathedral
 Para hombre y mujer.
 \$299
6 cuotas \$269,10
\$44,85

EL COSTO ANUAL CORRESPONDE A SEGURO DE VIDA SOBRE SALDO DEUDOR. PROMOCIÓN VÁLIDA DEL 01/06/12 AL 30/06/12 O HASTA AGOTAR STOCK. DESCUENTO DEL 10% VÁLIDO ÚNICAMENTE PARA PRODUCTOS VÖRTREK, SALOMON Y COLUMBIA. FOTOS A MODO ILUSTRATIVO.

Folleto promocional que se incluye con el resumen de la Tarjeta Naranja en los meses de Junio y Julio 2012.

Publicado también en su página de Facebook.

(PROMO NARANJA 6 SIN INTERES + 10% DE DESCUENTO EN SALOMON - VÖRTREK – COLUMBIA)

The flyer is set against a background of a snowy mountain trail. In the top left, the Suiza Outdoor logo features a green mountain peak above the word 'SUIZA' in red and 'Outdoor' in blue, with 'Fundada en 1888' below. In the top right, the Rally Argentino logo is a shield with a grid pattern and the text 'RALLY ARGENTINO' and 'RALLYARGENTINO.ORG.AR'. The central text reads: 'Cuotas de \$59,00', 'Contado \$559!!!', 'Y llévate de REGALO una linterna con 9 Led.', and 'y dos Jarros Térmicos de Acero'. Below this text are images of a red and grey tent, two red sleeping bags, and two thermoses and a blue flashlight. At the bottom, it says '124 Años de Trayectoria y 32 Años Acompañando al RALLY ARGENTINO'. A vertical text on the right edge reads: 'Fotos a modo ilustrativo oferta valida hasta agotar stock o hasta el 01/09/2012. Consultar bases y condiciones.'

Flyer promocional para el Rally a fines del mes de Abril y Mayo de 2012 publicado en su página de Facebook.

El flyer ofrece un combo de productos a un precio promocional y una linterna de regalo con la compra, ofrece la posibilidad de hacer la compra en cuotas. Nuevamente con el copy “124 años de Trayectoria y 32 años acompañando al Rally Argentino”, hacen hincapié en los años que tiene el negocio en el mercado de Córdoba y su experiencia en el rubro y acompañando los eventos como el Rally. En su página de Facebook podemos encontrar diariamente varias promociones de este tipo, en este caso apuntando al Rally, evento que tiene gran convocatoria en la provincia.

Blog Suiza Outdoor (suizaoutdoor.blogspot.com)

En su afán por aggiornarse, junto con la inauguración del nuevo local, la Suiza creó un Blog en donde mantiene actualizados a sus seguidores (última entrada el lunes 16 de Enero de 2012) y los invita a “...disfrutar de la actividad outdoor y poder compartir su experiencia con nosotros” como indica la frase en la cabecera, debajo del nombre del blog. Publica noticias, actividades a realizarse, datos interesantes y algunas promociones. Las mismas no son continuas y desde Junio, que fue su primer publicación, hasta el día de hoy no tiene más de 20 entradas.



CRÉDITOS PERSONALES POR DEBITO AUTOMÁTICO.

6, 12 o 18 Cuotas



MINIMOS REQUISITOS

- DNI y fotocopia del mismo, 1º y 2º hoja.
- Último recibo de sueldo y fotocopia del mismo.
- Últimos cuatro extractos bancarios.
- Servicio a su nombre para verificar el domicilio actual.



Nueva Bersa BP9CC C9mm en cuotas desde \$309



Carpa Iglú Vortrek Space Deluxe para 3 personas en cuotas desde \$59

Requisitos para créditos personales por débito automático del Banco de Córdoba.

Esta pieza se encuentra en el blog e indica qué se necesita para solicitar un crédito para comprar armas y las cuotas en las que se puede devolver, a través del Banco de Córdoba.

PROMO 1 \$348⁹⁰
Carpa VORTREK 2 personas + 2 helios VORTREK chopper + linterna moonlight touch DOITE (De regalo linterna 9 led)

PROMO 2 \$88⁹⁰
Bolsa VORTREK chopper + alfileres VORTREK 6.6 (De regalo linterna 9 led)

PROMO 3 \$88⁹⁰
Cable telescópico HAMMOO 2.10 mts + Red AMERICAN ANGLER (De regalo linterna 9 led)

PROMO 4 \$158⁹⁰
Bolsa VORTREK chopper + linterna SHILBA + linterna SPINNT con funda + linterna pinball SPINNT mega led (De regalo linterna 9 led)

PROMO 5 \$319⁹⁰
Rifle aire comprimido COLONY 5.5mm + mira SHILBA 4x25 + jeringa SURI + caja de helios APOLO + 200 (De regalo linterna 9 led)

SUIZA Outdoor
Fundada en 1888

Casa Central: Rivadavia 302 esp Lima - Tel Fax (54) 351 4210006,7 - L. Ros. CP 5000
Sucursal Pasaje de la Oriental - 9 de Julio 37 - Local 3 - Tel: 4240306
Córdoba Argentina. - E-mail: info@suizaoutdoor.com.ar - www.suizaoutdoor.com.ar

Afiche promocional día del niño, Julio - Agosto 2011.

Para el día del niño del año 2011 en Julio-Agosto, se realizó este afiche para promocionar combos con artículos para camping, caza y pesca. Los mismos se encontraban en los negocios de la Suiza y también lo publicaron en el blog, Facebook y Twitter.

Directorios y buscadores de empresas en Internet:

Como Camping Shop, encontramos también publicidad en acampante.com, en Páginas Amarillas (<http://empresas.paginasamarillas.com.ar>) donde describen su rubro como: “Camping - Ropa - Pesca – Armas”, también se puede encontrar una lista de varios productos que comercializan y las marcas con las que trabajan.

Encontramos también promoción del local en buscadores de blogs, webs y empresas Argentinas como:

- argentino.com.ar
- imigra.com.ar
- cyclex.com
- hotfrogbiz.com.ar
- guiacordoba.com.ar
- argentina-empresas.com.ar
- cordobaclick.com
- cordobainfoguia.com.ar
- guialocal.com.ar
- adoos.com.ar
- yalwa.com.ar
- empresasargentinas.org
- evisos.net
- visitargentina.net
- bizearch.com
- parural.com.ar
- paginasclaro.com.a
- guiaclarin.com.ar
- cordobaclick.com
- formandorutas.com
- columbiasportswear.com.ar

Papelería institucional



Rivadavia - Esq. Lima
Tel: (0351) 4210007 - Fax: (0351) 4210006
9 de Julio 37 - Planta Baja, Local 3
Galería Paseo de la Oriental - C.P. 5000 - Córdoba
E-mail: info@suizaoutdoor.com.ar



LEGITIMO USUARIO
USO CIVIL - CONDICIONAL

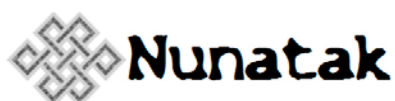
- 1.- Foto 4x4 de frente fondo celeste
- 2.- Fotocopia DNI, LE, o LC.
- 3.- Certificado Antecedentes Nacionales (oficina de reincidencias: Alvear 150)
- 4.- Certificado de aptitud psíquica.
- 5.- Certificado de aptitud física.
- 6.- Medio de Vida Lícito (recibo de sueldo, o Último pago de autónomo o monotributo, o recibo de haberes jubilatorios o certificación de ingresos por contador público certificado por el consejo profesional).
- 7.- Certificado de idoneidad de tiro.
- 8.- Juego de huellas Dactilares planas.
- 9.- Nota declarando domicilio de guarda para las armas

Hoja membretada para presupuestos, tamaño 1/4 oficio, frente y dorso.

El diseño es muy simple y está impreso a un color. Del lado del frente es el espacio para escribir y del otro lado hay instrucciones y requisitos para adquirir un arma. No poseen otro tipo de papelería.

Tanto en la web, sus publicaciones y en la papelería, hacen hincapié al año en que la empresa fue fundada, haciendo referencia a la larga trayectoria que tienen en el rubro al haber sido el primer negocio en Córdoba en comercializar productos para deportes y actividades outdoor y promocionan su compromiso con la calidad de los productos al elegir Doite como su primera marca a comercializar. Son por excelencia, el negocio con más conocimiento en el rubro por ser el primero desde el año 1888. Actualmente están cambiándose a una imagen más fresca, pero manteniendo la madurez que les dan los años en el mercado, apuntando a un público más joven. La nueva página web, el nuevo negocio, la comunicación y los medios en donde se encuentran son accesibles a un público más joven. Dentro de Internet, se encuentra mucha información sobre el negocio, su comunicación es activa al tener espacios fijos en todos los programas de “La Posta” y “Vivac”, conocidos por los que están dentro de la actividad en la ciudad de Córdoba.

❖ Nunatak



Nunatak es un negocio de venta de artículos para escalada como cuerdas, arneses y calzado especial. Se especializa en Montañismo y Escalada.

“Somos una tienda de montaña atendida por montañistas y escaladores en donde podés encontrar todo lo que necesitás para alcanzar tus proyectos, también tenemos indumentaria para carreras de aventura” cita su página de información de Facebook ³.

Ubicación:

Su local se encuentra en 25 de mayo 147, locales 43 y 44. El local está situado dentro de la “Galería de la Merced”, por lo que para visualizarlo, hay que ingresar a la galería. Además el local se encuentra antes de cruzar la Av. Olmos, donde está la zona de los locales de actividades outdoor y camping ya que es donde se encuentra la mayoría (locales como “La Suiza”, “El buen pique” y “Montagne”) por lo que sus clientes saben con anterioridad dónde buscar este tipo de artículos.

Características del Local:

El local no es de gran tamaño, pero tiene dos grandes letreros con el nombre del negocio y fotos de montañas y la actividad de escalada. También muestra las diferentes marcas con las que trabaja, pero están en una franja inferior, a lo largo del local. No conjuntamente y sobre el letrero del nombre del negocio, como Camping Shop.

La vidriera está más vacía comparando con la de Camping Shop, deja ver el interior del local, pero también expone gran cantidad de artículos para escalada como zapatillas, mochilas y accesorios como anteojos de sol y ropa de abrigo. El interior del local también tiene muchos productos exhibidos en percheros, probadores y banderas con el logo de Nunatak y un slogan que reza “Gente de Montaña”.

³ <http://www.facebook.com/pages/Nunatak/111031045597178?sk=info>



Frente 1



Frente 2



Vidriera 1



Vidriera 2

También podemos apreciar un par de cuadros de montañas de la Patagonia y vinilos adheridos a los vidrios con la figura de Argentina y con la marca Nunatak. También en la foto “Vidriera 1” se puede ver unos vinilos que dicen las actividades que pueden realizarse con estos productos y que ellos promueven como: “Trekking, Mountain, Cabalgatas, Ascensos” y están a su vez traducidos al inglés para su público extranjero.

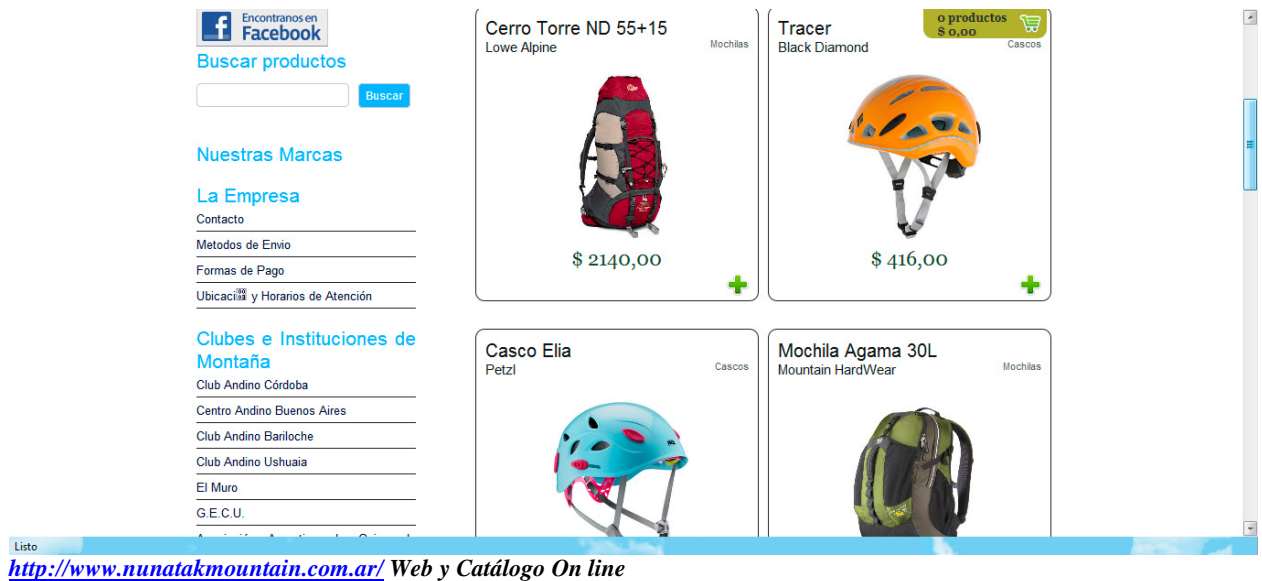
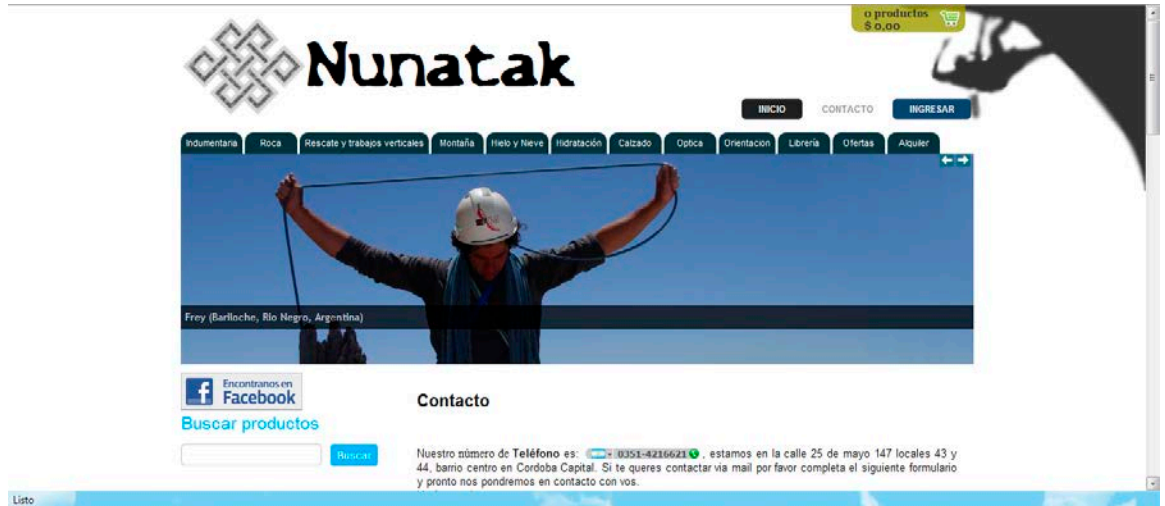
Comercializan una gran variedad de marcas tanto Nacionales como Internacionales

como:

- ¡Uh!
- Aquapac
- Artiach
- Cruz Pampa
- Asolo
- Beal
- Camp
- Black Diamond
- Buff
- Cerro.tec
- Curtlo
- Desnivel: Revista de Montaña.
- Doite
- Ecrin
- Fixe
- Kong
- Leatherman
- Libo
- Leki
- Julbo
- Hi-tec
- Cébé
- Faders
- Fugarte
- Lorpen
- Lowe alpine
- Mad rock
- Red chili

Web

También vende en Internet por medio de un catálogo on line. Compiten con Camping Shop en indumentaria.



A primera vista, la página de Nunatak es más bien un catálogo de sus productos con posibilidad de adquirirlos a través de ella. Los links, acomodados en el menú superior, están divididos por las actividades y en cada actividad, los productos que se utilizan para realizarlas (Indumentaria, Roca, Rescate y trabajos verticales, montaña, hielo y nieve, hidratación, calzado, óptica, orientación) cada uno de ellos dirige hacia el catálogo con esos tipos de productos bien diferenciados.

Tiene un link de “Ofertas” que direcciona hacia el catálogo on line, donde se pueden ver y adquirir los productos con un precio especial. Además, hay un link que se llama “Librería” y ofrece, también en su catálogo on line, productos para leer e informarse como novelas, guías, manuales, revistas y mapas. Al lado de éste hay un link que se llama “Alquiler” y despliega un menú con dos opciones: “Carpas” y “Grampones”, pero ninguno devuelve ninguna página.

En el menú izquierdo, se pueden encontrar más links que se dividen entre:

- *Nuestras marcas:* Ofrece un listado con los logos de cada marca que comercializan, proporcionando confianza por vender marcas reconocidas.
- *La Empresa:* contiene información sobre la empresa Nunatak para poder contactarse con ella, teléfonos, dirección y un formulario de contacto, horarios de atención y un mapa de Google Maps para el que no conoce las calles y pueda llegar sí o sí. Además, explica las formas de pago y métodos de envío para aclarar las dudas sobre cómo comprar desde su página.
- *Clubes e Instituciones de Montaña:* Proporciona un amplio listado de links de asociaciones que ofrecen información y actividades relacionadas con el montañismo y escalada como clubes, centros andinos, Asociación Argentina de guías de montaña.
- *Información General:* ofrece más links sobre la actividad de escalada y montañismo para seguir informándose y relacionándose con la actividad de los productos que ellos ofrecen.
- *Información Climática:* variable muy importante a tener en cuenta al realizar estas actividades para no sufrir accidentes.
- *Viajes y Turismo:* listado de links de agencias de turismo que ofrecen paquetes y lugares para realizar estas actividades y otras relacionadas con el turismo rural.

Diseño de la página

La página es moderna, con colores claros que connotan frescura. Contiene imágenes de gran tamaño de personas escalando, montañas nevadas y paseos a caballo entre las montañas, que transmiten aventura, excitación y contacto con la naturaleza y su frescura. Estas fotos, además, informan de qué actividad se encarga Nunatak específicamente. Además dice que

está al tanto de las nuevas tendencias de comprar por Internet y de ofrecer información y facilidades a través de la web, como comodidad y confianza para el consumidor.

En la esquina superior derecha, ofrece un cuadro para que los usuarios, previamente registrados, ingresen con su propio nombre y contraseña para poder adquirir los productos, aparte de sentir una relación más cercana con Nunatak (y de proporcionarles una base de datos con los públicos que les competen).

Tiene también un link para poder seguirlos desde Facebook, donde mantienen un contacto directo y fluido con los clientes en busca de disipar dudas y consultas, además de tener fotos de los productos que ofrecen e información sobre el local, su ubicación y web.

Cientes

Entre los clientes entrevistados de Nunatak, la mayoría de ellos vienen recomendados por amigos que realizan la actividad y/o ya son clientes hace años. Se mantienen fieles y vuelven al negocio porque lo sienten como un lugar amigo, para comprar sus instrumentos y también para organizar salidas con gente aliada y para hacer la actividad que más les gusta, para organizar “juntadas con amigos” según un entrevistado. Los beneficios que encuentran en Nunatak son la atención especializada, y los buenos consejos de lugares para escalar ya que los dueños son montañistas de hace varios años y ellos mismos realizan estas actividades, pero a la vez amistosa que tienen con los vendedores y dueños del local. La periodicidad con la que vuelven al negocio es muy variable entre cliente y cliente, pero en general vuelven cada tres meses cuando necesitan un instrumento específico que se les haya roto o necesiten reponer, ya que son instrumentos que duran un tiempo prolongado. Los que realizan estas actividades más seguido, son más asiduos ya que constantemente están reponiendo productos o para mantenerse informados con alguna actividad.

Imagen

Papelería Institucional



Tarjeta institucional frente y dorso.

Nunatak también ofrece un sticker para pegar en un vidrio para regalar a sus clientes. Tiene una imagen muy fuerte y marcada como el lugar para la gente de montaña, como indica su slogan. Es el lugar que comercializa productos específicamente para montañistas y tienen una fuerte promoción de eventos para los mismos, creando una comunidad de gente de montaña Nunatak. La imagen es fresca y profesional a la vez. Los dueños son jóvenes y los mismos practican esta actividad, por lo que están muy bien capacitados y pueden dar muy buenos datos a la hora de ofrecer información sobre sus productos. Tiene un público muy cautivo y al que mantienen constantemente informados mediante diversos soportes.

Publicaciones Antiguas

En la revista Oh Cielos! (revista de montaña de Córdoba) en la publicación de Diciembre de 2010, encontramos dos avisos de Nunatak, uno que no es principalmente del negocio sino de la marca de ropa de alta performance “Rotpunkt” que indica en la parte inferior del aviso en dónde se puede conseguir la misma, ofreciendo todos los datos del negocio. Luego encontramos un aviso de página completa del negocio. El mismo tiene una imagen de Gollum, personaje muy conocido de “El señor de los Anillos” que tiene un amor obsesivo por el anillo que los personajes principales tienen que destruir. Podemos ver a este personaje escalando en roca con los instrumentos propicios para esto y la leyenda que dice “Amamos lo que hacemos”. Es evidente que este aviso está dirigido a un target joven, ya que son los que tienen fanatismo por este tipo de trilogías literarias llevadas al cine. También se puede ver en la parte superior derecha, al lado del logo, un logo de “Devolución al planeta” informando que Nunatak aporta al cuidado del planeta donando el 1% de sus ventas para la

preservación del medio ambiente Argentino. Se pueden ver también todas las marcas que comercializan, las tarjetas con las que trabajan y que realizan envíos a todo el país, ya que por la web se pueden ver los productos que ofrecen y adquirirlos con tarjeta de crédito. En la parte inferior se encuentran todos los datos del negocio, web, teléfono y dirección.

Revista de Cielos y Espacios

En Córdoba:
NUNATAK
 montañismo y escalada
 25 de Mayo 147 - Local 43 - Córdoba
 Tel: 0351 - 4216621

www.rotpunkt.com.ar
 e-mail: info@rotpunkt.com.ar
 011-4567-0756

NUNATAK
 montañismo y escalada

AMAMOS LO QUE HACEMOS

Destacamos el 15% de nuestras ventas para la preservación del medio ambiente Argentino

MSR
 DUBO
 FUNCION AOCIRA
 cerro-tec
 BEAL
 MAD ROCK
 rotpunkt
 outside
 roca
 PETZL

Envíos a todo el país

www.nunatakmountain.com.ar

25 de mayo 147 loc 43 - Córdoba - 0351 4216621 - 0351 15563125 - info@nunatakmountain.com.ar

Aviso de Rotpunkt, mencionando a Nunatak como punto de venta y aviso página completa de Nunatak en la revista Oh Cielos! De diciembre 2010.

BLACK DIAMOND - BEAL - OUTSIDE - ARGOLO - LIBO - ROTPUNKT - LEKI - CURTLO - FUNCION AOCIRA - PETZL - NORTHLAND
 MOUNTAIN HARDWEAR - LOWE ALPINE - CERRO TEC - MADROCK - SALEWA - LORPEN - CAMP - TEKNA - JULBO - MSR

NUNATAK
 montañismo y escalada

www.nunatakmountain.com.ar

25 de mayo 147 loc 43 - Córdoba - 0351 4216621 - info@nunatakmountain.com.ar

Envíos a todo el país

Contratapa de la revista Oh Cielos! En la publicación de Julio 2011

En este aviso en la contratapa de la revista Oh Cielos!, podemos ver ya un aviso más simple y remitiendo principalmente a la actividad que se dedican. Se puede apreciar una foto de un escalador en una montaña nevada llamada “Invernal al lado del Cóndor del plata, de Juan Gigena”, el logo, la dirección web bien grande y la información correspondiente para comunicarse con el negocio. De nuevo encontramos “Envíos a todo el país” y en la parte superior, una al lado del otro, las marcas con las que trabaja.

Nunatak en Internet

“Somos una tienda de montaña atendida por montañistas y escaladores en donde puedes encontrar todo lo que necesitas para alcanzar tus proyectos, también tenemos indumentaria para carreras de aventura.” Reza su presentación en la página de Facebook.



Portada de página de Facebook con el logo y su slogan “Gente de montaña...” y unas imágenes de personas escalando.

Podemos encontrar al negocio en la red social donde se puede indicar qué lugares se visitaron o dónde uno se encuentra en el momento e ir dejando comentarios sobre el lugar para otros visitantes o amigos. Foursquare, red social mayormente para jóvenes, lo cual es acertado ya que es el público al que apunta Nunatak, funciona además para hacer conocido el negocio y compartirlo entre los conocidos que hacen “check-in” en este sitio.

“escaladaenroca.com.ar”, es una página sobre escalada, como su nombre lo indica y está auspiciada por Nunatak mountain. Tiene en la cabecera de la página un aviso de Nunatak

que nos remite directamente a la web del negocio. También tiene un listado de negocios dedicados a éste rubro en donde encontramos mencionado el negocio con su información correspondiente. Lugares en donde se puede hacer esta actividad también están mencionados e información relacionada como distancias y alturas de la distancia a escalar. No se encuentran otros lugares en donde se promocióne el negocio y esto se debe a que hay mucha promoción entre los actuales clientes, mediante la amistad que forjan en alguna escalada o mediante las redes sociales en las que se encuentran , corriendo la información de un cliente a otro futuro cliente.

En la web de Outside Mountain Equipement (outside.com.ar), marca de ropa para montañistas se encuentra mencionado el negocio como uno de sus distribuidores oficiales.

ijtravels.com, sitio de una empresa que organiza tours grupales para viajeros aventureros e independientes, con responsabilidad ecológica. Dentro de esta web, también se hace mención a Nunatak mediante un link en el costado izquierdo del sitio dentro de una lista de “links útiles” que remite a su web.

Libo.com.ar: dentro de la página de esta marca de ropa y accesorios para montaña, se encuentra Nunatak como el único punto de venta en Córdoba vendiéndolo en exclusividad y como marca principal.

Sponsors

Nunatak participó por tres años consecutivos como sponsor de un campeonato abierto de escalada deportiva llamado “Called to Block!”, creado desde el 2006 para incentivar el deporte de escalada en Córdoba.

“Hoy no duermo en casa”

Programa cordobés que trata sobre las actividades al aire libre en la provincia de Córdoba, sobre todo Montañismo y Escalada. El pasado 11 de Mayo se estrenó la 5° temporada en donde apuestan a salir de Córdoba y conocer más allá de sus límites. Se puede ver todos los viernes a las 23 hs. En el canal 10 de Córdoba. Nunatak sponsorea este programa y lo promociona en su página de Facebook compartiendo videos de sus aventuras. La marca de Nunatak también se puede encontrar en la página web del programa y te direcciona a su propia web.

Directorios y buscadores de empresas en Internet:

- todoar.com.ar
- linkscordoba.com.ar
- primatasonline.com.br
- hitred.com

❖ Buen Pique



Buen Pique es otro local que vende artículos para caza, camping, Montañismo, Náutica y, sobre todo, Pesca.

Ubicación:

El Local principal se encuentra sobre la calle Rivadavia 255, a media cuadra del local La Suiza. Tiene un local secundario, que vende cosas pequeñas como carnadas y repuestos para pescar en la calle Lima 71.

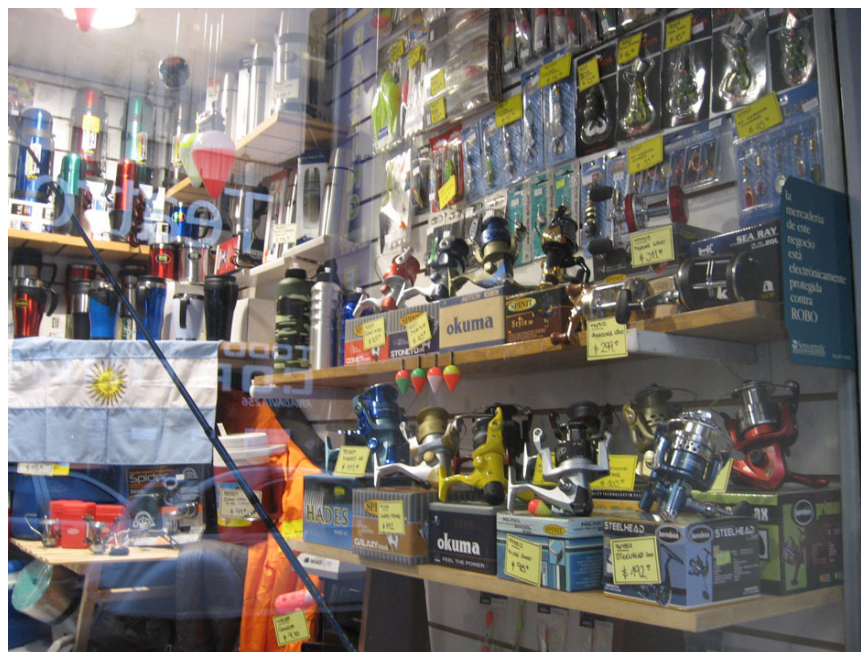


Frente local Buen Pique.

El local es grande, y expone la mayoría de sus productos detrás de dos grandes mostradores. Estos, a su vez, contienen vitrinas para exponer otros productos. Contiene dos grandes vidrieras, que también están repletas de mercadería, al parecer, sin un orden.



Vidriera izquierda.



Vidriera derecha, artículos para pesca.



Vidriera derecha, artículos accesorios para pesca y camping. Productos Victorinox.



Cartel lateral.

En esta foto se puede observar un cartel arruinado por el tiempo que posee un slogan “Donde comienza su tiempo libre”. Además indicaba que se trabajaba con la tarjeta Provencred.

Los productos están exhibidos con los precios en un papel amarillo escrito a mano. Y también podemos ver que la vidriera está colmada de productos y hay que mirar un rato largo para poder discernir entre cada uno de ellos.

Buen pique se especializa en Pesca, pero vende también mucho productos de camping y outdoor como productos térmicos, indumentaria, calzados y cuchillos que todas los otros negocios de la competencia los comercializan.

Web

Buen pique no posee Web. Sólo se lo puede encontrar en Google maps y algunas páginas que aglomeran negocios y facilitan sus datos para comunicarse.

Clientes

El cliente de Buen Pique está constituido principalmente por personas mayores y de mediana edad, que realizan la actividad hace años y de igual forma conocen el negocio. Vuelven justamente porque son clientes fieles que están acostumbrados al negocio y a su atención. Además, al ser el negocio especializado en pesca tiene mucha variedad en señuelos para todo tipo de pesca y es una muy buena opción a la hora de comprar para esta actividad, lo que atrae a un buen pescador. Los mismos están constantemente comprando repuestos y accesorios, por lo que la cantidad de veces que vuelven es bastante regular. También llevan a conocidos, hijos, nietos y adquieren productos de pesca, camping e indumentaria para ellos, iniciándolos en esta actividad pasando su pasión para que otros la disfruten. La atención es muy buena y los vendedores son muy atentos y amables. La cordialidad es un fuerte y también el conocimiento sobre la pesca, principalmente, y transmiten mucha confianza para un principiante dejando en sus manos la opción más conveniente. En general, los clientes que ingresan al local, van con una necesidad concreta y si no hay ningún imprevisto, compran lo que fueron a buscar.

Imagen

Publicaciones Antiguas

Buen Pique
Shopping

Desde la ciudad de Córdoba
ofrecemos el más amplio surtido
en artículos de:

Caza, Pesca,
Camping e Indumentaria

Donde comienza su tiempo libre.

**CON SUITE
DE PAGOS
EFECTIVO
PRECIOS**

Bamboo Signature 70Lts

Montagne Hatzica 00Lts

Montagne Cumbre 00Lts

Bamboo Voyager 4

Waterdog Montana 70Lts

Waterdog Nature 6 pers.

Montagne Isha Light Plus 2/4

*Los Mejores Precios
de Córdoba para la
temporada de Camping
2005 - 2006*

Todo en 6 cuotas sin interés con:

Distribuidor Mayorista
para toda la Argentina de:

CCI
Batas y Futismantas

ORCA

Envíos a todo el país.
Rivadavia 255 - Córdoba
Tel./fax: (0351) 426-4646

Lima 71 - Córdoba
Tel.: (0351) 423-4630.

Veas por mayor y menor
e-mail: buenpique@arnet.com.ar

Aviso página entera en la revista "Abc pesca, a veces caza...", Diciembre 2005.

Este aviso de Buen Pique, "donde comienza su tiempo libre", como reza su slogan; lo encontramos publicado en Diciembre de 2005 en la revista "Abc Pesca, a veces caza.", el mismo es para promocionar la temporada del verano de 2005-2006 y muestra una variedad de productos en un estilo catálogo para camping mayormente de carpas y mochilas marca Bamboo, Waterdog y Montagne. Hace promoción a un descuento por pago en efectivo, las tarjetas con las que trabaja y la cantidad de cuotas en las que se puede financiar y datos correspondientes al negocio. También indica que hace envíos a todo el país.

Papelería Institucional



Donde comienza su tiempo libre...

- Caza
- Pesca
- Camping
- Cuchillería
- Indumentaria

Lima 71 - TEL/FAX (0351) 4234630
 Rivadavia 255 - TEL/FAX (0351) 4264546
CÓRDOBA - REP. ARGENTINA
 E-mail: buenpique@arnetbiz.com.ar

Programa su Actividad 2011



Tarjeta institucional Buen Pique con calendario lunar para la pesca, frente y dorso.

Donde comienza su tiempo libre

Buen Pique

GUÍA DE NUDOS DEL PESCADOR

buenpique@arnet.com.ar
 Rivadavia 255 · 0351-4264546
 Lima 77 · 0351-4234630
 Cordoba - Centro

NUDO PARA ATAR AL REEL
(atar la tanza/linea al reel)



NUDO AGUJA
(unir dos líneas)



NUDO ARAÑA
(unir dos líneas)



NUDO BARRIL
(unir dos líneas)



NUDO REMACHE
(atar la tanza al anzuelo)



NUDO CIRUJANO
(unir dos líneas)



Tarjeta Buen Pique con guía de nudos para el pescador, frente y dorso.



Cr. Raúl E. Peñéñory
Socio Gerente

buenpique@arnetbiz.com.ar

Rivadavia 255 - TEL/FAX: (0351) 4262526, Lima 71 - TEL: (9351) 4234630
x50001PE, Córdoba Centro, República Argentina.

Tarjeta personal Socio Gerente Buen Pique.

Buen Pique

en el Himalaya

junto con Unai Llantada

Fascículos Coleccionables: Aire Libre
Número 2 - Marzo 2011

Desde el 8 al 26 de Abril del corriente año, RAÚL PEÑÉÑORY junto a RICARDO BIRN participaran en la Expedición al Himalaya, acompañando a UNAI LLANTADA en su intento de ascender al Everest.

En el proceso de aclimatación intentarán ascender al Island Peak, montaña con un Glaciar en su cumbre de **6189 msnm.**

LIMA 71 - TEL: 0351-4234630
RIVADAVIA 255 - TEL: 0351-4262526

Trekking al Everest

UNAI LLANTADA, un joven montañista español con varias cumbres logradas (entre ellas el Aconcagua), invito a estos cordobeses a unirse al grupo de aproximadamente treinta personas que viajaran con él, acompañándolo en el intento de poner a Enkarterri en lo mas alto del mundo.

Tras dejar atrás Kathmandu, capital de Nepal y una vez en Lukla, varias jornadas de trekking les permitirán adentrarse en la Región del Everest, rodeados de legendarias montañas, algunas de más de 8000 metros de altura. El gran Valle del Khumbu les abrirá paso para transportarlos hasta el mayor santuario del himalayismo, pudiendo palpar un ambiente alpino sin igual con la confluencia de las muchas expediciones que en esas fechas se dan cita en el Campo Base del Everest con el único objetivo de pisar el punto mas alto de la tierra.



WWW.GOENKARTERRI.ORG

Es el blog donde los andinistas diariamente publicarán las novedades de la expedición. Se incluirán videos, audios y los testimonios de todos los participantes y donde será posible comunicarse con ellos.

El equipamiento que utilizarán los dos andinistas cordobeses se puede adquirir en nuestros locales. Entre todo lo necesario llevan interiores térmicos (primera piel), camperas y buzos polares (segunda piel) y camperas de alta montaña (tercera piel); asimismo lo complementan con medias y guantes (primera y segunda piel) y diferente accesorios como ser bastones y botas de trekking, casco, arnes, ochos, mosquetones, cintas, las mochilas de montaña y de cumbre.

Fascículos coleccionables en formato de Folleto, Num 2.

En este folleto, se informa sobre un futuro viaje al Himalaya de dos montañistas cordobeses junto con un montañista reconocido que lleva en su trayectoria varios picos escalados, entre ellos el Aconcagua. En el frente del folleto se informa la fecha y el proceso de aclimatación, en el dorso se comenta sobre este montañista famoso y que la indumentaria y accesorios que vestirán los cordobeses son del mismo local. También se promociona la página

“www.goenkarterri.org”, un blog relacionado a esta actividad en donde se podrán encontrar relatos, fotos y videos de la travesía.

Con respecto a las otras piezas de comunicación, las mismas tienen la intención de comunicar diversas cosas como las lunas, que benefician a la pesca, o la guía de nudos, pero entre una y otra hay diferencias de estructura con respecto al logo, disposición, tipografías, etc. Empezando por el logotipo, la tipografía del mismo varía entre las tarjetas. Luego, en una de ellas tiene como bajada del logotipo la frase “Shopping”, mientras que en otra tiene “Donde comienza su tiempo libre” que se repite en dos de ellas, pero en una la encontramos por encima del logotipo. El color verde es el identificativo de Buen Pique, pero en el folleto al Himalaya no encontramos esta característica en ningún lado y el nombre del negocio aparece escrito en color blanco sin las características del logotipo.

La idea de la Guía de nudos es interesante ya que quiere mantener una relación con los clientes en donde Buen Pique aparece como una ayuda y enseñanza para poder realizar este tipo de actividades. Además es un gesto de interés de parte del negocio hacia sus clientes, ya que es como una forma de cuidar de ellos y estar atentos.

Directorios y buscadores de empresas en Internet:

- guiaclarin.com.ar
- guiacordoba.com.ar
- cordobainfoguia.com.ar
- paginasclaro.com.ar
- argentino.com.ar
- argentina-empresas.com.ar
- paginasamarillas.com.ar
- misterempresa.com
- visitargentina.net
- guiadetelefono.com.ar
- imigra.com.ar
- hostelsofargentina.com
- olx.com.ar
- evisos.net
- hotfrogbiz.com.ar
- misterempresa.com

- miguiaargentina.com.ar
- hostels.org.ar (5% de descuento por “Descuentos Hostelling International Argentina”)
- tuugo.com.ar
- formandorutas.com
- cylex.com.ar
- matchquality.com
- infocordobacapital.com.ar

Buen Pique tiene una página en Facebook, pero la misma está desatendida. Solo tiene 7 personas a las que les gusta y tiene muy poca información sobre el negocio, solamente la dirección, un mapa y el teléfono. En Google Maps, podemos encontrar Buen Pique. No tiene página web ni se encuentra en ninguna otra red social, pero encontramos publicidad sobre el local en una gran variedad de buscadores, guías de empresas y páginas de actividades al aire libre. Su imagen es simple y amigable, mostrándose como un amigo para los que realizan actividades al aire libre, principalmente la pesca, ofreciendo consejos para los que adquieren su equipo allí, oficiando de “Maestros” y “amigos”.

Diferencias de Camping Shop con la competencia

CUADRO COMPARATIVO

| | Camping Shop | Montagne | Nunatak | Suiza | Buen Pique |
|---|--|--|--|--|---|
| Principal rubro que comercializa, Especialidad. | Ninguno, quieren abarcar todos. | Indumentaria Y Outdoor | Escalada y montañismo | Caza y Outdoor | Pesca |
| Clientes | Variado, no especializado. Público que capta al paso por la ubicación del negocio y fieles clientes que siguen al negocio de hace muchos años. | Público que se dedica al outdoor en general, con un nivel adquisitivo mayor al ser una marca posicionada internacionalmente. | Montañismo y escalada, público especializado. Jóvenes aventureros, en busca de emociones en ruta y con amigos que comparten la misma pasión. | Caza. Público formal, se interesa por la trayectoria y experiencia que le dan tantos años en el mercado. | Pesca. Personas mayores, hombres en su mayoría, que van al negocio en busca de consejos y nuevas oportunidades. |
| Slogan | No tienen | “Outdoor your life” | “Gente de montaña..” | “Fundada en 1888” | “Donde comienza su tiempo libre...” |
| Principal característica que comunican. | No tienen una, es difusa. | La marca del outdoor, todo para el outdoor. | Venden artículos para montañistas por montañistas. | 124 años acompañando las aventuras de caza, camping y pesca. Trayectoria en el rubro. | Todo para el disfrutar del tiempo libre. |
| Marcas que comercializan o tienen en exclusividad. | Ansilta Tortuga | Montagne | Libo | Doite | No comunica |
| Marcas propias | Si | Si | No | No | No |
| Web | No | Si | Si | Si | No |

| | | | | | |
|--|----------------|--|--------------------------------|--|-----------|
| Catálogo online para vender por Internet | No | Si | Si | Si (pero a modo de muestrario, no ofrece la posibilidad de comprar) | No |
| Sponsor o espacios en programas de TV de Córdoba. | No | No | Si (“Hoy no duermo en casa”) | Si (“Vivac” y “La Posta”) | No |
| Redes Sociales | Facebook | Facebook Twitter | Facebook Foursquare Blog | Facebook | Ninguna |
| Información del negocio en directorios y buscadores de empresas on line. | Si | Si | Si | Si | Si |
| Programa de Fidelización de clientes | No | Si (“Comunidad Montagne” con beneficios para los socios.) | No | No | No |
| Promoción con tarjetas de crédito | Si (Cordobesa) | No | No | Si (Naranja) | No |
| ¿Promocionan y se introducen en las actividades del rubro en que se especializan? (como eventos , clases o excursiones) | No | No | Si | Si | Si |
| Características físicas de los negocios. Cartelería, vidrieras, papelería. | Similares | Similares | Similares | Similares | Similares |

Diagnóstico

Camping Shop es un negocio minorista de venta de artículos para camping y actividades al aire libre. Tiene más de 40 años en el mercado de Córdoba y con algunos traspies sobrevive en el mercado luego de haber tenido un gran reconocimiento en la ciudad de Córdoba, pasó de ser muy reconocido a perderse entre la competencia, aunque aún así ha sabido mantenerse con vida y todavía lucha por encontrar su lugar o recuperar algo de sus épocas de oro en un mercado con competencia con perfiles bien marcados y fuertes.

Con respecto a la competencia, se puede observar que cada negocio de venta de artículos para camping y actividades al aire libre de los estudiados poseen características similares entre ellos. Las vidrieras están repletas de productos que se superponen unos a los otros y contienen vinilos con las marcas que comercializan. Los letreros son grandes, aunque ya tienen sus años y están venidos a menos (salvo Montagne que mantiene una imagen impecablemente cuidada y atendida). En los carteles, además del logo del negocio en primer lugar, se encuentran los logos de las marcas con las que trabajan. Todos los negocios comercializan aproximadamente los mismos tipos de productos, pero se especializan en una actividad particular. Buen pique se especializa en pesca, Suiza en caza y Nunatak en montañismo, pero todos comercializan artículos para esos deportes, sólo que en menor cantidad que el especialista en el tema. Montagne, comercializa su propia marca y realiza productos de indumentaria y para camping, compitiendo más directamente con Camping Shop en relación al tipo de productos que ofrece.

Cada uno tiene cautivo a un tipo de público que varía entre uno y otro de acuerdo a la especialidad que manejan y por la cultura de cada negocio, su forma de atención y lo que ofrece cada uno, además de lo que todos pueden ofrecer; porque si bien cada uno se diferencia con alguna especialidad, hay muchos productos que se repiten y todos tiene por igual. En Nunatak, los clientes son jóvenes aventureros, en busca de emociones en ruta y con amigos que comparten la misma pasión. El negocio es un punto más de encuentro entre ellos, además del proveedor de sus instrumentos de aventura. Los clientes de Buen Pique, son personas mayores, hombres en su mayoría que van al negocio en busca de consejos y nuevas oportunidades. La Suiza mantiene un público que se interesa por la trayectoria y experiencia que le dan tantos años en el mercado. Están comprometidos con la calidad y su imagen es más formal, así como sus clientes que buscan estabilidad y calidad. Montagne es una marca reconocida internacionalmente y sus clientes lo buscan en donde sea que necesiten alguno de sus productos. Estos tres negocios se encuentran ubicados en la parte tradicional de casas de

artículos para outdoor del centro de Córdoba salvo el nuevo negocio de Suiza Outdoor que inauguró un nuevo local en la peatonal 9 de Julio apuntando a otro público, cerca de la zona donde se encuentra Camping Shop. Éste también tiene definido un tipo de clientes, si bien tiene muchos que capta al paso por la ubicación del negocio, los que siguen al negocio lo hacen desde hace muchos años, algunos desde que era “El Espinillo” porque la atención es buena y el negocio ofrece una atmósfera cálida, informal, amistosa acompañada de productos de calidad, como la marca Ansilta que tienen en exclusividad. Los clientes encuestados rescataron estas características dentro del negocio aunque con algunas sugerencias más que nada de actualización. La imagen de Camping Shop con respecto a las de la competencia está muy difusa, incluyendo sus soportes como el cartel exterior que está muy deteriorado y desactualizado. Al no encontrarse dentro del área típica de los negocios de artículos al aire libre, hay que hacer conocer su ubicación para que la gente no entre al negocio de casualidad “porque pasó por el frente”, sino porque van especialmente al negocio a buscar algo. El local tiene básicamente las mismas características físicas y en productos que los otros de la competencia, cambian las marcas y la forma, pero tiene mucho potencial y no está tan desfasado con respecto a los otros y con respecto a la promoción y publicidad, todos los negocios estudiados realizan algún tipo de acción en diferentes medios, pero la diferencia es que éstos tienen una imagen fuerte y definida que se reconoce y se diferencia de la competencia.

Camping Shop Siempre tuvo, intuitivamente, la intención de comunicarse y darle una identidad al negocio, pero sin suerte. Sus publicaciones son descuidadas y desordenadas y no siguen ningún objetivo de marketing ni comunicacional ya que mantenerse con vida fue el principal objetivo del negocio, descuidando la imagen. La identidad es muy débil y encima doble o triple, debilitándose aún más. El negocio del centro no ayuda, ya que no está muy cuidado y pasa inadvertido entre el resto de los negocios del lugar y es un punto muy importante para este tipo de comercios.

Ya que hay una intención, aunque sea intuitiva de comunicar y mejorar la imagen del negocio, hay que aprovecharla para renovarla y dotarla de valor para que tenga un peso más fuerte y el público se identifique con ellos. También hay que definir valores y objetivos concretos para crear una imagen fuerte y diferenciada.

Camping Shop tiene todas las cualidades y potencial para posicionarse con una imagen fuerte y definida como un negocio dedicado al camping, al outdoor actividades que la mayoría de sus clientes asocian con “Aire libre, tiempo libre, naturaleza, medio ambiente/ecología y viaje”. Hay que unificar todas las acciones de comunicación junto con una nueva imagen más

fresca comunicando valores asociados a estas palabras y ofrecerse como el negocio de la ciudad de Córdoba dedicado al camping y accesorios específicamente.

Hay que aprovechar también, que en los últimos años, se viene dando una nueva tendencia en el cuidado del cuerpo y la salud, aprovechando la naturaleza y las actividades al aire libre.

Además, hay factores políticos, como las nuevas leyes de importación / exportación que siembran un terreno más fértil para las industrias y negocios nacionales y favorecen a la marca Tortuga volviéndose una oferta fuerte al disminuir la existencia de las marcas internacionales que son competencia.

Los nuevos feriados que definió la presidenta, le otorga a la gente más tiempo para ocio, eligiendo en estos días, viajes hacia las zonas rurales en donde se practican estas actividades que precisan de los productos que Camping Shop vende.

Con una pensada estrategia de medios, ya que no se cuenta con un gran presupuesto, y aprovechando también el nuevo fervor de las redes sociales que permiten una gran cercanía y diferenciación del público se puede comunicar con pocos esfuerzos monetarios; contexto socio-económico y las fortalezas del negocio, una nueva imagen renovada asociada a valores definidos, acciones de comunicación creativas y un concepto que identifique la nueva imagen de Camping Shop, se logrará que se diferencie de la competencia, creando una relación de amor y respeto por la marca ocupando un lugar en la mente de los consumidores y convirtiéndose en una de las primeras opciones a la hora de elegir el lugar donde adquirir sus productos de camping y actividades al aire libre.

Propuesta Profesional

Campaña estratégica de relanzamiento de la nueva imagen de marca.

Objetivos de intervención

- Definir los valores diferenciales asociados a la nueva identidad corporativa de Camping Shop de acuerdo a los datos obtenidos.

Valores: Aire libre, tiempo libre, naturaleza, medio ambiente/ecología, viaje y no rutina, distracción, aventura.

- Definir un concepto para la comunicación.

Tu punto de partida

- Rediseño de Imagen corporativa.
 - Rediseño de nueva Papelería y Folletería con nueva imagen (blocks de hojas para presupuesto, tarjetas, membretes, almanaques, folletos, catálogo de los productos ofrecidos, catálogos de Tortuga.)
 - Desarrollo de mail institucional con firma e imagen de la institución.
- Desarrollo de sitio web.
- Desarrollo de un catálogo on line de los productos que ofrecen a la venta con posibilidad de comprarlos a través de la página web.
- Remodelación del local con la nueva imagen.
 - Cartelería con nueva imagen.
- Comunicación acorde al nuevo reposicionamiento.
 - Comunicar la nueva imagen corporativa y sus nuevas acciones.
 - Acciones de BTL con alto impacto y bajo presupuesto.
 - Medios, Público y presupuesto acorde a la estrategia.

- **Nueva Imagen Corporativa**

Bocetos Nuevo Isologotipo



Opción 1



Opción 2



Opción 3



Opción 4

Se realizaron cuatro ideas conceptuales para la nueva identidad de la marca.

Opción 1:

Se realizó una bolsa de Shopping en donde las manijas simulan una carpa iglú, haciendo referencia al camping y al Shopping.

Opción 2:

Se realizó una bolsa en forma de carpa, haciendo referencia a que es un lugar donde se pueden adquirir productos para camping.

Opción 3:

Se realizó una valija de viaje con un paisaje en su interior de un camping en medio de la naturaleza, indicando que el tiempo en la naturaleza es un viaje. La valija también sirve para guardar los elementos que se precisan para un camping que se consiguen en Camping Shop.

Opción 4:

Se realizó un paisaje detrás del texto de Camping Shop, en donde se puede ver que el negocio es la ventana a ese lugar en donde se pueden realizar las actividades al aire libre para las cuales Camping Shop ofrece los productos correspondientes.

Antigua Imagen

Camping
Shop

Imagen Nueva



CAMPING SHOP

C a m p i n g y O u t d o o r

Se eligió ésta idea conceptual ya que es la que más representa el negocio y el más sintético conceptualmente. Como su nombre lo dice, Camping Shop es más que nada un Shopping de artículos para camping y accesorios para outdoor. La imagen representa una bolsa, que nos indica la acción de compra o que es un lugar donde se puede comprar. La forma de la bolsa como carpa, nos indica que son artículos relacionados con el camping y el aire libre.

Es un isologotipo simple, fácil de recordar e identificable con su rubro. Es una forma de especializarse sólo en camping y así ir logrando un perfil diferenciado con respecto a la competencia. Además es moderno, pero sin perder la seriedad que tiene el negocio.

El antiguo logo no contenía isotipo, en la nueva propuesta se elige agregarle un isotipo para reforzar el nuevo concepto de imagen a comunicar.

Se mantienen los colores del antiguo logo, pero con un matiz más oscuro para que tenga más presencia. Son los colores de la naturaleza y la tierra.



CAMPING SHOP

Camping y Outdoor



CAMPING SHOP

Camping y Outdoor



CAMPING SHOP

Camping y Outdoor

Variaciones del logo en negro, con fondo negro y a un color.

Concepto de Campaña y acciones

El concepto elegido es **“Tu punto de partida”**. La decisión obedece al hecho de que Camping Shop será el primer punto al que la gente irá antes de realizar sus viajes, campings o actividades al aire libre por ser el lugar específico e ideal para estas actividades, el lugar donde el cliente encontrará todo tipo de productos para ello y que lo acompañarán durante todo el camino.

La idea es convertirse en el “mentor”, el “especialista” de los expertos y principiantes del camping equipándolos con todos los elementos necesarios para su aventura y que Camping Shop sea el lugar en donde inician su viaje y acompañarlos durante todo el recorrido. Se realizarán acciones que primero lleven al cliente o futuro cliente hacia el negocio, para también “ponerlo en el mapa”. Para esto, se realizarán unos folletos con forma de brújula, en donde les indiquen la dirección del negocio, para luego, emprender el viaje desde ahí. También se realizará un “Mapa de ruta” que lleven directo al negocio para adquirir los equipos y los “Manuales del Acampante”. Tanto la brújula como la ruta de viaje, son elementos usados diariamente en este tipo de actividades, con lo cuál habrá una identificación inmediata con el rubro que trabaja. Se repartirán estos folletos y los manuales en las calles del centro de la ciudad de Córdoba y se dejarán en Clubes, Colegios, Escuelas de Educación Física, Colonias de Vacaciones, Boys/Girls Scouts y Hoteles y Hostels con los que se realizarán promociones y convenios para acercar un público directamente relacionado con el rubro de Camping Shop.

Además se realizarán acciones de BTL en las calles de la ciudad de Córdoba que consistirán en lo siguiente: Colocar carteles que simulen ser los de vialidad que indiquen un destino. Estos indicarán “lugares” como Naturaleza, Aventura, Aire libre y Distracción. Que son los conceptos que los clientes asociaban con el negocio y las actividades outdoor. Los mismos son el “destino” al que pueden llegar por medio de Camping Shop, siendo este el punto de partida para alcanzarlos.

Los folletos y estas acciones de BTL servirán para dirigir al público al negocio. Una vez en el negocio, se realizará una acción en las vidrieras simulando carteles de señalización vial que indiquen los “destinos” que se utilizaron en la acción de BTL mismos son los conceptos que para hacerlos ingresar al negocio después de seguir las “indicaciones” de los otros soportes y atraer a los que pasan por la vidriera.

Dentro del negocio se intentará dirigir al público hacia las redes sociales ya que son medios muy flexibles y de bajo presupuesto. La idea de atraer el público hacia Facebook y Twitter es porque es un medio de muy bajo costo y donde se puede interactuar con el público, ya que hay un retorno inmediato del público y gracias a esto se puede ir adaptando la comunicación. Es por esto que serán los medios en donde se manejará la mayor parte de la campaña. Todas las acciones realizadas, tratarán de dirigir a los clientes hacia estos medios. Las redes sociales serán el medio más fuerte de esta campaña. Los clientes podrán hacerse fans una vez informados sobre ello o se tomarán sus datos mediante un cupón de “Asociación de Miembro” que tendrán que completar en el negocio. Luego recibirán mailings invitándolos a unirse a la Fan Page de Camping Shop tentándolos con una promoción o con la participación en el “Concurso de las experiencias” (explicado más adelante).

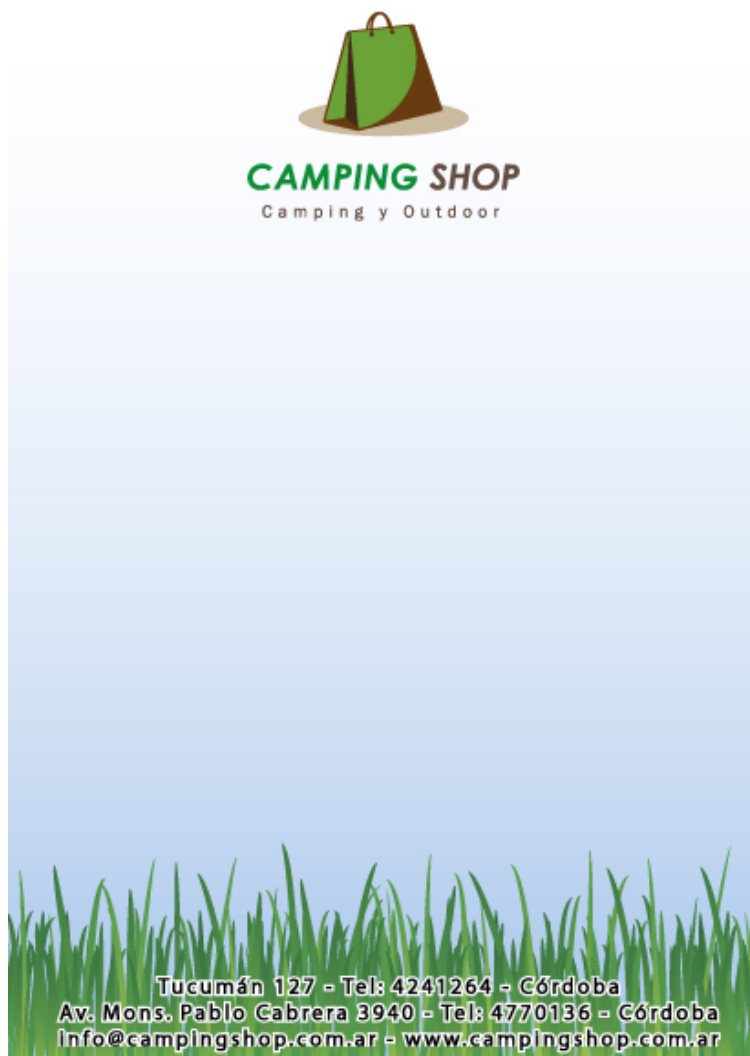
Los mailings también servirán para comunicar promociones u ofertas que se realicen de acuerdo a la fecha, a algún evento que valga la pena destacar que se relacione con el outdoor o temporada del año.

Se realizarán también “Manuales de Acampantes” que servirán como catálogo de los productos que comercializan, almanaques, y bolsas ecológicas con tips y sugerencias para entregar en el negocio para que el cliente se lleve consigo a Camping Shop y pueda tener el mejor viaje, acompañándolos desde el principio.

Durante el año que dura la campaña, se realizarán acciones de acuerdo a las fechas importantes y efemérides, promociones, ofertas, feriados y fines de semana largos; acompañando al cliente no sólo en la naturaleza, si no en el día a día recordándoles también que Camping Shop está siempre con ellos y que no se olviden que es siempre una opción a tener en cuenta. Las mismas se realizarán vía Facebook, Twitter y Mailings para mantener una comunicación con los clientes diariamente. Todas las acciones realizadas, tratarán de conducir a los clientes hacia estos medios, para abrir los canales de comunicación entre Camping Shop y ellos, con un bajo costo.

Papelería

Hoja Presupuesto



Tarjeta Personal



Frente

Dorso

Cartel exterior



Cartel montado sobre exterior de local

Web

The screenshot shows the homepage of Camping Shop. At the top, there is a navigation menu with links for 'Productos', 'Indumentaria', 'Manual del Acampante', 'Paginas Amigas', 'Contacto', and 'Mi Cuenta'. Below the menu is a large banner image of a mountain landscape with the text 'TU PUNTO DE PARTIDA'. The main content area features a grid of 'Productos Recientes' (Recent Products) including various telescope lenses, motors, and telescopes. To the right of the product grid is a 'Marcas' (Brands) section listing 'Ansilta', 'Galileo', 'High Sierra', 'Hummer Libo', and 'Outside'. At the bottom of the page, there are sections for 'Local Centro', 'Local Nudo Vial', 'Facebook', and 'Twitter'. The footer contains the text 'Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.'

Firefox - Camping Shop | Ansilta - Raffike - Colu...
campingshopcba.com.ar

Facebook Google Gmail - Recibidos (144... Iniciar sesión Jelly Spollansky / Pinte... BLUE VERTIGO | Web... Contests | StockLagos... Explore more. Web pa... APOLO | FM 91.7 Twitter / Home... Marcadores

CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Productos Indumentaria Manual del Acampante Paginas Amigas Contacto Mi Cuenta

TU PUNTO DE PARTIDA

Productos Recientes

Lente de Barlow de 2x \$74

Motor para Telescopio \$1,060

Lente de Barlow de 3x \$84

Adaptador para cámaras fotográficas \$139

Oculares

Telescopio reflector F1400X150 \$2,785

Telescopio reflector F5990x \$2,130

Telescopio reflector T9344S \$1,999

Marcas

Ansilta Columbia
Galileo High Sierra
Hummer Libo
Outside Trevo

Ordenar por el más reciente

Local Centro
Tucumán 127 (entre 9 de Julio y Colón) Te: (0351) 4241264

Local Nudo Vial:
Monseñor Pablo Cabrera 3940. Te: (0351) 4770136

Facebook
Camping Shop en Facebook
A 533 personas les gusta Camping Shop.

Twitter
Evento Nacional de Escalada en Córdoba! <http://t.co/s14n0h0> 440 days ago
Seguir a @campingshopcba 18 sig

Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.

Home

Firefox Camping Shop | Ansilta - Raffike - Colu...
campingshopcba.com.ar

Facebook Gmail - Recibidos (144...) Iniciar sesión Jelly Spollansky / Pint... BLUE VERTIGO | Web... Contests | StockLogos... Explore more. Web pa... APOLO | FM 91.7 Twitter / Home Marcadores

Shopping cart: \$0 Checkout Search Products

CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Productos Indumentaria Manual del Acampante Paginas Amigas Contacto Mi Cuenta

- Aislantes / Colchones
- Artefactos a Gas
- Bolsas de dormir
- Carpas
- Cortaplumas
- Hidratación
- Linternas
- Meteorología y Precisión
- Mochilas
- Optica
- Sillones / mesas
- Trekking / Supervivencia

UNTO DE PARTIDA

Productos Recientes

| | | | |
|-------------------------------|---|--|--|
| | | | |
| Lente de Barlow de 2x \$74 | Motor para Telescopio \$1,060 | Lente de Barlow de 3x \$84 | Adaptador para cámaras fotográficas \$139 |
| | | | |
| Oculares \$1,200 | Telescopio reflector F1400X150 \$2,785 | Telescopio reflector F5990x \$2,130 | Telescopio reflector T9344S \$1,999 |

Ordenar por el más reciente ▾

Local Centro

Tucumán 127 (entre 9 de Julio y Colón) Te: (0351) 4241264

Local Nudo Vial:

Monseñor Pablo Cabrera 3940. Te: (0351) 4770136

Facebook

Camping Shop en Facebook
Me gusta Te gusta esto.
A 533 personas les gusta Camping Shop.
Plugin social de Facebook

Twitter

Evento Nacional de Escalada en Córdoba! <http://t.co/sI4n0hO> 440 days ago
[Seguir a @campingshopcba](#) 18 seg

Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.

Productos (lista de productos separados por tipo)

The screenshot shows the Camping Shop website interface. At the top, there is a navigation menu with links for 'Productos', 'Indumentaria', 'Manual del Acampante', 'Paginas Amigas', 'Contacto', and 'Mi Cuenta'. Below the menu, a grid of four tents is displayed:

- Invicta 6D Hummer**: \$1,200
- Igloo Twin 6 Hummer**: \$1,600
- Igloo 3D Hummer**: \$440
- Igloo 4D+ Hummer**: \$698

Below the product grid, there are four columns of information:

- Local Centro**: Tucumán 127 (entre 9 de Julio y Colón) Te: (0351) 4241264
- Local Nudo Vial:** Monseñor Pablo Cabrera 3940. Te: (0351) 4770136
- Facebook**: A section showing the Facebook page for Camping Shop, with a note that 533 people like it.
- Twitter**: A tweet about an event: 'Evento Nacional de Escalada en Córdoba!! http://t.co/s14n0hO 440 days ago'.

At the bottom, there is a footer with the text: 'Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.'

Productos, Carpas.

La web de Camping Shop servirá como vidriera virtual y catálogo de los productos que ofrecen con la posibilidad de adquirirlos on line. Los productos estarán divididos por categorías, tipo de productos e indumentaria (femenina, masculina y calzado). También tendrá un link en donde se podrá acceder al “Manual del Acampante” que expondrá tips y consejos para adquirir el equipo necesario para cada actividad. Tiene un formulario de contacto para contactarse con la empresa y una ventana de Facebook que linkea a la Fan Page y muestra algunos fans que ya están asociados a la página y una de Twitter que va mostrando las últimas actualizaciones.

Firefox Camping Shop | Ansilta - Raffike - Colu... campingshopcba.com.ar

Facebook Google Gmail - Recibidos (144...) Iniciar sesión Jelly Spollansky / Pinte... BLUE VERTIGO | Web... Contests | StockLogos... Explore more. Web pa... APOLO | FM91.7 Twitter / Home Marcadores

CAMPING SHOP Camping y Outdoor

Productos Indumentaria Manual del Acampante Paginas Amigas Contacto MI Cuenta

Hombre
Mujer
Calzado

\$0 Checkout Search Products

TU PUNTO DE PARTIDA

Productos Recientes

| | | | |
|-------------------------------|---|--|--|
| | | | |
| Lente de Barlow de 2x \$74 | Motor para Telescopio \$1,060 | Lente de Barlow de 3x \$84 | Adaptador para cámaras fotográficas \$139 |
| | | | |
| Oculares | Telescopio reflector F1400X150 \$2,785 | Telescopio reflector F5990x \$2,130 | Telescopio reflector T9344S \$1,999 |

Ordenar por el más reciente ▾

Marcas

Ansilta Columbia
Galileo High Sierra
Hummer Libo
Outside Trevo

Local Centro
Tucumán 127 (entre 9 de Julio y Colón) Te: (0351) 4241264

Local Nudo Vial:
Monseñor Pablo Cabrera 3940. Te: (0351) 4770136

Facebook
Camping Shop en Facebook
Me gusta Te gusta esto.
A 533 personas les gusta Camping Shop.
Plug-in social de Facebook

Twitter
Evento Nacional de Escalada en Córdoba! <http://t.co/s14n0hO> 440 days ago
Seguir a @campingshopcba 18 seg

Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.

Indumentaria (separada por sexo y calzado)

Sección Manual del Acampante

Se realizó esta sección para que desde la web se pueda ver el nuevo espíritu consejero y amigo de los acampantes y amantes del outdoor de Camping Shop. Además es muy importante para los que recién se están iniciando en este tipo de actividades que son una gran parte del público de Camping Shop.

The screenshot shows the Camping Shop website interface. At the top, there's a navigation bar with the site logo and menu items: Productos, Indumentaria, **Manual del Acampante**, Páginas Amigas, Contacto, and Mi Cuenta. Below the navigation bar is a large grid of 20 colorful icons representing various camping activities and equipment. To the right of the icons is the title 'MANUAL DEL ACAMPANTE' in large green letters, followed by the text: 'Guía práctica para salir de camping con técnicas y procedimientos para desenvolverse en la naturaleza.' Below this text is a note: '(Pasa el mouse por los iconos y descubre los consejos de Camping Shop para el amante del Outdoor)'. To the right of the main content is a sidebar with a 'Marcas' section listing brands like Ansilta, Galileo, Hummer Libo, and Outside. At the bottom of the page, there are four columns of information: 'Local Centro' (Tucumán 127), 'Local Nudo Vial' (Monseñor Pablo Cabrera 3940), 'Facebook' (Camping Shop en Facebook, 533 likes), and 'Twitter' (Evento Nacional de Escalada en Córdoba). The footer contains the text 'Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.'

Manual del Acampante, cómo usarlo.



(Pasa el mouse por los íconos y descubre los consejos de Camping Shop para el amante del Outdoor)

INDUMENTARIA: SEGURIDAD, CONFORT Y CONFIANZA.

La vestimenta que utilicemos en nuestras salidas a la naturaleza debe brindarnos por lo menos tres ventajas: seguridad, confort y confianza. Debe, sobre todo, adaptarse al tipo de clima y lugar en el cual nos moveremos. Al momento de elegir la ropa que llevaremos hay que pensar que es más efectivo abrigarse por "capas". Varias capas finas mantienen mejor la temperatura corporal que una gruesa. Si el clima es cálido, puede mantenerse su temperatura por aireación, si es frío, por aislamiento.

Las fibras sintéticas (polar, polipropileno, poliéster, etc.) y la lana abrigan aún mojadas y se secan más rápido que el algodón. La ropa holgada de color claro es más fresca si debemos soportar mucho calor. Hay que prever mudas de ropa en actividades que hagan transpirar a fin de mantener el cuerpo seco y evitar enfermedades. Un gorro o sombrero es indispensable, ya que la pérdida de calor o la posibilidad de insolación son muy grandes cuando se pasa mucho tiempo al aire libre.



Marcas

Ansilta Columbia
Galileo High Sierra
Hummer Libo
Outside Trevo

Ordenar por el más reciente ▾

Local Centro

Tucumán 127 (entre 9 de Julio y Colón) Te: (0351) 4241264

Local Nudo Vial:

Monseñor Pablo Cabrera 3940, Te: (0351) 4770136

Facebook

Camping Shop en Facebook
 Me gusta Te gusta esto.
 A 533 personas les gusta Camping Shop.
 Plug-in social de Facebook

Twitter

Evento Nacional de Escalada en Córdoba!! <http://t.co/s14n0h0> 440 days ago
 Seguir a @campingshopcba 18 sig

Firefox Camping Shop | Ansilta - Raffike - Colu... campingshopcba.com.ar

Facebook Google Gmail - Recibidos (144...) Iniciar sesión Jelly Spollansky / Pint... BLUE VERTIGO | Web... Contests | StockLogos... Explore more: Web pa... APOLO | FM 91.7 Twitter / Home Marcadores

CAMPING SHOP Camping y Outdoor

Productos Indumentaria Manual del Acampante Páginas Amigas Contacto Mi Cuenta

50 Checkout Search Products

LA BOLSA DE DORMIR:

Es fundamental contar con una buena bolsa de dormir, ya que es durmiendo como descansamos nuestro cuerpo. Existen básicamente dos modelos de bolsas de dormir en cuanto a su forma: las rectangulares, que son más cómodas para quienes no están acostumbrados; y las tipo "sarcófago", que son más abrigadas al ceñirse más al cuerpo. Hay que tener en cuenta las especificaciones técnicas antes de adquirir una bolsa de dormir. Son mejores los sacos fabricados con dos "tabiques" de relleno que con uno solo. Para muy bajas temperaturas, lo mejor sigue siendo el tradicional duvet (la pluma de ganso), que es de mayor calidad si es del pecho del animal. Una colchoneta aislante debajo de la bolsa de dormir, es de gran ayuda. Reduce la dureza del suelo y sobre todo evita la humedad y pérdida de calor. Los aislantes son económicos y muy beneficiosos por lo que se han vuelto indispensables en el equipo de todo acampante.

(Pasa el mouse por los íconos y descubre los consejos de Camping Shop para el amante del Outdoor)

Marcas

Ansilta Columbia
Galileo High Sierra
Hummer Libo
Outside Irevu

Ordenar por el más reciente ▾

Local Centro
 Tucumán 127 (entre 9 de Julio y Colón) Te: (0351) 4241264

Local Nudo Vial:
 Monseñor Pablo Cabrera 3940, Te: (0351) 4770136

Facebook
 Camping Shop en Facebook
 Me gusta Te gusta esto.
 A 533 personas les gusta Camping Shop.
 Plug-in social de Facebook

Twitter
 Evento Nacional de Escalada en Córdoba!! <http://t.co/s14n0h0> 440 days ago
 Seguir a @campingshopcba 18 zap

Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.

Bolsa de dormir

Firefox Camping Shop | Ansilta - Raffike - Colu...
campingshopcba.com.ar

Facebook Google Gmail - Recibidos (144... Iniciar sesión Jelly Spollansky / Pinte... BLUE VERTIGO | Web... Contests | StockLogos... Explore more. Web pa... APOLO | FM 91.7 Twitter / Home Marcadores

50 Checkout Search Products

Productos Indumentaria Manual del Acampante **Paginas Amigas** Contacto Mi Cuenta

CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

LAS LINTERNAS Y FAROLES:

Los faroles más comunes son los tipo "sol de noche", alimentados con una garrafa común. También hay cabezas de farol para usar con cartuchos intercambiables. Otra opción son los de combustible, pero son un poco riesgosos si no se tratan con cuidado. Además se pueden encontrar con baterías recargables y a pilas, lo que hace que no sean muy económicos. Siempre debe protegerse el vidrio de los faroles y llevar camisas y pila para linternas de respuesto. Actualmente se ha generalizado el uso de las linternas frontales que se ajustan a la cabeza con correas elásticas. Estos tienen la ventaja de dejar libres los brazos para otras actividades. Siempre es preferible que las linternas sean resistentes al agua.

(Pasa el mouse por los íconos y descubre los consejos de Camping Shop para el amante del Outdoor)

Marcas

Ansilta Columbia
Galileo High Sierra
Hummer Libo
Outside Trevo

Ordenar por el más reciente ▾

Local Centro
Tucumán 127 (entre 9 de Julio y Colón) Te: (0351) 4241264

Local Nudo Vial:
Monseñor Pablo Cabrera 3940, Te: (0351) 4770136

Facebook
Camping Shop en Facebook
Me gusta Te gusta esto.
A 533 personas les gusta Camping Shop.
Plug-in social de Facebook

Twitter
Evento Nacional de Escalada en Córdoba! <http://t.co/s14n0h0> 440 days ago
Seguir a @campingshopcba 18 sep

Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.

Linternas y Faroles

Firefox Camping Shop | Ansilta - Raffike - Colu...
 campingshopcba.com.ar
 Facebook Google Gmail - Recibidos (144...) Iniciar sesión Jelly Spollansky / Pinte... BLUE VERTIGO | Web... Contests | StockLogos... Explore more. Web pa... APOLO | FM 91.7 Twitter / Home Marcadores

CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Productos Indumentaria **Manual del Acampante** Paginas Amigas Contacto Mi Cuenta

LA CARPA:
 NUESTRO HOGAR
 DURANTE EL VIAJE

La comodidad y calidad de la carpa son esenciales ya que es nuestro hogar durante el viaje. Las carpas pueden ser de dos tipos: las tradicionales o las tipo "iglú", más livianas pero no tan resistentes. Cuanto mayor es el número de varillas, mayor es su estabilidad y resistencia al viento. Al elegir una carpa, debemos meditar seriamente sobre su uso y elegir buena calidad a fin de evitar sobresaltos desagradables que puedan arruinar el viaje. Si es posible, debe tener algún tipo de alero para almacenar el equipo o cocinar los días lluviosos. Para evitar mojaduras durante la lluvia, el sobretecho debe llegar hasta el zócalo, y no sólo cubrir la parte superior de la carpa. El material debe ser resistente e impermeable, y su sistema de ventilación adecuado para evitar la humedad por condensación en el interior.

(Pasa el mouse por los íconos y descubre los consejos de Camping Shop para el amante del Outdoor)

Marcas

Ansilta Columbia
Galileo High Sierra
Hummer Libo
Outside Irevu

Ordenar por el más reciente ▾

Local Centro
 Tucumán 127 (entre 9 de Julio y Colón) Te: (0351) 4241264

Local Nudo Vial:
 Monseñor Pablo Cabrera 3940, Te: (0351) 4770136

Facebook
 Camping Shop en Facebook
 Me gusta Te gusta esto.
 A 533 personas les gusta Camping Shop.
 Plug-in social de Facebook

Twitter
 Evento Nacional de Escalada en Córdoba!! <http://t.co/s14n0h0> 440 days ago
 Seguir a @campingshopcba 18 zap

Camping Shop © 2012. All Rights Reserved.

La carpa

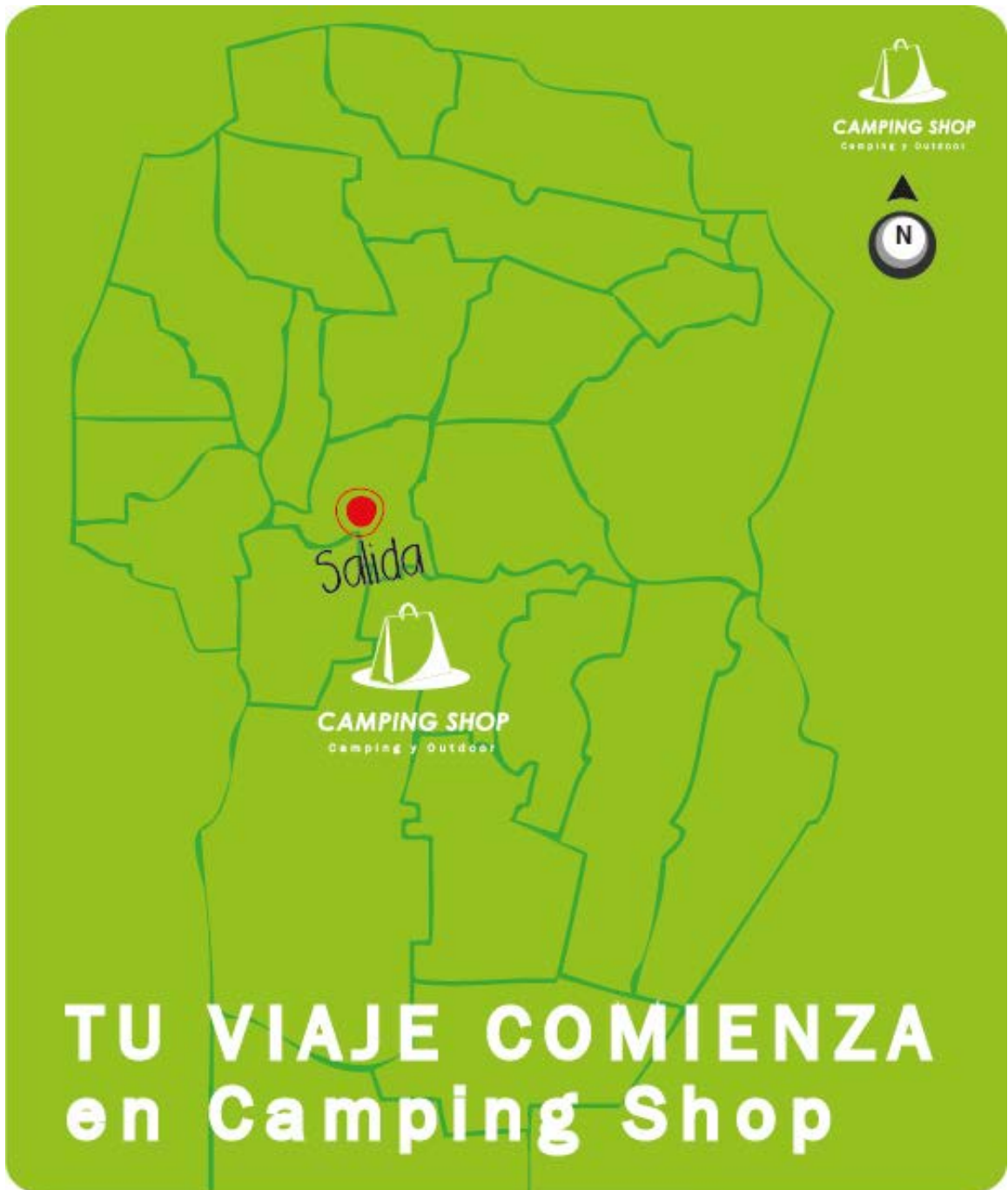
Folleto Brújula

La brújula indica El Norte, el lugar señalado por el que uno se guía para no perderse. Camping Shop funcionará como “El Norte” de los acampantes y amantes del aire libre para empezar sus aventuras con todo el equipo completo y conocimientos necesarios para disfrutarlo lo mejor posible.



Ruta de Viaje

Esta pieza muestra el lugar en donde comienza un viaje sobre un mapa de Córdoba. Funciona también como la gráfica de la brújula a modo de indicar dónde está Camping Shop y que es el negocio desde donde hay que salir cuando se planea un camping o paseo al aire libre. Es el primer lugar que hay que visitar para equiparse e informarse sobre el futuro viaje.



Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar
  / CampingShop



CAMPING SHOP
Camping y Outdoor
Tu punto de partida

Acciones BTL

Se realizarán acciones de BTL en el centro de la ciudad de Córdoba durante el comienzo de la campaña, conjuntamente con los dos folletos. La misma consistirá en colocar diferentes carteles en puntos estratégicos de la ciudad de Córdoba que indiquen una serie de “destinos” que son atributos y conceptos que la gente relaciona con Camping Shop y las actividades al aire libre. Las mismas indicarán el comienzo de esos destinos como el negocio, informando sobre su dirección y a qué distancia queda.



Tu viaje comienza en camping shop- en nuestro local

Acciones en vidriera



Las mismas están pensadas para atraer al público que viene siguiendo las “pistas” de los otros soportes (folletos y carteles de BTL) o los que pasan por el frente para que ingresen y sepan que Camping Shop es el comienzo de sus viajes, en donde encontrarán todo para equiparse y aventurarse hacia la naturaleza.





Almanaque

El almanaque, además de tips para acampar o armar tu equipo antes de salir en cada mes, marcará los días especiales en donde se puede planear un viaje o una salida para aprovechar la naturaleza. El almanaque les recordará diariamente que Camping Shop es el comienzo de todos los viajes e indicará cuándo puede ser el próximo.



LA BRÚJULA ES UN ELEMENTO INFALTABLE EN TU MOCHILA DE VIAJE.

CAMPING SHOP
Camping y Outdoor
Tu punto de partida

Tucumán 127 - Tel: 4241264 - Av. Mons. Pablo Cabrera 3940 - Tel: 4770136
info@campingshop.com.ar - www.campingshop.com.ar

| JULIO | D | L | M | M | J | V | S |
|-------|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| | 29 | 30 | 31 | | | | |

● Vacaciones de Invierno



LA CARPA: NUESTRO HOGAR DURANTE EL VIAJE.

CAMPING SHOP
Camping y Outdoor
Tu punto de partida

Tucumán 127 - Tel: 4241264 - Av. Mons. Pablo Cabrera 3940 - Tel: 4770136
info@campingshop.com.ar - www.campingshop.com.ar

| AGOSTO | D | L | M | M | J | V | S |
|--------|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| | 29 | 30 | 31 | | | | |

● Feriados



ES FUNDAMENTAL EL TAMAÑO DE LA MOCHILA DE ACUERDO AL CUERPO Y A LA ACTIVIDAD A REALIZAR.

CAMPING SHOP
Camping y Outdoor
Tu punto de partida

Tucumán 127 - Tel: 4241264 - Av. Mons. Pablo Cabrera 3940 - Tel: 4770136
info@campingshop.com.ar - www.campingshop.com.ar

| SEPTIEMBRE | D | L | M | M | J | V | S |
|------------|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| | 29 | 30 | 31 | | | | |

● Feriados

Mes de Julio, Agosto y Septiembre (a modo ilustrativo)

Manual del Acampante

El manual del Acampante servirá de guía con consejos prácticos para el cliente que esté por salir de Camping. El mismo contendrá consejos como “Cómo armar la mochila”, “Cómo elegir la carpa”, “Técnicas de Acampe”, etc. La guía también se podrá utilizar a modo de catálogo de los productos que ofrecen. Los mismos se repartirán en el local y se dejarán también en Clubes, Colegios, Escuelas de Educación Física, Colonias de Vacaciones, Boys/Girls Scouts y Hoteles y Hostels.



Tapa guía del acampante.

EL EQUIPO

Qué y como comprar:

Todo el equipo debe ser acorde a nuestra salida y debe ser de buena calidad, ya que estará sometido a un trato riguroso: golpes, raspaduras, cargas excesivas, etc. Los productos económicos no son los más recomendables, aunque los elementos de calidad no siempre son los más caros. Si el viaje es con amigos, una buena opción es adquirir el equipo de uso común (marmitas, calentadores, etc.) entre varios.

LA INDUMENTARIA:

La vestimenta que utilizemos en nuestras salidas a la naturaleza debe brindarnos por lo menos tres ventajas:

seguridad, confort y confianza.

Debe, sobre todo, adaptarse al tipo de clima y lugar en el cual nos moveremos. Al momento de elegir la ropa que llevaremos hay que pensar qué es más efectivo abrigarse por "capas". Varias capas finas mantienen mejor la temperatura corporal que una gruesa. Si el clima es cálido, puede mantener su temperatura por aireación, si es frío, por aislamiento.

Las fibras sintéticas (polar, polipropileno, poliéster, etc.) y la lana abrigan aún mojadas y se secan más rápido que el algodón. La ropa holgada de color claro es más fresca si debemos soportar mucho calor. Hay que prever mudas de ropa en actividades que hagan transpirar a fin de mantener el cuerpo seco y evitar enfermedades. Un gorro o sombrero es indispensable, ya que la pérdida de calor o la posibilidad de insolación son muy grandes cuando se pasa mucho tiempo al aire libre.



Pagora Mid Men's COLUMBIA



CAMPERA ENDURANCE - LIBO
Relleno de 470grs de duvet 100%
Para fríos súper extremos como
Aconcagua o hielos continentales.



CAMPERA FITZ ROY HOMBRE
WINDSTOPPER® TECHNICAL FLEECE
Para todo tipo de usuarios y actividades.
Zonas resistentes en codos y hombros
en Windstopper® resistente a la abrasión.
2 bolsillos frontales de gran capacidad
Bolsillos internos, Ajuste en cuello y cintura
Ajuste con presillas en Velcro® en puños.



CAMISETA C/CIERRE MUJER
POLARTEC® POWER DRY - MID
Prenda interior de abrigo
que también puede utilizarse
como única prenda.
Confeccionado en Polartec
Power Dry intermedio que brinda
un abrigo confortable, además
de una gran capacidad
de estiramiento, respirabilidad
y secado rápido.

Página 1 "La Indumentaria"

LA MOCHILA:

Es fundamental **regular la mochila al tamaño y estructura del cuerpo** para evitar dolores y lesiones. En los ascensos, los objetos más pesados deben ir en la parte superior de la mochila y esta debe llevarse más "alta" en la espalda. En los descensos a la inversa. Los objetos de uso primario (cortaplumas, brújulas, botiquín, papel higiénico, mapas, etc.) siempre deben estar al alcance de la mano, en los bolsillos o la tapa.

Todos los elementos deben ir **ADENTRO** de la mochila, protegidos dentro de bolsas de nylon (especialmente la bolsa de dormir) ya que las mochilas no son 100% impermeables. Tampoco lo son los cubre mochilas, pero la protegen del polvo, la suciedad y las raspaduras.

Una vez armada, regular todas las correas de acuerdo a la estructura del cuerpo. El peso debe ser parejo en ambos hombros y sobre la cintura, y las correas no apretar excesivamente. Antes de cada salida, revisar el estado de los broches y costuras para prevenir roturas.



EMUS
Organizador, Boleillo,
Salida de auricular Mp3
Porta Notebook.



FITZ ROY 95 Lts.
Espaldar regulable,
Correas sternum de altura ajustable,
Salida para manguera de agua,
Compartimento cubre mochila,
Cinturón precurvado acolchado,
Panel de ventilación en forma de U multicapa.



YAK OUTSIDE 60 + 10 Litros
Tubular, de gran capacidad,
diseñada especialmente para
trekking, pero también apta para
viajes o escalada.
con extensión de 10L y cierre recto
para bolsa de dormir.
Doble fondo reforzado,
con cubremochila incluido.
Talles: S, M, L, XL.

| Tipo de Excursiones | Capacidad |
|--|--------------------|
| Salidas cortas (uno o dos días) sin necesidad de equipo. | Entre 40 y 55 lts. |
| Excursiones de entre dos y seis días, con equipo moderado. | Entre 55 y 75 lts. |
| Excursiones prolongadas de más de cinco o seis días. | 75 lts. o Más. |

Página 3 "La Mochila"

EQUIPAMIENTO COMPLEMENTARIO:

- CALENTADORES
- ELEMENTOS DE COCINA
- LINTERNAS Y FAROLES
- HERRAMIENTAS
- PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL
- SOGA
- BRÚJULA
- CANTIMPLORA
- TERMO IRROMPIBLE
- CUERDA FINA (5 O 6 MM)
- BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS
- ALIMENTOS
- PALA Y/O HACHA PEQUEÑA
- CORTAPLUMAS MULTIUSO
- PAPEL, LÁPIZ Y UN BUEN LIBRO
- CÁMARA DE FOTOS



“Equipamiento complementario”



Bolsas ecológicas frentes y dorso para entregar con las compras. Las mismas siguen con los “consejos”, pero esta vez más referidos a la naturaleza y su cuidado. Al ser reutilizables sirven para comunicar sobre la marca.

Cupón para ser Miembros

¿ Querés enterarte de todas las novedades de Camping Shop?

Llená tus datos en el cupón y te van a llegar todas las promociones y noticias para que comiences tu viaje bien equipado.

Nombre y Apellido:

DNI: Sexo: F M

Fecha de Nacimiento:

Actividad que practica:

E-mail:

Facebook:

Twitter: SI NO

Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar
  / CampingShop


CAMPING SHOP
Camping y Outdoor
Tu punto de partida

CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Hacete Fan de Camping Shop en Facebook y enterate de las ofertas y promociones para comenzar tus viajes bien equipado.

Tu punto de partida

Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar
  / CampingShop

Las personas interesadas en recibir información, ofertas y promociones de Camping Shop pueden llenar el cupón con sus datos para recibir mailings. Se enviarán piezas gráficas para que la gente se haga Fan de la página de Facebook para mantenerse informados sobre un feriado o un fin de semana largo para que la gente vaya planeando su viaje, promociones, ofertas, etc. y tenga en cuenta a Camping Shop para aprovisionarse.

Facebook



Diariamente se harán publicaciones relacionadas con la nueva imagen y el nuevo concepto de la Campaña. Por ejemplo, se subirán tips del “Manual del Acampante”, Notificaciones de los próximos feriados o fines de semana largos con tiempo para que la gente recuerde y tenga tiempo de planificar un viaje. También se irán publicando las características y beneficios de productos que comercialicen y formas de pago y avisos sobre el “Concurso de experiencias” para ganar más fans. Sobre los días Festivos y efemérides también se realizarán piezas haciendo alusión al día correspondiente con algún tip u oferta.

MANUAL DEL ACAMPANTE



LA CARPA: NUESTRO HOGAR DURANTE EL VIAJE

Al elegir una carpa, debemos meditar seriamente sobre su uso y elegir buena calidad a fin de evitar sobresaltos desagradables. El material debe ser resistente e impermeable, y su sistema de ventilación adecuado para evitar la humedad por condensación en el interior.



CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

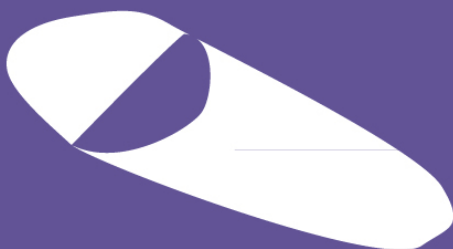
Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar



/ CampingShop

Tu punto de partida

MANUAL DEL ACAMPANTE



LA BOLSA DE DORMIR:

Es fundamental contar con una buena bolsa de dormir, ya que es durmiendo como descansamos nuestro cuerpo. Existen dos modelos: las rectangulares, que son más cómodas para quienes no están acostumbrados; y las tipo "sarcófago", que son más abrigadas al ceñirse más al cuerpo. Para muy bajas temperaturas, lo mejor sigue siendo el tradicional duvet (la pluma de ganso), que es de mayor calidad si es del pecho del animal.



CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar



/ CampingShop

Tu punto de partida

Cortos (concurso de experiencias):

La idea es realizar unos cortos con un estilo muy informal y “casero” con escenas cortas (de 10 a 20 segundos) de experiencias (o “malas experiencias”) que pueden sucederle a cualquiera en un viaje por no haberlo planificado bien y/o por no haberse equipado en Camping Shop ni seguido sus consejos. Estos videos se publicarán en las redes sociales Facebook y Twitter con la idea de que los fans los compartan y así ganar más. Los mismos servirán de plataforma para lanzar un concurso en donde los fans podrán contar sus propias experiencias y tener la posibilidad de ganar un premio (descuento en alguna compra, o algún producto a definir).

Corto1:

- Se ve un chico en el medio del campo, en el medio de la nada, que se queda sin pilas en su linterna.

Luego vemos sobre la imagen un texto superpuesto que dice: “Con Camping Shop comenzás bien tu viaje.”

Placa con el logo de Camping Shop y el concepto de campaña, “Tu punto de partida”.

Corto2:

- Vemos un grupo de chicos sentados alrededor de lo que parecía ser una fogata, apagada porque está lloviendo torrencialmente. Los chicos están todos mojados y temblando de frío esperando que se pase la tormenta. Luego vemos sobre la imagen un texto superpuesto que dice: “Con Camping Shop comenzás bien tu viaje.”

Placa con el logo de Camping Shop y el concepto de campaña, “Tu punto de partida”.

Junto con los videos, se publicarán piezas gráficas para informar sobre el concurso para que la gente participe, comparta y sume más fans. También se promocionará el concurso mediante Mailings.

MANUAL DEL ACAMPANTE



LA CARPA: NUESTRO HOGAR DURANTE EL VIAJE

Al elegir una carpa, debemos meditar seriamente sobre su uso y elegir buena calidad a fin de evitar sobresaltos desagradables. El material debe ser resistente e impermeable, y su sistema de ventilación adecuado para evitar la humedad por condensación en el interior.

Seguinos en [f](#) [t](#) y encontrá más tips.

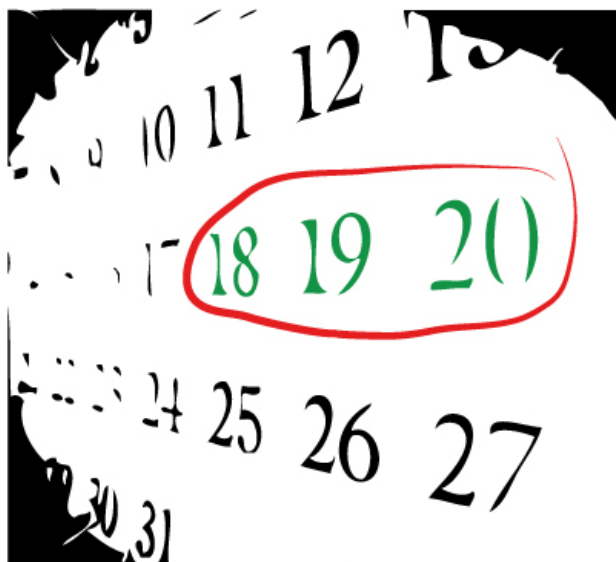


CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar
[f](#) [t](#) / CampingShop

Tu punto de partida

Encontrá más tips en las redes sociales. Para que se unan a ellas.



Comenzá a planear tu viaje
para el próximo feriado,
nosotros te equipamos
y te acompañamos
desde el comienzo.




CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Tucumán 127 - Tel: 4241264 - Av. Mons. Pablo Cabrera 3940 - Tel: 4770136
info@campingshop.com.ar - www.campingshop.com.ar - [f](#) [t](#)

Tu punto de partida

Próximo feriado o fin de semana largo para ir organizando y equiparse completamente.

EXPERIENCIAS DE CAMPING

Participá del concurso contándonos alguna experiencia que hayas tenido en algún viaje y compartila. La que tenga más "Me gusta" será la ganadora de un kit de viaje*. 

* Kit de viaje: Un termo de acero, una linterna y una colchoneta aislante.

Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar
  / CampingShop



CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Tu punto de partida

Concurso Experiencias.

PROMO NAVIDAD

¡Aprovechá y comprá tu regalo para las fiestas con las siguientes Tarjetas!



¡12 CUOTAS SIN INTERÉS EN TODAS LAS MARCAS!

Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar
f t / CampingShop



CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Tu punto de partida

Promo Navidad.

AÑO NUEVO, VIAJE NUEVO

Si viajás el primer feriado del año,
te podés llevar una bolsa de dormir ANSILTA
¡Con un 20% de descuento!



Aprovechá esta oferta válida del 20 de Nov. al 31 de Dic.

Tucumán 127 - Tel: 4241264
info@campingshop.com.ar
www.campingshopcba.com.ar
f t / CampingShop



CAMPING SHOP
Camping y Outdoor

Tu punto de partida

Promo primer feriado con descuento.

Plan de Comunicación

Noviembre 2012, del 27 al 30:

- Puesta en práctica de la nueva imagen y papelería

Diciembre 2012, del 1 al 19:

- Puesta de acciones de BTL en el centro de la ciudad
- Reparto de los dos folletos
- Distribución de los folletos y “Manual del Acampante” en los lugares relacionados, previamente dichos.

Diciembre 2012 a Marzo 2013:

- Entrega de almanaques y nuevas bolsas ecológicas.

Febrero 2013

Diciembre 2012 a Noviembre 2013

- Publicaciones diarias de ofertas, promociones, consejos de acampante y aviso de feriados y fines de semana largos en redes sociales.

Presupuesto:

5 mil folletos tamaño 10 x 10 cms, full color, frente y dorso, papel ilustración 110 grs.

\$1700

5 mil folletos tamaño A5, full color, frente y dorso, papel ilustración 110 grs.

\$2350

Manuales: 4000 manuales, 8 páginas, tamaño final A5, full color, papel obra 90 grs.

\$3500

Papelería: 3000 tarjetas y 10 mil hojas de presupuesto, frente color, tamaño ¼ oficio

\$750

Web

\$3500

20 carteles en vinilo, 1 color, tamaño 100 x 70 cms

\$3500

3 carteles en vinilo, 1 color, tamaño 100 x 70 cms

\$480

Honorarios

\$3500

Total: \$15780

Bibliografía:

- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago, Chile: Business School Universidad Mayor.
- Crosby, A. y Moreda A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas Rurales y Naturales*. Madrid, España: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- Loudon, D. L. y Della Bitta, A. J. (1998). *Comportamiento del consumidor: conceptos y aplicaciones* (4° ed.). Buenos Aires, Argentina: McGraw Hill.
- O'Guinn, T. C; Allen, C. T. y Semenik, R. J. (2007). *Publicidad y comunicación integral de marca* (4° ed.). Buenos Aires, Argentina: Thomson.
- www.montagneoutdoors.com.ar, 05/07/2011
- www.nunatakmountain.com.ar, 10/04/2011
- www.suizaoutfitters.com/espanol/quienesSomos.htm, 14/4/2011
- www.welcomeargentina.com/turismo-aventura, 10/6/2011
- www.suizaoutdoor.com.ar, 15/02/2012
- www.argentina-empresas.com.ar, 16/02/2012
- www.yalwa.com, 16/02/2012
- www.acampante.com, 2/03/2012
- www.ansilta.com, 2/03/2012
- www.lapostapescacazayaventura.blogspot.com, 2/03/2012
- <http://www.ijtravels.com/> , 13/02/2012

ANEXO

Entrevista semiestructuradas a los dueños del local Camping Shop

Entrevista con Ana Friedlender realizada el 15/4/11

Guía de Pautas

1 - Entrevistado

Nombre, Cargo, Antigüedad en la organización.

2 - Información de la institución

¿Cuál es la Actividad Principal de la organización? ¿Qué venden?

¿Se especializan en algo? ¿En qué se especializan?

¿Tienen algún producto de fabricación propia?

¿Tienen exclusividad con alguna marca? ¿Precios especiales?

¿Cómo está conformada la organización?

¿Cuántos empleados tienen?

¿Tienen definida una *Misión – Visión – Valores* para la institución?

2.2 Servicios

¿Ofrecen algún servicio con la compra? ¿Tienen algún servicio post compra, algún servicio diferenciador?

¿Fidelización de clientes?

¿Vende por Internet?

¿Cuándo se vende más y qué es lo que más se vende? Temporadas.

3 - Historia de la organización

¿En qué año se creó la organización?

¿Quiénes fueron los fundadores?

4 - Publico Objetivo

¿A qué públicos se dirigen?

¿Cómo se conforman? ¿Edades, Profesión, nivel socio-económico?

5 – Comunicación

¿Poseen un plan de comunicación?

¿Hay algún responsable para la comunicación?

¿Existe un objetivo de comunicación? ¿Qué comunican? ¿Qué mensajes?

¿Dónde? Medios.

¿A quienes?

¿Cuándo y con qué frecuencia? ¿Hay temporadas que se publicite más? Ej. Verano.

¿Qué presupuesto disponen para comunicación?

6- Imagen

¿Por qué eligieron el nombre de la organización?

¿Por qué eligieron el logotipo?

¿Qué imagen quieren que su público tenga de la organización?

¿Qué imagen comunican?

Nombre, Puesto y antigüedad en la organización.

Me llamo Ana Friedlender, soy la hija de los dueños de la empresa. Estudio RRHH hace un año y tres, cuatro meses y en función de esto es que en Agosto del año pasado entro en la empresa. Porque En realidad yo estudié otra cosa, me recibí y bueno pero cambié de rumbo y en función de ya empezar a estudiar algo que tiene que ver con las organizaciones que me cerró mucho más la idea de trabajar en el negocio familiar porque no es del todo sencillo.

En realidad no tengo un puesto determinado, es una organización muy simple, sencilla. Mis padres son los dueños, los vendedores; que son actualmente 3 vendedores. Luego hay un pequeño taller, mínimo, que tiene su cortador que hace 40 años que trabaja para el negocio. En su momento fue una gran fábrica y al punto de quedar con 2 empleados solamente en planta permanente que serían este cortador y una costurera. Y en temporada alta se toman 1 o 2 personas más para llegar con la cantidad de producción. Mi padre maneja la parte financiera y las decisiones grandes e importantes. No se suelen tomar decisiones tampoco tan desestructuradas o imprevistas. En general, bueno, si se tapan baches realmente, pero bueno en realidad el está a cargo de tomar las decisiones generales y de mayor peso. Mi madre está más a cargo de este local maneja el tema de los precios, cómo están, los productos si son exhibidos o no. Tiene algún trato con el cliente porque en realidad le gusta. Le gusta atender al público, al margen de que tiene 71 años y no siempre es lo ideal pero es una cosa que es un placer para ella, así que lo hace. Y bueno yo entré así como a jugar un rol de sacar trabajo a gente. O sea, para sacarle trabajo a mi viejo sacarle trabajo a...a mi vieja en realidad no tanto porque estuviera sobrecargada, sino porque al estar yo acá de a poco voy tomando algunas cosas como por ejemplo me encargo sobretodo de la lista de precios, de hacer los pedidos, de recibir la mercadería y de hacer las etiquetas para poner en los productos y bueno, y las decisiones que se tengan que ir tomando en el día a día acá, que algunas tomo yo, algunas mi mamá y que bueno por ahí nos chocamos y empezamos a decir por ejemplo: “-Lo hago yo, lo hacés vos, no hacelo vos, no hacelo vos”.. jaja ..bueno es más o menos así, todo un tema.

¿Qué más? Bueno yo como estudio RRHH mi idea es ir tomando cosas de este tipo, o sea que tengan que ver con eso. Entonces empezar a pagarle yo el sueldo a la gente, si bien la liquidación en sí la hace un contador que es mi hermano, que trabaja de manera externa a la empresa. Se encarga de muy poquitas cosas como liquidar los sueldos y presentar el IVA. Cargar el IVA no, eso lo cargamos nosotros, el lo presenta y nada más y asesoría. Y bueno, en definitiva empezar a tomar esas cosas y hay que elegir una persona más. No para costurera, de eso se encarga mi papá porque es otro campo, pero para vendedores si me encargo yo, con otra compañera que estudia conmigo. Creo que ya está mi presentación.

Cómo está conformado el negocio y Quiénes lo manejan ya me dijiste, Cuántos empleados tienen también... Misión y Visión del negocio, ¿Tienen algo definido?

Bueno, esa es mi discusión permanente y es uno de los problemas de trabajar en una empresa tan pequeña y familiar de tantos años porque todas estas cosas tienen que ver con modalidades actuales de trabajo. Lo mismo con los empleados, que tengan devolución de desempeño, que tengan objetivos. No existe eso. Y yo es algo que tengo en la cabeza y que quiero hacer, pero se me complica porque las decisiones importantes las toma mi papá. *Aunque no esté por escrito, una visión y una misión si la tienen....*

En realidad es abordar lo máximo que se pueda en el mercado o sea, no hay una visión...Estoy pensando como piensa mi viejo. No hay una planeación a largo plazo. En realidad es pensar en tener la máxima cantidad de productos posibles, más diversidad, o sea de variedad. Por ahí no tenemos tanto de cantidad de cada producto sino la búsqueda constante es tener que el cliente busque y que haya lo que pida. A lo mejor hay uno, dos, tres y bueno hay que agilizar después una reposición y bueno hacer un poco de énfasis en eso, pero no hay una estrategia de post-venta o una planeación a largo plazo, de mediano plazo y de corto plazo. No se sabe de hecho, por ejemplo, la fábrica es todo un tema para esta empresa. Mi viejo que justamente toma estas decisiones dice: “¿Cierro? No cierro. No cierro. Amplío la producción o la bajo. Trabajo, tomo empleados o lo llevo taller. No tengo plata. ¿Qué hago?”. Y empieza de nuevo el mismo círculo. Y no hay “Quiero esto y voy por esto” o por “X eventualidad tengo un Plan B o un plan de contingencia”, no. En realidad es lo que va pensando y la experiencia. La voz de la experiencia constantemente. Y también bueno yo alguna idea tengo de lo poco que he estudiado Administración y experiencia tengo en una empresa de Call Center súper estructurada que todas las decisiones estaban definidas, todo planificado y todo pero trasladarlo acá se complica. No es el mismo rubro, no es el mismo precio, no es el mismo capital financiero.

¿Cuándo se fundó la empresa?

La empresa tiene unos 40 y pico de años, no te puedo decir con precisión en qué año, pero lo averiguaremos. Se llamaba “El Espinillo” antes, se formó como una sociedad. Primero compraban y revendían después empezaron a fabricar de a poco, copiando modelos, después fueron innovando modelos, mejorando y así. Primero todo muy básico y fueron mejorando. Después se funde la empresa, se dividen los socios y sigue mi viejo sólo con todas las deudas, pero con el capital de maquinaria y empleados. En definitiva se funde y continúa sólo, era: “la sigo remando sólo”, una cosa así.

¿En ese momento ya fabricaban?

Sí, todo el tiempo fabricaban. Llegó a una época de auge muy grande “El Espinillo” que tenía viajantes, que tenía 70 talleres, 80 empleados. De hecho “El Espinillo” es muy conocido para la gente de la época de “El Espinillo”.

Se podría decir que TORTUGA tiene 40 años.

Si, la marca si. Aparte el fuerte no eran sólo las carpas, sino las camperas. Las camperas eran las mejores camperas de Córdoba. Además fabricaban de todo: Moda, bolsas de dormir, todo lo que tenía que ver con el rubro y no tanto también. Estaba bastante diversificado porque también tenía su marca "Playsit" que era Bricolage en una época, después fue Playsit, de moda. Después se vuelve a fundir solo y cambia el nombre. Se llamó Camping Shop el local de Pajas Blancas y este local (el de Tucumán 127) Mountain City. Los dos locales que son de mis viejos, o sea éste es de herencia de mi abuelo y el otro sí fue el local de toda la vida de "El Espinillo". Pero han tenido locales en la galería Rex y en el Cinerama. El del cinerama también era suyo, pero como estaba en el subsuelo, que en su momento fue el "Boom" porque la galería era muy grandiosa pero después la galería murió. Murió la galería entonces y entonces no había quien vea ahí abajo. Y entonces fue salir de ahí y nos vinimos acá.

¿O sea el que siempre estuvo fue el de Pajas Blancas?

Sí, éste fue el último. Cuando se llama "Camping Shop", que en realidad antes se llamaba "Mountain City" porque el otro local sólo vendía productos de camping y afines. Nada de indumentaria. Ni calzados, ni ropa en definitiva. Y acá sí, todo, entonces por eso era montaña-ciudad, una mezcla. Después se unificó y se llamó todo Camping Shop.

¿Se venden los mismos productos allá en pajas blancas que acá en el centro?

No, por eso acá vas a tener indumentaria y allá tenés sobretodo carpas y colchonetas, mochilas grandes, alguna que otra chica, aislantes, linternas. Muy poco. Igual ese local está tirado prácticamente. Es un local que no tiene vendedor y durante el año no funciona. Funciona sólo en verano porque es la época de las carpas y las piletas y tiene lugar para exhibir. Ahí mismo esta el taller, en el fondo. Son dos personas, o sea es una mesa larga para cortar y dos o tres maquinas para coser y listo. Bueno, la verdad que son esas cosas que...a ver, es como que este local si bien es un pulmón en el verano, porque a pesar del estado de destrucción que tiene sigue vendiendo, durante el invierno es un tumor.

¿Pero está abierto?

Está abierto pero atiende el mismo cortador. O sea, vos tenés que tocar timbre y el cortador está trabajando en el taller y sale y te atiende. Que es un tipo así callado, cero vendedor. Pero como él las fabrica a las carpas, te las vende genial y aparte durante el año, por ejemplo se atienden muchas reparaciones, entonces las atienden el mismo. Realmente no hace falta un vendedor para el caudal de venta que se maneja, habría que hacer algo para que se venda.

Hablando de la historia del local, ¿para qué público se pensó primero el negocio?

Yo creo que el negocio fue creciendo con la gente. O sea, en su auge los clientes eran jóvenes. ¿Pero era gente que se dedicaba a la actividad, a escalar, al camping o gente que lo tenía de hobby? O sea, ¿Había gente que pedía productos bien específicos o más comunes que pueden pedir porque un día se van de camping?

Hay de todo. Tenés personas que se dedican a esto y personas que no. Aparte hay varios mercados o sea que tenés al que le gusta hacer Trekking, que lleva su mochila, su calzado, su carpa y su aislante, por ejemplo. Después tenés, o teníamos, ya no vendemos nada de escaladas. Pero en su momento teníamos productos de escalada. Pédulas sí tenemos, que es el calzado, es lo único que mantenemos, pero después todo lo demás, todos los elementos para escalar, no. En su momento si los teníamos entonces venía gente que escalaba, que estaba empezando, que iba a hacer un curso que en general compraba. Como son productos caros era gente que ya estaba, que si los tenía seguía teniéndolo como hobby o trabajaba con eso, pero también había gente que estaba empezando. Y después también tenés gente de la ciudad que quiere una campera abrigadas para el invierno como

también gente que se va a Europa o a la nieve, o a Bariloche y buscan abrigo para hacer un deporte o para la ciudad pero como tenemos mucha gente que tienen cualidades térmicas, que quiere decir que son livianas, de poco volumen, muy abrigadas, respirables, impermeables y toda una serie de propiedades que un deportista o una persona que hace trekking, porque cuando haces trekking, transpiras, entonces necesitas una tela que respire porque sino te morirás de frío. También que sea de secado rápido para que cuando te mojás se seque rápidamente, una serie de cosas. Entonces son varios por ahí los perfiles. Y también tenés, como vendemos mucho de otras cosas como por ejemplo lupas, brújulas, cuchillos, binoculares, telescopios, lentes de sol, bueno eso también los jóvenes los buscan, pero para todas las otras cosas viene la gente grande. En general, hoy por hoy, es gente grande la que entra.

Ya me contaste más o menos, pero ¿Cuál es el público más frecuente? ¿Qué tipo de público es? ¿Cuál es el producto que más se puede? Si es Gente grande o si vienen a buscar más que nada colchonetas, etc.

Y hay épocas. Es un negocio muy de temporadas. Tenés dos temporadas: Pleno verano y pleno invierno. Y son diferentes clientes porque, por ejemplo: en pleno verano tenés las carpas. Y esa carpa no es que sea una actividad frecuente, buscó una carpa y chau y ya está, en general se acaba ahí el contacto; el que busca piletas de lonas: nada que ver con el que busca una pileta de lona con el que hace campamento. No necesariamente tiene relación, no tienen que ver. En verano también buscan para irse a Europa al invierno de allá. Y en invierno para acá ya sea para estar en la ciudad o para irse a la nieve ya sea Mendoza, Bariloche, etc.

En invierno sería la ropa

Exacto, pantalones de ski, interiores térmicos, medias térmicas.

¿Qué más? Quien viene más frecuentemente era la pregunta. En realidad eso es muy subjetivo, habría que hacer un estudio de mercado para decirte con seguridad, yo lo que veo es que es más bien gente adulta. No son adolescentes los que vienen acá.

¿Adultos que ya tienen familia o adultos solos? Por ejemplo las carpas, buscan carpas grandes, como para 4/5 personas o buscan carpas para dos?

Es que tenemos dos perfiles, tenés los jóvenes que vienen a buscar carpas para irse a las sierras, con pareja o con un grupo de amigos y tenés los que ya tienen familia y que buscan carpas más grandes. Hay varios tipos de carpas, no se si viste la página web de carpas.

¿Y el nivel socioeconómico?

Es que en realidad de todo tenemos primera marca y una marca más barata, en general tratamos de tenerlo, por ejemplo de mochila tenemos, Doite, Outsider, Montagne y Bamboo. Bamboo no entró porque es importada y como las importaciones están frenadas, no llegó porque realmente es muy barato y como es un fuerte nacional no ingresa. Pero bueno, si hubiera tenido, juntábamos un público que no le interesaba tanto la calidad, si no el precio. Es una compra de una vez y listo. En indumentaria, lo mismo. En realidad en indumentaria en general tenemos primeras marcas, Columbia, Ansilta, Montagne, que en realidad Montagne tiene imagen de técnico pero no es nada técnico porque las telas dicen que son impermeables y respirables pero son telas Chinas que no tienen certificaciones como Goretex que es la mejor tela del mundo o Rafike... Bueno trabajamos con marcas Nacionales y otras importadas. En carpas por ejemplo tenemos Tortuga y Doite como primeras marcas que están más o menos al mismo precio. En realidad el que quiere Doite es porque es fanático de la marca. Te dicen: “— Quiero Doite. -pero vos le decís “tengo esto que es mejor...” te dicen: -no, quiero Doite...” bueno y Hammer como segunda marca, que sale la mitad de una Doite. Tienen la misma altura, obviamente las ves y una es hermosa y la otra es una carpa. No es fea tampoco, pero hay diferencia.

En definitiva tenemos variedades, la idea es siempre diferenciarse del súper. Porque lo que nos mató en un momento fue el Hiper que trajo todo camping. En la época de la importación no vendimos nunca más una carpa porque a todas las carpas las vendía el Hiper. Tan barato como ahí no vas a encontrar. La idea es tener otras marcas que no estén ahí y que son mejores. Entonces por ahí tenemos una segunda marca que es más cara que la del Hiper, pero va a ser mejor, seguro. Aparte respondemos de otra forma porque en el Hiper mucha bola no te dan, en cambio acá por ahí demoramos un poco, pero siempre van a tener una respuesta. Esa es la idea. O sea que los que vienen acá todos son productos caros y de calidad. Un rompavientos está de \$ 440 en adelante. Pero claro, impermeable, respirable y con todo lo necesario.

¿Ofrecen algún servicio diferencial con la venta de los productos?

No.

Bueno, pero ¿Y esto que decís de las respuestas que podés dar al contrario que un Hiper?

Bueno eso en realidad estoy tratando de manejar. Hago mea culpa, justo hoy tenía que responder un reclamo y en la fábrica no me dan respuesta. Pasa que hay fábricas que tienen productos muy buenos y otros que no, entonces por ahí le pegás y por ahí no. Y se nos complica para traer otras marcas, porque por ejemplo esta Salom, pero para esa tenés que hacer una inversión de 200 calzados, pagar por adelantado, tener el local de determinada forma sino no te venden. Entonces no me dan respuesta en la fábrica y no tengo qué decirle al cliente. No tenemos un sistema así organizado. De última le devuelvo la plata, pero alguna respuesta le tengo que dar al cliente. En realidad es vender el producto y tratar de dar el mayor asesoramiento posible. Ahora como hubo un recambio de vendedores últimamente, tenemos una vendedora que es muy buena vendedora, pero no sabe mucho del rubro. Entonces hay que capacitarla, porque si sabe más va a vender más, seguro. Porque en este rubro, es muy importante el asesoramiento. Después se fue otro chico que estaba por temporada, porque siempre en temporada se toma a una persona más por dos o tres meses. Pero no hay una capacitación interna, no hay un lineamiento, no hay formas de comunicación más que la verbal: “-ah! Te conté tal cosa?”, así. Somos como bastante paternalistas. Tratamos de darles la mayor libertad, libertad entre comillas, porque tienen que cumplir un horario, se les paga un sueldo y todo, pero si necesitan tal horario se puede arreglar con otra persona, a las vacaciones se trata de dárselas como ellos necesiten. Tratamos de que vengan a laburar bien, porque aparte falta uno y no se puede. Tiene que haber por lo menos dos personas. Y también se trata de evitar conflictos. Mi padre tuvo muchos conflictos laborales con los empleados con juicios, abogados... Ahora tiene toda otra política que en realidad es la de siempre, ahora dejó de escuchar a los abogados y es más él. Y trata de hablar y de dar lo que se pueda y los empleados están hace 4, 5 años, no duran poco.

Vamos a hablar de la competencia ahora. ¿Qué diferencia a Camping Shop de los otros locales que hay?

¿Cuáles son los negocios que compiten con Camping Shop? Me dijiste en la entrevista por mail de Nunatak, y Suiza.

Si, Buen Pique es otro y Montagne abrió un local propio también.

Nunatak se especializa más en montañismo y Suiza en caza en pesca. ¿Uds. Se especializan en algo?

No, no nos especializamos en nada. Por ej.: de pesca no tenemos nada. Como que queremos abarcar mucho pero no abarcamos mucho y encima tampoco apretamos mucho.

O sea que tienen mucha extensión de línea pero poca profundidad.

Y tampoco es la extensión suficiente porque de hecho no tenemos casi nada de pesca. De todos modos yo quiero aprovechar esto y aprovechar la veta de la naturaleza, o sea, especializarnos en camping, trekking, montañismo, volver a traer escalada a pesar que tenemos la gran competencia de Nunatak (hay que hacerlo bien para hacerlo)

y darle un tinte Ecológico y así diferenciarnos de toda esa masa. Tengo una noticia fresca de ayer que vinieron a ofrecernos unos negocios de acá de la esquina que son de una mueblería y son unos locales gigantes. Y lo que a mi me gustaría es pasarnos ahí y dejar el negocio de Pajas Blancas para otra cosa, para en un futuro construir otra cosa, por ejemplo. Y traer todo para acá, porque lo que tiene este negocio es que no tiene espacio para exhibir las cosas grandes como las carpas y las piletas.

¿O sea que a vos te gustaría cerrar el local de pajas blancas y ponerle toda la atención a éste?

No se, lo que pasa es que ese local vende mucho más que este en verano, pero en invierno está muerto. Es una pérdida terrible de meses. A pesar que después vas a vender mucho. Tiene un costo de mantenimiento muy grande. No está medido.

Tal vez hay una causa por la cual en invierno no vende. Quizás hay gente de la zona que quiere ir ahí, pero como no hay nada para ofrecerles, no van. Tal vez conviene revivirlo. Habría que analizarlo.

Es que revivir ese local es construirlo de vuelta. Después me enteré que esto se monto en su momento, cuando tuvo éxito, cuando era “El Espinillo” que se vendía un montón ahí pero claro, cuando se fundió se cerró ese local y se alquiló y desarmaron todo y así quedó, así está.

Volviendo a la competencia, contame de Nunatak.

Nunatak tiene una gran aceptación, el dueño es escalador profesional, es un gran escalador. Escaló las montañas más altas del mundo, y fue creciendo porque a medida que iba vendiendo las cosas, llevaba a los chicos a escalar y les enseñaba, era el guía.

Si, eso ví que en su local y en su página tienen mucha promoción de actividades de escalada y promocionan mucho eso. Arman rutas y te informan dónde ir a tomar clases y en su página promocionan. En la Suiza, por ejemplo, promocionan una Estancia desde donde van a pasar el día y parten para salir a escalar. ¿Ustedes tienen alianzas estratégicas?

En su momento si había. Lo que hay mucho es gente que viene y deja acá sus folletos y promociona las clases, cursos.

Eso podrían aprovechar y promocionarlo también en su página y hacer alianzas estratégicas con personas que se dediquen al camping y les das un espacio en tu web.

O sea, no tenemos página, tenemos la página de Tortuga. Pasa que quiero hacer hacerla con la posibilidad de vender on line y tener un control de stock para hacer pedidos prolijamente. Si se vende algo, ver qué vendí y reponer. Estuve hablando con un Marketinero y me decía que no importa que no sea rentable estar en Internet, pero no puedo no estar en Internet; Y le digo: -“Pero no tengo precios para estar en Internet” y me dice: -“No importa, no podés no estar en Internet”. En cuanto la estrategia, tengo que tener una que me diferencie de la competencia pero además que le agregue un valor. Entonces tengo que pensar eso, si no me diferencio por producto, será por servicio, sino por atención al cliente, pero no bajar el precio.

Bueno, después LA SUIZA es muy grande, tiene caza, tiene pesca, tiene Montagne tiene todo. Además, tiene la exclusividad de Doite, porque tuvo la visión uno de los allegados al dueño de registrar la marca acá antes que Doite llegue a la Argentina, entonces tiene representación de Doite y es importador directo. Nosotros compramos a un intermediario, que no es lo mismo.

Después Buen Pique no conozco mucho, pero tiene de todo, sobre todo Pesca, como lo indica el nombre.

Después está Prato, que está en el Cerro Las Rosas y es un negocio de categoría, el local está muy bien puesto, con mucho nivel.

Y los hipers también son competencia, decías antes.

Si, o sea es competencia de industria, entre comillas, porque no tienen muchos productos. Y los clientes es gente que no le interesa la calidad de los productos, quieren gastar poca plata y van y compran en los súper. En realidad son competencia indirecta, porque no es nuestro público principal.

De acuerdo a los consumidores, ¿notás algún cambio de hábitos en los mismos? Por ejemplo, que se aprovechen más los fines de semana para hacer un pic nic, una caminata... O ahora con los feriados largos que dio la Presidenta?

Si, están buenísimos. Ahora, por ejemplo, abrimos dos feriados como nunca. El mes pasado hubo dos feriados y cerramos, después abrimos porque todos los comercios se ponen como locos porque es pérdida de ventas.

Entonces abrimos los feriados, porque además es cuando la gente sale a comprar ya que no tienen otras obligaciones, entonces abrimos y vendimos RE bien. En la cuadra no se vendió mucho, pero nosotros muy bien. O sea, es por el rubro, porque también tenemos meses muertos, pero en esos días se vendió mucho y hay que aprovecharlos.

¿La gente sale más? ¿Existe alguna tendencia? Algo que se vende más ahora que antes no?

La gente se está animando más a lo sintético, le está perdiendo el miedo. Porque en general la gente quiere algodón y ahora se usa mucho las telas sintéticas que tienen millones de propiedades, se secan más rápido, resisten el frío, etc. También la gente compra más ese tipo de indumentaria para estar en la ciudad, no para llevarlo en las actividades al aire libre, las usan en el invierno.

¿Los termos, por ejemplo, que mi profesor comentó que compró uno en el local de Pajas Blancas?

Si, los termos se venden como si nada.

Lo último es sobre publicidad. ¿Realizan alguna acción de publicida? ¿Hicieron, dónde, cómo cuándo, por qué?

¿Hacen algo de folletería, algo de papelería? Como por ejemplo, un Almanaque que mi profesor también me comentó y me dijo que “estaba buenísimo”.

En general no, no se hace publicidad más que en temporada y en medios masivos; por ejemplo, en la revista del folleto de Tarjeta Cordobesa. Nos falta mucha folletería interna. Nuestros productos no tienen folletería, mal. Las publicidades no son de lo mejor, no tenemos bolsas, compramos unas bolsas genéricas, no tenemos página web, no tenemos nada que tenga que ver con imagen institucional. No hacemos promoción tampoco. Si no se vende algo, lo rematamos, pero nada más. Mi vieja después me reta, pero bueno. Hay MUCHO por hacer acá

¿Decís que no tenés folletería de TUS productos de Tortuga, o de lo que venden acá?

No, lo que vendemos acá tenemos los folletos de las marcas. Aunque no vendemos todo.

Los avisos que sacan en la tarjeta Cordobesa, ¿En qué época se realizan?

La temporada de Verano es la más fuerte, entonces en esa siempre sacamos algo. En invierno, a veces.

¿Tienen Facebook?

Tenemos Twitter y no lo actualizamos, encima un cliente enojado me puso un comentario malo y le pedí que lo borre, no está gestionada.

El logo de Camping Shop, ¿quién lo hizo?

El mismo chico que hizo todo. Hace los avisos, el almanaque, la web de tortuga

¿Es diseñador?

No, estudió arte hace un tiempo...sabe de colores y qué seyo.

Bueno, muchas gracias, eso sería todo. Cualquier cosa estamos en contacto.

Gracias a vos.

Encuesta a los clientes de Camping Shop

Nombre:.....

Edad:.....

Profesión:.....

Mail:.....¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - Ciclismo de montaña
 - Pesca
 - Caza
 - Otros:.....

- ¿Cada cuánto realiza esta actividad?.....

- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza?.....

- ¿Conocía el negocio? Si No

- ¿Cómo conoce el negocio?
.....

- ¿Encontró lo que buscaba? Si No

- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? No ¿Por qué?

- ¿El precio le pareció justo? Si No

- ¿Le gustó la atención? Si No

- ¿Volverá? Si No

- ¿Cambiaría algo del negocio? No Si ¿Qué?
.....

- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente
 - Felicidad Salud Familia Juventud Amistad Aventura Paz
 - Tiempo libre Viaje

- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne

- ¿Cómo los conoce?
.....

- ¿Visitó la competencia? Si No

Nombre: Carlos López
Edad: 27

Profesión: Vendedor

Mail: carlos908@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - Otros: Navegación.
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad. Los fines de semana.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Estar en contacto con la naturaleza, lejos de lo cotidiano y lo rutinario.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Pasé por la puerta.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? El orden, la exposición de los productos, las bolsas pueden ser mejores.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Aventura Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Boca en boca.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Federico

Edad: 23

Profesión: vendedor/fotógrafo

Mail: phede@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Otros : Windsurf
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En el verano.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La adrenalina.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando precios
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? La estética del local (los pisos, una lavada de cara) Las bolsas, son muy genéricas para productos tan caros. El cartel también, no se ve..yo porque conozco porque paso siempre por acá.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Amistad Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne

- ¿Cómo los conoce? A La Suiza por televisión (Showsport) y radio, a Montagne por su página web.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: M. Emilia

Edad: 33

Profesión:

Mail:emilydemichele@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - Ciclismo de montaña
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Trekking: 1 vez por semana más o menos. Ciclismo, 2 veces por mes.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Lo dinámica que son y que son al aire libre.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Compré anteriormente.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Vuelvo la semana que viene, pasé a preguntar ahora.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si. Estoy de vuelta, ya compré antes.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No , tiene una buena estructura.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por buscar cosas y entrar a preguntar.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Gladis

Edad: 54

Profesión: Fisioterapeuta

Mail: ---

¿Le gustaría recibir información?: No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los sábados.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Esparcimiento, tranquilidad, compartir, conocer.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Ya compré antes, por un dato de otra persona.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Zapatillas.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si. Estamos de vuelta
- ¿Cambiaría algo del negocio? No

- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por pasar, boca en boca.
- ¿Visitó la competencia? Si.

Nombre: Cleris
 Edad: 69
 Profesión: Abogada
 Mail: ----

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Otros : Cabalgatas.
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Ya no realizo.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La camaradería, peligro.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Ya vine antes.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Ropa para mi y regalo para mis hijas. (pantalones y shorts)
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si . Estoy de vuelta.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? NO
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce?
- ¿Visitó la competencia?

Nombre: Magdalena Buteler
 Edad: 57
 Profesión: Profesora
 Mail: magdabuteler@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad?: Hace mucho.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me despeja.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por mi marido que era cliente, compraba camperas, termos, bermudas. El hacía pesca.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una camisa.

- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si, me hicieron reír y me terminaron convenciendo.
- ¿Volverá? Si. Está de vuelta.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Libertad Salud Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique
- ¿Cómo los conoce? Por mi esposo que era aficionado a la pesca.
- ¿Visitó la competencia? No.

Nombre: Cintia

Edad: 31

Profesión: Bióloga

Mail: cintilieban@yahoo.com.ar

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad?: En vacaciones.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza?: Estar al aire libre.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? De pasar y ver.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a averiguar precios.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aire libre Libertad
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por pasar.
- ¿Visitó la competencia? Si.

Nombre: M. José

Edad: 39

Profesión: Docente

Mail: migrupico@yahoo.com.ar

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad. 1 vez al mes.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me relajo.
- ¿Conocía el negocio? Si

- ¿Cómo conoce el negocio? Ya vine a comprar antes, además paso siempre.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una remera Ansilta.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? Si. ¿Qué? Pondría Aire Acondicionado. Vine otra vuelta en verano y casi me muero del calor.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aire libre Aventura Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Me llevó mi sobrina.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Inés

Edad: 59

Profesión: Lic. En Trabajo Social

Mail: --

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez al año
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Estar al lado del río, hacer fuego con leña, mirar las estrellas.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por los dueños. Hace mucho compro acá, desde "El Espinillo" hace 35 años.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una garrafito de gas.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si. Siempre vuelvo.
 - ¿Cambiaría algo del negocio?
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aire libre Familia
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Por pasar y preguntar precios.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Julio

Edad: 40

Profesión: Enfermero

Mail: --

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - Montañismo

Otros: Mountain Bike

- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Periódicamente.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Disfrutar la naturaleza.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Lo vi y entré.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar nomás.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? Todos.
 Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Porque estoy en la actividad de deportes al aire libre y conozco.
 - ¿Visitó la competencia? No.
-

Nombre: Antonia

Edad: 57

Profesión_ Desempleada.

Mail: --

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Camping
 Montañismo
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez al mes.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La destreza.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar lo conocí.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una bolsa de dormir para mi sobrina que se va de campamento con el colegio.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No. Está bien ubicado y tiene buena iluminación.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Libertad
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? –
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Pablo

Edad: 20

Profesión: Estudiante

Mail: pablitocabj@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Ciclismo de montaña
 - Pesca
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez a la semana.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Conocer, salir.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Me indicaron unos amigos que conocían.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un pantalón Ansilta.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No }
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aire libre Familia
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No.
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? --
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Diego

Edad: 30

Profesión: Empleado

Mail: diegomaldonado_01@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? El aire libre.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar, preguntar precios.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando precios.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No Si ¿Qué?
.....
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne

- ¿Cómo los conoce? --
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Diego Alberto

Edad: 27

Profesión: Diseño Multimedia

Mail: dielozza2005@gmail.com ¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Montañismo
 - Otros: Artes marciales.
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez al mes.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Entrenamiento físico, tratar de subir cada vez una montaña más alta, despejarse de la rutina.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? De pasar.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un pantalón.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente
 - Felicidad
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por búsqueda de precios.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Eugenia

Edad: 37

Profesión: Empleada

Mail: mareugecbe@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Montañismo
 - Otros: caminatas, escalado.
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez cada 3 meses.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Estar en contacto con la tierra y el aire.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? De pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Lo necesito para más adelante.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si

- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Aventura Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne

¿Cómo los conoce? --

- ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Sofía

Edad: 20

Profesión: Estudiante de educación física.

Mail: sofimobilia@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - Pesca
 - Caza
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En vacaciones, cuando vuelvo a mi pueblo en Bariloche.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La vida en la naturaleza, el ejercicio físico que las actividades suponen y más si es en compañía, se disfruta más el compartir.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una carpa.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Familia
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne (De Bariloche)
 - ¿Cómo los conoce? Porque es Nacional y hay una sucursal en Bariloche.
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Laura

Edad: 27

Profesión: Estudiante

Mail: lauragrautt@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Pesca
 - Caza
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los meses o mes de por medio.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Disfrutar un día libre en la naturaleza.
- ¿Conocía el negocio? Si

¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.

- ¿Encontró lo que buscaba? No
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No conseguí lo que buscaba.
 - ¿El precio le pareció justo? ---
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Aire libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Por pasar.
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Cristian

Edad: 28

Profesión: Cocinero

Mail: kily01@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Camping
 Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los fines de semana largo.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Despejarme de la rutina, conectarme con la naturaleza. Me renueva de energía.
 - ¿Conocía el negocio? Si
¿Cómo conoce el negocio? Por pasar
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una bolsa de dormir
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Le daría una lavada de cara, un poco más acomodado y le daría un toque más moderno.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Buen Pique La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? He ido veces anteriores a preguntar precios.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Juan Carlos

Edad: 33

Profesión: Abogado

Mail: jc2005@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - Ciclismo de montaña
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La adrenalina y la emoción de llegar a una meta. Además la sincronía con los compañeros de aventura y la naturaleza.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Vine muchas veces a preguntar precios
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Calzado
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Le daría más personalidad, para que resalte más y no pase desapercibido. Yo porque lo conozco hace mucho.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente
 - Felicidad Amistad Aventura
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Nunatak
- ¿Cómo los conoce? Porque realizan muchas actividades para el montañista.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Carla María

Edad: 36

Profesión: Profesora de Educación Física

Mail: carlapr@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez al mes.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La conexión con la naturaleza y la paz que te brinda.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Hago muchos campamentos con mis alumnos, siempre estoy necesitando algo.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un termo.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, siempre estoy de vuelta.
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si. Lo renovaría un poco, hace mucho está igual.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente

- Felicidad Amistad
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por preguntar precios.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Paula

Edad: 49

Profesión: Fisioterapeuta

Mail: Paulagallo@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 2 veces al mes.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La paz que se siente estando solo vos y la montaña y la energía con la que volvés.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Soy cliente hace muchos años.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Vine a averiguar para mi hijo.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si, vengo siempre.
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Paz
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Porque está hace muchos años en Córdoba.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Patricia

Edad: 29

Profesión: Audiovisual

Mail: paty-nesa@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los fines de semana largos.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? El desconectarme de la rutina diaria, conectarme con la naturaleza y con mi ser.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Pasaba y vi la vidriera y entré.

- ¿Encontró lo que buscaba? No
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No encontré mi talla.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? La vidriera, si bien es por lo que entré, está muy desordenada y muy llena de cosas.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Me gusta la pesca, así que en Buen Pique compro algunos instrumentos, los otros porque están en la misma zona.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Mauricio

Edad: 22

Profesión: Estudiante

Mail: mauricolja2@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Ciclismo de montaña
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los fines de semana.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Despejarme.
- ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un pantalón.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio?
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente
 - Paz Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? --
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Cristian

Edad: 21

Profesión: Estudiante

Mail: crisbazann@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:

- Pesca
- Caza

- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En las vacaciones.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Olvidarme de lo que hago todos los días todo el año.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Vivo cerca, paso siempre por acá.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una campera Ansilta.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Las bolsas, podrían ser mejores por el precio que pagué por la campera.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aventura Paz Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Porque venden suministros para armas para caza, he ido a comprar varias veces.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: M. Cristina

Edad: 47

Profesión: Psicóloga

Mail: mcristinacallo@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los fines de semana largos que pueda.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La paz del campo, olvidarme del trabajo, despejarme.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? De hace muchos años.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Unos shorts para mi hija.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si. Estoy de vuelta.
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Paz Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Están hace muchos años. Por preguntar precios.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Raúl
Edad: 34
Profesión: Contador
Mail: cdraul@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez al mes.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me hace sentir bien y vuelvo con todas las pilas.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar por el frente.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? La vidriera. No tiene precios y está todo muy junto.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Felicidad Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios? NO
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? ---
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Gladys
Edad: 45
Profesión: Abogada
Mail: gladyshoyo@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 3 veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Son las mejores vacaciones, la naturaleza y nosotros.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? De hace muchos años, vine muchas veces.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una linterna.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, estoy de vuelta, siempre vengo.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Felicidad Familia Paz Tiempo libre Viaje

- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Buen Pique La Suiza
- ¿Cómo los conoce? Por preguntar precios.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Magdalena

Edad: 25

Profesión: Estudiante

Mail: magafarre@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Camping
 Trekking
 Otros: Surf
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Camping, 1 vez al mes, Surf una vez al año en vacaciones.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me relaja, me distiende y me hace feliz.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Entré a preguntar.
- ¿Encontró lo que buscaba? No
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No me gustan los colores.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Deporte Aire libre Felicidad Juventud Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? NO
 Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? ---
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Miguel

Edad: 32

Profesión: Mozo

Mail: miguelito23@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Camping
 Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La naturaleza y la paz q me transmite.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Pasaba y lo vi.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar nomás.
- ¿El precio le pareció justo? Si

- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Paz Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? ---
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Guadalupe Torre

Edad: 23

Profesión: Estudiante

Mail: wada@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Otros: Windsurf
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Camping una vez al mes, windsurf dos veces al año en vacaciones.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La unión con la gente con la que vas y el contacto con lo natural.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Pasando.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una remera térmica.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? El cartel, casi no se ve. Vi el negocio de casualidad.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente
 - Juventud Amistad Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
- ¿Cómo los conoce? Publicidad.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Malena

Edad: 20

Profesión: Estudiante

Mail: malebailaeltango@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Montañismo
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Cada dos meses.

- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me olvido de todo.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy preguntando.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Ecología/Medio ambiente Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por publicidad en revistas, es internacional además, me gusta ver su página.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Pablo

Edad: 29

Profesión: Escribano

Mail: pablocarusso@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Ciclismo de montaña
 - Caza
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La energía que se siente.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy preguntando.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Libertad Ecología/Medio ambiente Aventura Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por preguntar precios.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Beatriz

Edad: 59

Profesión: Psicóloga

Mail: bicaball@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los fines de semana
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Es un ejercicio, además despejo mi mente. Dejo de pensar en lo que pienso siempre.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar por el frente.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Calzado.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Pondría precios a los productos, que se vean mejor.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Deporte Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por publicidad
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Carlos Martín
 Edad: 52
 Profesión: Médico clínico
 Mail: --

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 Otros: Antes realizaba windsurf
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Ya no realizo
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La libertad que sentías con las olas.
- ¿Conocía el negocio? Si
 ¿Cómo conoce el negocio? He comprado otras veces.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una remera.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No, es muy agradable.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Deporte Aire libre Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por su página web.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Federico
Edad: 37
Profesión: Contador
Mail: fedeeffe@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los meses.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Salirme de la rutina de todos los días. Son mini-vacaciones.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar y ver la vidriera.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando para más adelante.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por preguntar
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Mariela
Edad: 21
Profesión: Estudiante
Mail: marielfd@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los meses.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me divierte y aprendo cosas nuevas.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Vi la vidriera y entré a preguntar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una bolsa de dormir.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si, terminaron de convencerme.
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Está muy lindo, pero por ahí cambiaría el cartel, lo modernizaría y lo haría más vistoso, porque si no pasaba por el frente, no veía el negocio.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?

- Naturaleza Ecología/Medio ambiente Felicidad Salud Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? NO
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? ---
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Julia

Edad: 55

Profesión: Peluquera

Mail: julihoyos@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año más o menos.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Es un placer.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Pasé por el frente.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una carpa.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Ecología/Medio ambiente Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? ---
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Jorge

Edad: 28

Profesión: Estudiante

Mail: jorgevidal@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los meses.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Encontrarme conmigo y la naturaleza.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por preguntar precios.
- ¿Encontró lo que buscaba? No
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No tenían lo que buscaba.
- ¿El precio le pareció justo? Si No
- ¿Le gustó la atención? Si

- ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Ecología/Medio ambiente Felicidad
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique
 - ¿Cómo los conoce? Por comprar insumos para pesca.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: María

Edad: 23

Profesión: Estudiante

Mail: marun456@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Cada dos meses más o menos.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Alejarme de la ciudad y conectarme con lo verde, aire fresco y amigos.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un termo.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Libertad Ecología/Medio ambiente Amistad Aventura Paz
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? ---
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Juan

Edad: 39

Profesión: farmaceuta

Mail: juancarlosper@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - Ciclismo de montaña
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Por lo menos dos veces al año, si puedo más mejor.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? El alejarme del trabajo y de los problemas, relajarme y renovarme.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por unos amigos.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si

- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Vengo a comprar la semana que viene.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente Paz
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por preguntar.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Mauricio Jorge

Edad: 25

Profesión: Profesor de Educación Física

Mail: maurijor@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Pesca
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Cada 3 meses aproximadamente.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Compartir con amigos, divertirme.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Me lo recomendaron unos amigos.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una garrafa para gas.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Felicidad Juventud Amistad Aventura Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por pasar y preguntar.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Agustín

Edad: 24

Profesión: Estudiante

Mail: agurack@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En vacaciones cuando vuelvo a mi pueblo en el interior de Cba.

- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Que disfruto de mi tiempo libre y la gente con la q voy.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por un amigo que compró acá antes.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando por ahora.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? El cartel o la vidriera, me costó ubicarlo y eso que me indicaron dónde quedaba.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Felicidad Amistad
 - Aventura Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? ---
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Pablo

Edad: 37

Profesión: Productor audiovisual

Mail: pablomacu@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Tres veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La energía que te da la naturaleza.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Pasé por el frente y entré.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una campera.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Libertad Ecología/Medio ambiente Paz Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por publicidad, su web.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: M. Marta

Edad: 56

Profesión: Jubilada

Mail: ---

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los fines de semana.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me mantiene en forma y conectada con lo verde. Me oxigena el cuerpo y la mente.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? De hace muchos años, hace bastante vengo a comprar acá.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un pantalón desmontable.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si, muy simpático los chicos.
- ¿Volverá? Si, siempre vuelvo.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Deporte Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? De nombre
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Patricia Menéndez

Edad: 55

Profesión: Peluquera

Mail: patrimen@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 Camping
 Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Un fin de semana al mes y cuando hay alguno largo también aprovecho.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me encanta, disfruto mucho de salir al campo.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Pasé por la vidriera.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una bolsa de dormir.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Ecología/Medio ambiente Viaje Felicidad Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 La Suiza

- ¿Cómo los conoce? Por ir a preguntar, están hace muchos años en Córdoba.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Carlos F.
Edad: 45
Profesión: Escribano
Mail: ---

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me distiende y siempre lo hago con gente q quiero.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Ya he comprado anteriormente.
 - ¿Encontró lo que buscaba? No
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No había talle del modelo que quería.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio?
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Familia Amistad Aventura Paz Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? De oído.
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Julio
Edad: 45
Profesión: Empleado.
Mail: juliolombardo08@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Cada dos meses, si puedo.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Lo tomo como un tiempo de relax y reflexión.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por unos amigos. Ya hace mucho que vengo acá.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a averiguar.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, estoy de vuelta.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No

- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Libertad Ecología/Medio ambiente Paz Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Buen Pique La Suiza
- ¿Cómo los conoce? Por pasar y averiguar precios.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Leandro

Edad: 45

Profesión: Docente

Mail: leandrocol445@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Camping
 Trekking
 Ciclismo de montaña
 Otros: Kayaking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En el verano.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La sensación de libertad y adrenalina.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Vengo hace años.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una remera.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, siempre.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Ecología/Medio ambiente Aventura
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por preguntar, averiguar cosas.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Sergio

Edad: 55

Profesión: Cardiólogo.

Mail: ---

Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Otros: Skiing
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La destreza y la paz.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Vengo hace muchos años. Un amigo me lo recomendó.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una remera térmica y una campera Ansilta.

- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, como siempre.
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Me gusta mucho, pero quizás lo renovarí un poco y pondría mejores bolsas...
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por averiguar.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Claudia
 Edad: 53
 Profesión: Psiquiatra
 Mail: ---

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 - Otros: Skiing
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La emoción y el ejercicio.
- ¿Conocía el negocio? SI
- ¿Cómo conoce el negocio? Por mi marido, el siempre viene.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una campera para la nieve.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No, me gusta es agradable, acogedor.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aventura Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? si
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Mi marido.
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Laura
 Edad: 22
 Profesión: Estudiante
 Mail: lauloge@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En vacaciones.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Conocer lugares nuevos y hacer algo diferente.

- ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Porque pasé por el frente.
 - ¿Encontró lo que buscaba? No
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No quedan.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Libertad Ecología/Medio ambiente Aventura Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? ---
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Lautaro

Edad: 27

Profesión: Empleado

Mail: lauchacarusso9@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - Otros: Navegación.
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad. Si puedo, al menos una vez a la semana.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Contactarme con la naturaleza y conmigo. Pensar.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Pasé por la puerta.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si, muy buena. Muy atentos los chicos.
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Por el boca en boca.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Patricia Ivana

Edad: 32

Profesión: Ama de casa

Mail: paticarrizo@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping

Trekking

- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En vacaciones.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La tranquilidad de la naturaleza.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? La vidriera, la haría más llamativa. Entré por pasar por el frente, la despejaría un poco.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Aire Libre Amistad Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce?
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Josefa

Edad: 22

Profesión: Estudiante

Mail: josefitamartearena@hotmail.com ¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Trekking
 Camping
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Trekking: Cada dos meses más o menos.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? El contactarme con la naturaleza, hacer algo fuera de lo común.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Mi mamá me trajo.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si. Estoy de vuelta, ya compré antes.
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - ¿Cómo los conoce? ---
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Irene

Edad: 54
Profesión: Enfermera
Mail: ---

¿Le gustaría recibir información?: No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los domingos.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me ejercito y me distiendo.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Me comentó una amiga sobre él.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un short..
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Buen Pique Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por pasar.
- ¿Visitó la competencia? Si.

Nombre: Ramona

Edad: 56

Profesión: Abogada

Mail: ramonalopez04@yahoo.com.ar

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 Camping
 Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Al menos una vez por mes.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La unión con la gente y con la naturaleza. Conocer.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Ya vine antes.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Pantalones desmontables.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si. Estoy volviendo.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Deporte Amistad Aventura Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?

- Buen Pique Nunatak La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? De oído.
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Florencia
Edad: 22
Profesión: Estudiante
Mail: florecherr@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad?: En los veranos más que nada.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Es divertido y siempre vamos conociendo lugares nuevos. Además la compañía siempre es buena.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Siempre lo veía camino a mi casa.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No me gustó el modelo que me ofrecieron.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si.
 - ¿Volverá? Si.
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire Amistad Aventura Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? --
 - ¿Visitó la competencia? No.
-

Nombre: Carlos
Edad: 31
Profesión: Biólogo
Mail: ----

¿Le gustaría recibir información?: No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Otros: Buceo
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad?: Una vez al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza?: Conocer otros seres y su comportamiento.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? De pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a averiguar precios.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si

- ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Ecología/Medio ambiente Libertad Aventura
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por la web.
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: José

Edad: 36

Profesión: Docente

Mail: josefiqueroa76@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 2 veces al mes.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me relajo y me ejercito.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Paso siempre por el frente.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una mochila.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? Si. ¿Qué? La fachada.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aire libre Aventura Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por preguntar.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Jorge

Edad: 29

Profesión: Psicólogo.

Mail: --

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos o tres veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Meterme al río, compartir con familia y amigos, el cielo...
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por preguntar precios.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una linterna.

- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si. Siempre vuelvo.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Familia
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza
- ¿Cómo los conoce? Por pasar y preguntar precios.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Romina

Edad: 40

Profesión: Empleada

Mail: romicarrizo@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - Montañismo
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Periódicamente.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La paz que siento.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Entré por la vidriera.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Porque estoy en la actividad y conozco.
- ¿Visitó la competencia? Si.

Nombre: Antonio

Edad: 60

Profesión: Jubilado

Mail: --

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 2 veces al mes aproximadamente.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La tranquilidad, el compartir. Voy con mis nietos, así que me encanta.
- ¿Conocía el negocio? Si

- ¿Cómo conoce el negocio? Por familiares.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una bolsa de dormir para una nieta.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Ecología/Medio ambiente Felicidad Salud Familia
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? Si
 - Buen Pique La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Porque están hace muchos años.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Edmundo

Edad: 23

Profesión: Estudiante

Mail: edmunkarl@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Ciclismo de montaña
 - Montañismo
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 4, 5 veces al año.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La adrenalina, la emoción de cumplir una meta, de llegar.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Me comentaron unos amigos que conocían.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un pantalón.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Felicidad Aventura
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? --
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Liliana

Edad: 30

Profesión: Vendedora

Mail: lilycarrizos@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping

- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 1 vez al año.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? El aire libre, la aventura.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar, averiguar.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando precios.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Aventura Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? --
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Mariano

Edad: 27

Profesión: Diseñador Gráfico

Mail: marymar@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - Montañismo
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 5 veces al año.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Llegar.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar por el negocio.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por búsqueda de precios.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: M. Marta

Edad: 35

Profesión: Vendedora

Mail: mmar@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Montañismo
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los meses.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Olvidarme de mi trabajo.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? De pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? No
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No había.
- ¿El precio le pareció justo?
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne

¿Cómo los conoce? --

- ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Clara

Edad: 22

Profesión: Estudiante

Mail: soyclara@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En vacaciones.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Pensar, estar conectada con la naturaleza me hace replantearme muchas cosas, veo las cosas de otro modo.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Vi la vidriera y entré a preguntar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Unos anteojos de sol.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si, muy buena, muy atentos.
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Familia Aventura Tiempo libre Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne

- ¿Cómo los conoce? Por publicidad, por la web.
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Leonor

Edad: 57

Profesión: Lic. En Trabajo Social

Mail: lonorpirt@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Al menos una vez cada dos semanas, intento...
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me mantengo en forma.
 - ¿Conocía el negocio? Si

¿Cómo conoce el negocio? Por unos amigos que vienen siempre.
 - ¿Encontró lo que buscaba? No
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No había talle del modelo que me gustó.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aire libre Salud
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Por preguntar.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Claudio

Edad: 28

Profesión: Cheff

Mail: cheffclau@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Ciclismo de Montaña
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 5 veces al año aproximadamente.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me gusta el esfuerzo y el silencio que se siente en medio de la nada, alejado de todo y de todos.
- ¿Conocía el negocio? Si

¿Cómo conoce el negocio? Por averiguar precios otras veces.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una bolsa de dormir para mi novia.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? La vidriera. La haría más simple y más llamativa.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?

- Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente Tiempo libre Aventura Paz
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique La Suiza Nunatak
 - ¿Cómo los conoce? He ido veces anteriores a preguntar precios y a comprar también.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Romina
Edad: 33
Profesión: Contadora
Mail: rocra@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Ciclismo de montaña
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La paz.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Pasé y vi la vidriera.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por Qué? Entré a preguntar nomás.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Le daría más personalidad, que resalte un poco.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Ecología/Medio ambiente Aventura
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Nunatak
 - ¿Cómo los conoce? Porque realizan ciclismo de montaña y ahí se especializan en el montañista.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Rogelio
Edad: 40
Profesión: Arquitecto
Mail: rogelio_leporatti@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - Otros: Kayaking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Siempre que puedo, bastante seguido.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me emociona y me entretiene y es algo sano.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Ya vine anteriormente, me trajo un amigo.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por Qué? No me convenció.

- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, estoy de vuelta.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Felicidad
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne Nunatak
- ¿Cómo los conoce? Por preguntar precios.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Adriana Lauret

Edad: 24

Profesión: Kinesióloga

Mail: adri_lau@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los meses.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me da paz.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Recomendado por conocidos.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando precios.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, vengo siempre.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Paz Tiempo Libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza
- ¿Cómo los conoce? Porque fui a preguntar.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Carlos Rufino

Edad: 28

Profesión: Lic. En RRHH

Mail: carlosramone@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En verano principalmente.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me olvido de todo.

- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por el boca en boca.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No lo preciso ahora.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por averiguar.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Ramón

Edad: 48

Profesión: Médico

Mail: ramonvaldez@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Ciclismo de montaña
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En verano, dos o tres veces.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Es ejercicio y me conecta con la naturaleza.
- ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar, ya vine antes.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un pantalón.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente
 - Paz Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios? Si
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por preguntar
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Angelina

Edad: 59

Profesión: Agente inmobiliaria

Mail: lakeny@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Una vez al mes, al menos.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me ejercito y pongo mi mente en blanco.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por una amiga.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por Qué? Estoy averiguando.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si, muy buena.
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aventura Paz Tiempo libre Salud
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Compré anteriormente.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Lautaro

Edad: 29

Profesión: Diseñador

Mail: lauch02@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Trekking
 - Camping
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Vacaciones y Fines de semanas largos.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La tranquilidad y unión con amigos.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar y preguntar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por Qué?
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si. Estoy de vuelta.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Paz Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique La Suiza
- ¿Cómo los conoce? Del boca en boca.

- ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Gabriel

Edad: 20

Profesión: Estudiante

Mail: gillespiespo@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Tres, cuatro veces por año. Si puedo más, mejor.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me contacto con la naturaleza y es un ejercicio también.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar por el frente.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Felicidad Tiempo libre
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? NO
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? ---
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Mariela

Edad: 33

Profesión: Empleada

Mail: marielamirta_1@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Los fines de semana largos.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Son como mini-vacaciones.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Ya he venido a averiguar y a comprar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un termo.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, estoy de vuelta.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?

- Naturaleza Felicidad Familia Paz Tiempo libre Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Por preguntar precios.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Roberto

Edad: 25

Profesión: Estudiante

Mail: robercallo@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Otros: Windsurf
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En vacaciones.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me hace feliz.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Entré a preguntar.
 - ¿Encontró lo que buscaba? No
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Felicidad Juventud Tiempo libre Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? NO
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? ---
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Belén

Edad: 28

Profesión: Estudiante

Mail: nicybel@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me desestresa.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Ya vine.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar nomás.
- ¿El precio le pareció justo? Si

- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Paz Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? ---
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Celeste

Edad: 29

Profesión: Ing. Civil

Mail: celesteirigoyen@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 4 veces al año aproximadamente.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me pone contenta.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Caminando.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una remera.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? El cartel, está muy gastado y no se entiende. Tiene mucho ruido.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente
 - Amistad Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por la pagina.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Valeria

Edad: 29

Profesión: Diseñadora de modas

Mail: valerysu@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Montañismo
 - Trekking
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.

- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me relaja. Sentir la energía de la naturaleza.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por mi papá.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy preguntando.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Ecología/Medio ambiente Tiempo libre Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por Internet.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Pablo

Edad: 32

Profesión: Contador

Mail: paruiz@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Ciclismo de montaña
 - Caza
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La energía que se siente.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy preguntando.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Libertad Ecología/Medio ambiente Aventura Paz
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por preguntar precios.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Sonia Ramos

Edad: 48

Profesión: Psicóloga

Mail: msora@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Los fines de semana
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me ejercito y disfruto de la naturaleza.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una remera térmica
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Pondría precios a los productos.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por publicidad y por haber ido a preguntar precios.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Carlos
 Edad: 45
 Profesión: Arquitecto
 Mail: --

¿Le gustaría recibir información?: No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 Trekking
 Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Cada vez que puedo pegarme una escapada.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? El contacto con la naturaleza, despejarme, salir de la rutina.
- ¿Conocía el negocio? Si
 ¿Cómo conoce el negocio? He comprado varias veces antes.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una mochila.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No, me gusta.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 Naturaleza Deporte Aire libre Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por su página web y he comprado algunas cosas.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Facundo
Edad: 28
Profesión: Contador
Mail: facualbo@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los fines de semana.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Alejarme de la ciudad y la rutina y acercarme a la naturaleza.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Por pasar y ver la vidriera.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando precios.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente Tiempo libre Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por preguntar
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: María Laura
Edad: 26
Profesión: Estudiante
Mail: marilau77@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los meses.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Hago ejercicio y me conecto con la naturaleza. Además me desconecto por unos días para volver recargada nuevamente a mis cosas diarias.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Me llamó la atención la vidriera.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un termo y un aislante para la bolsa de dormir.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si, me sacaron todas las dudas.
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Está muy lindo, pero por ahí remodelaría el cartel porque no se nota, si no hubiera pasado mirando con atención, no me enteraba que estaba el negocio en esta zona.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Salud Tiempo libre Aventura Paz

- ¿Conoce alguno de estos negocios? Si
 - La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Les compré en otras oportunidades, los conozco porque me los recomendaron.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Claudio Pintos

Edad: 33

Profesión: Abogado

Mail: claudio_pintos@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Pesca
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Cada 3 meses mas o menos.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La paz y tranquilidad que siento al realizar esas actividades y la alegría de disfrutarlo con mis amigos.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Ya compré anteriormente.
 - ¿Encontró lo que buscaba? No
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No tenían el talle que necesitaba.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Ecología/Medio ambiente Felicidad Tiempo libre Aventura Paz
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique
 - ¿Cómo los conoce? Por comprar insumos para pesca.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Mariana Pérez

Edad: 35

Profesión: Ama de casa

Mail: mariperez74@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En vacaciones.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Son las vacaciones y las paso con mi familia.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por comprar anteriormente.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un termo.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si

- ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Libertad Ecología/Medio ambiente Aventura Paz
 - ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por publicidad
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Debora Colque

Edad: 30

Profesión: Ingeniera civil

Mail: debma@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año, seguro.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Es tomarme un tiempo para mi y para encontrarme conmigo y la naturaleza.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Me lo recomendaron unos amigos.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Todavía no cobré, así que vuelvo cuando tenga plata.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Libertad Ecología/Medio ambiente Paz
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por averiguar precios
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Belén Bazán

Edad: 29

Profesión: Bioingeniera

Mail: nicybel@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Montañismo
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Al menos dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Es un buen ejercicio y con él voy conociendo nuevos lugares. Siempre tratando de llegar a uno nuevo.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Unos amigos me comentaron que vendían Ansilta, que es lo que estaba buscando.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si

- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una campera.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Felicidad Juventud Amistad Aventura Viaje Naturaleza
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Nunatak Montagne
- ¿Cómo los conoce? Por preguntar y comprar.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Gabriel Zoricich

Edad: 32

Profesión: Arquitecto

Mail: gabarq@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Pesca
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En el verano, cuando vuelvo a mis pagos.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me relaja y comparto con mi familia que es con quien mayormente realizo esta actividad.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Por un amigo.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Estoy averiguando por ahora.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? El cartel o la vidriera. Sabía dónde quedaba, pero no lo encontraba.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Aire libre Ecología/Medio ambiente Felicidad Amistad
 - Aventura Tiempo libre Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique
- ¿Cómo los conoce? Por comprar.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Sebastián Colmann

Edad: 28

Profesión: Árbitro de Rugby

Mail: sebacol@yahoo.com.ar

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping

- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Más o menos 4 veces al año, cuando viajo por ahí para algunos partidos y tenemos que alojarnos en campings.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Disfruto la naturaleza y compartir con colegas y amigos.
 - ¿Conocía el negocio? No
 - ¿Cómo conoce el negocio? Me llamó la atención la vidriera porque justo salí al centro pensando en esto.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un aislante para bolsas de dormir.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Libertad Ecología/Medio ambiente Paz Tiempo libre Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por publicidad, su web.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Julia Díaz
 Edad: 59
 Profesión: Peluquera
 Mail: ---

¿Le gustaría recibir información?: Si No

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?
 - Trekking
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? 3 veces a la semana
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Salgo a caminar para ejercitarme y despejar mi cabeza.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Vivo cerca y siempre paso.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Un chaleco.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si, muy atentos los chicos.
 - ¿Volverá? Siempre
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Ecología/Medio ambiente
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? De nombre
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Marcos Jándula

Edad: 43
Profesión: Guía turística
Mail: marcosjandula@yahoo.com.ar

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Montañismo
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En las vacaciones
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Es una buena forma de salir de mi trabajo y de la ciudad y disfrutar con familia y/o amigos.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Ya vine otras veces.
 - ¿Encontró lo que buscaba? No
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No tenían talle del modelo que me gustaba.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si
 - ¿Cambiaría algo del negocio? No
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Familia Amistad Aventura Paz Viaje
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? De pasar por los negocios.
 - ¿Visitó la competencia? No
-

Nombre: Dino
Edad: 48
Profesión: Músico
Mail: cucharasaluz@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Todos los fines de semana largos que logro escaparme.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Me inspira y me llena de energía.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Me lo recomendaron unos amigos.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré para averiguar.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, estoy de vuelta.
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Libertad Ecología/Medio ambiente Paz Tiempo libre
- ¿Conoce alguno de estos negocios?

- Buen Pique La Suiza
 - ¿Cómo los conoce? Por pasar y averiguar precios.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Francisco Colja

Edad: 31

Profesión: Actor

Mail: francolja@gmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
 - Ciclismo
 - ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En el verano.
 - ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La sensación de libertad y el contacto con la naturaleza.
 - ¿Conocía el negocio? Si
 - ¿Cómo conoce el negocio? Vengo hace un par de años.
 - ¿Encontró lo que buscaba? Si
 - ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? Entré a preguntar.
 - ¿El precio le pareció justo? Si
 - ¿Le gustó la atención? Si
 - ¿Volverá? Si, siempre.
 - ¿Cambiaría algo del negocio? Si. Lo modernizaría un poco.
 - ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Ecología/Medio ambiente Aventura Paz
 - ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
 - ¿Cómo los conoce? Por preguntar, averiguar cosas.
 - ¿Visitó la competencia? Si
-

Nombre: Franco Saquetti

Edad: 34

Profesión: Arquitecto

Mail: fransaquear@gmail.com

Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Otros: Skiing
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Dos veces al año.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La adrenalina.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Vengo hace muchos años. Un amigo me lo recomendó.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una remera térmica y una campera Ansilta.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si, como siempre.

- ¿Cambiaría algo del negocio? Si ¿Qué? Me parece muy lindo, pero le daría una lavada de cara. Lo modernizaría y cambiaría el tipo de bolsas.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aire libre Viaje Aventura
- ¿Conoce alguno de estos negocios?
 - Nunatak Montagne
- ¿Cómo los conoce? He comprado en los otros también algunas cosas que no conseguía acá.
- ¿Visitó la competencia? Si

Nombre: Noelia Carrizo

Edad: 35

Profesión: Psiquiatra

Mail: Noelia_carrizo@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? Una vez al mes.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? La tranquilidad y disfrutar del verde.
- ¿Conocía el negocio? Si
- ¿Cómo conoce el negocio? Una amiga compro acá y me dijo que viniera.
- ¿Encontró lo que buscaba? Si
- ¿Realizó una compra? Si ¿Qué compró? Una garrafa de gas para la cocina portátil.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No, es muy cálido.
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Deporte Aventura Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? si
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? La misma amiga que me recomendó acá.
- ¿Visitó la competencia? No

Nombre: Emilia Robinson

Edad: 22

Profesión: Estudiante

Mail: emilyrob@hotmail.com

¿Le gustaría recibir información?: Si

- ¿Qué actividad al aire libre realiza?:
 - Camping
 - Trekking
- ¿Cada cuánto realiza esta actividad? En vacaciones.
- ¿Qué es lo que más le gusta de la actividad que realiza? Conocer lugares nuevos y compartir con mi familia.
- ¿Conocía el negocio? No
- ¿Cómo conoce el negocio? Porque pasé por el frente.
- ¿Encontró lo que buscaba? No

- ¿Realizó una compra? No ¿Por qué? No encontré lo que buscaba.
- ¿El precio le pareció justo? Si
- ¿Le gustó la atención? Si
- ¿Volverá? Si
- ¿Cambiaría algo del negocio? No
- ¿Con qué asocia/asociaría a Camping Shop?
 - Naturaleza Libertad Ecología/Medio ambiente Aventura Viaje
- ¿Conoce alguno de estos negocios? No
 - Buen Pique Nunatak La Suiza Montagne
- ¿Cómo los conoce? ---
- ¿Visitó la competencia? No

Entrevista a los clientes de la competencia

Guía de Pautas

- **¿Cómo conoce el negocio?**
- **¿Por qué viene al negocio?**
- **¿Qué beneficios obtiene al comprar acá?**
- **¿Hace cuánto es cliente del negocio?**
- **¿Cada cuanto viene?**
- **¿Compró?**

Guías de Observación

Imagen

Se realizó una guía de observación en donde se puede plasmar diferentes variables a tener en cuenta para la futura propuesta promocional. Primero se tuvo en cuenta la imagen del negocio y los soportes gráficos que utilizan para comunicar una imagen. Estas guías se utilizaron tanto como para el negocio de este trabajo como para la competencia.

Soportes Gráficos

| | Posee | No Posee | Estandarizado - No estandarizado |
|-------------------------|--------------|-----------------|---|
| Isologotipo | | | |
| Papelería Institucional | | | |
| Cartelería Exterior | | | |

| | | | |
|-------------------------------------|--|--|--|
| Cartelería interior | | | |
| Folletería | | | |
| Catálogo | | | |
| Afiches | | | |
| Merchandising | | | |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | | | |
| Etiquetas de precio | | | |
| Vinilos en las vidrieras | | | |
| Cartel exterior | | | |

Zonas de Exposición

Se tuvieron en cuenta también diferentes herramientas para exponer productos y si hiciera falta, un lugar donde probarse.

| | Posee | No posee | Cantidad |
|---------------------|-------|----------|----------|
| Vidriera | | | |
| Vitrina | | | |
| Percheros | | | |
| Mostrador | | | |
| Probador | | | |
| Espejo | | | |
| Estantería | | | |
| Porta mochilas | | | |
| Porta Zapatillas | | | |
| Porta riñoneras | | | |
| Porta bandoleras | | | |
| Exhibidor de gorras | | | |

Medios

Se analizaron los medios utilizados para comunicar diferentes tipos de mensajes.

| Medio | Posee | No posee | Frecuencia (Regular/irregular) | Tipo de Mensaje (operativo, promocional, informativo) |
|-----------------------|-------|----------|--------------------------------|---|
| Folleto de Promoción | | | | |
| Mailing | | | | |
| Carpeta institucional | | | | |
| Correo Electrónico | | | | |

| | | | | |
|-------------------------------------|--|--|--|--|
| Pagina Web | | | | |
| Avisos Televisivos | | | | |
| Avisos Radiales | | | | |
| Avisos en Medios Gráficos | | | | |
| Avisos en Vía Publica | | | | |
| Video Institucional | | | | |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | | | | |
| Etiquetas de precio | | | | |
| Vinilos en las vidrieras | | | | |
| Cartel exterior | | | | |

Cientes del local

Con respecto al comportamiento del cliente dentro del local, se realizó esta guía para poder conocer un poco más sobre su comportamiento con respecto al negocio y sus productos, si les interesa la vidriera, si consultan precios, si compran y finalmente qué es lo que más compran.

Comportamiento del cliente en el local Camping Shop

Esta guía de observación se utilizó solamente dentro del local de nuestro cliente para conocer cómo se mueven dentro del local; si entran, si consultan y si compran, qué compran. Los siguientes números corresponden a un día de semana en el mes de Noviembre de 2011.

| | Ven la vidriera y se van | Entran y consultan | Compran | Compran indumentaria |
|-----------------------------|---------------------------------|---------------------------|----------------|-----------------------------|
| Cantidad de personas | 81 | 37 | 11 | 6 |

❖ **CAMPING SHOP**

Soportes Gráficos

| | Posee | No Posee | Estandarizado - No estandarizado |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|---|
| Isologotipo | x | | No estandarizado |
| Papelería Institucional | x | | No estandarizado |
| Cartelería Exterior | x | | No estandarizado |
| Cartelería interior | x | | No estandarizado |
| Folletería | | x | |
| Catálogo | | x | |
| Afiches | x | | No estandarizado |
| Merchandising | x | | Estandarizado |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | x | | Estandarizado |
| Etiquetas de precio | x | | No estandarizado |
| Vinilos en las vidrieras | x | | No estandarizado |

Zonas de Exposición

| | Posee | No posee | Cantidad |
|---------------------|--------------|-----------------|-----------------|
| Vidriera | x | | 2 |
| Vitrina | x | | 1 |
| Percheros | x | | 9 |
| Mostrador | x | | 1 |
| Probador | x | | 2 |
| Espejo | x | | 3 |
| Estantería | x | | 22 |
| Porta mochilas | x | | 2 |
| Porta Zapatillas | x | | 1 |
| Porta Riñoneras | x | | 1 |
| Porta bandoleras | x | | 1 |
| Exhibidor de gorras | x | | 1 |

Medios

| Medio | Posee | No posee | Frecuencia (Regular/irregular) |
|------------------------|--------------|-----------------|---|
| Folleto de Promoción | | x | |
| Mailing | | x | |
| Carpeta institucional | | x | |
| Correo Electrónico | x | | Irregular |
| Página Web | | x | |
| Publicidad en Internet | x | | Irregular |
| Avisos Televisivos | | x | |

| | | | |
|-------------------------------------|---|---|-----------|
| Avisos Radiales | x | | Irregular |
| Avisos en Medios Gráficos | x | | Irregular |
| Avisos en Vía Pública | | x | |
| Video Institucional | | x | |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | x | | |
| Etiquetas de precio | x | | Irregular |
| Vinilos en las vidrieras | x | | |
| Cartel exterior | x | | |

❖ MONTAGNE

Soportes Gráficos

| | Posee | No Posee | Estandarizado - No estandarizado |
|-------------------------------------|-------|----------|-------------------------------------|
| Isologotipo | X | | Estandarizado |
| Papelería Institucional | X | | Estandarizado |
| Cartelería Exterior | X | | Estandarizado |
| Señalética | X | | Estandarizado |
| Cartelería interior | X | | Estandarizado |
| Folletería | X | | Estandarizado |
| Catálogo | X | | Estandarizado |
| Afiches | X | | Estandarizado |
| Merchandising | X | | Estandarizado |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | X | | Estandarizado |
| Etiquetas de precio | X | | Estandarizado |
| Vinilos en las vidrieras | X | | Estandarizado |
| Cartel exterior | X | | Estandarizado |

Zonas de Exposición

| | Posee | No posee | Cantidad |
|---------------------|-------|----------|----------|
| Vidriera | x | | 3 |
| Vitrina | | x | -- |
| Percheros | x | | 8 |
| Mostrador | x | | 1 |
| Probador | x | | 4 |
| Espejo | x | | 2 |
| Estantería | x | | 4 |
| Porta mochilas | x | | 2 |
| Porta Zapatillas | x | | 1 |
| Porta riñoneras | | x | |
| Porta bandoleras | | x | |
| Exhibidor de gorras | x | | 1 |

Medios

| Medio | Posee | No posee | Frecuencia (Regular/irregular) |
|---------------------------|-------|----------|---------------------------------------|
| Teléfono | X | | -- |
| Folleto de Promoción | X | | Irregular, depende de las temporadas. |
| Mailing | X | | REGULAR |
| Carpeta Institucional | | X | -- |
| Correo Electrónico | X | | -- |
| Página Web | X | | -- |
| Redes Sociales | X | | |
| Avisos Televisivos | | X | |
| Avisos Radiales | X | | Irregular |
| Avisos en Medios Gráficos | X | | Regular |
| Avisos en Vía Pública | | X | |
| Video Institucional | | X | |

❖ SUIZA

Soportes Gráficos

| | Posee | No Posee | Estandarizado - No estandarizado |
|-------------------------------------|-------|----------|----------------------------------|
| Isologotipo | x | | Estandarizado |
| Papelería Institucional | x | | No estandarizado |
| Cartelería Exterior | x | | Estandarizado |
| Cartelería interior | x | | Estandarizado |
| Folletería | | x | |
| Catálogo | | x | |
| Afiches | x | | Estandarizado |
| Merchandising | | x | |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | x | | Estandarizado |
| Etiquetas de precio | | x | |
| Carteles | x | | Estandarizado |

| | | | |
|--------------------------|---|--|---------------|
| Vinilos en las vidrieras | x | | Estandarizado |
|--------------------------|---|--|---------------|

Zonas de Exposición

| | Posee | No posee | Cantidad |
|----------------------|-------|----------|----------|
| Vidriera | x | | 6 |
| Vitrina | x | | 4 |
| Percheros | x | | 25 |
| Mostrador | x | | 4 |
| Probador | x | | 4 |
| Espejo | x | | 3 |
| Estantería | x | | 4 |
| Porta mochilas | x | | 2 |
| Porta Zapatillas | x | | 4 |
| Porta Riñoneras | | x | |
| Porta bandoleras | | x | |
| Exhibidor de gorras | x | | 2 |
| Porta cañas de pesca | x | | 2 |
| Porta armas | x | | 8 |

Medios

| Medio | Posee | No posee | Frecuencia (Regular/irregular) |
|-------------------------------------|-------|----------|--------------------------------|
| Folleto de Promoción | | x | |
| Mailing | | x | |
| Carpeta institucional | | x | |
| Correo Electrónico | x | | Irregular |
| Página Web | x | | |
| Publicidad en Internet | x | | Regular |
| Avisos Televisivos | x | | Regular |
| Avisos Radiales | | x | |
| Avisos en Medios Gráficos | x | | Irregular |
| Avisos en Vía Pública | | x | |
| Video Institucional | | x | |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | x | | |
| Etiquetas de precio | x | | Irregular |
| Vinilos en las vidrieras | x | | |
| Cartel exterior | x | | |

❖ NUNATAK

Soportes Gráficos

| | Posee | No Posee | Estandarizado - No estandarizado |
|-------------------------------------|-------|----------|-------------------------------------|
| Isologotipo | x | | Estandarizado |
| Papelería Institucional | x | | Estandarizado |
| Cartelería Exterior | x | | Estandarizado |
| Cartelería interior | x | | Estandarizado |
| Folletería | x | | Estandarizado |
| Catálogo | | x | |
| Afiches | | x | |
| Merchandising | x | | Estandarizado |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | x | | Estandarizado |
| Etiquetas de precio | | x | |
| Vinilos en las vidrieras | x | | Estandarizado |

Zonas de Exposición

| | Posee | No posee | Cantidad |
|---------------------|-------|----------|----------|
| Vidriera | x | | 3 |
| Vitrina | x | | 2 |
| Percheros | x | | 4 |
| Mostrador | x | | 1 |
| Probador | x | | 2 |
| Espejo | x | | 2 |
| Estantería | x | | 3 |
| Porta mochilas | x | | 4 |
| Porta Zapatillas | x | | 1 |
| Porta riñoneras | | x | |
| Porta bandoleras | | x | |
| Exhibidor de gorras | | x | |

Medios

| Medio | Posee | No posee | Frecuencia (Regular/irregular) |
|------------------------|-------|----------|-----------------------------------|
| Folleto de Promoción | x | | Irregular |
| Mailing | | x | |
| Carpeta institucional | | x | |
| Correo Electrónico | x | | Irregular |
| Pagina Web | x | | |
| Publicidad en Internet | x | | Regular |

| | | | |
|-------------------------------------|---|---|-----------|
| Avisos Televisivos | | x | |
| Avisos Radiales | | x | |
| Avisos en Medios Gráficos | x | | Irregular |
| Avisos en Vía Publica | | x | |
| Video Institucional | | x | |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | x | | |
| Etiquetas de precio | | x | |
| Vinilos en las vidrieras | x | | |
| Cartel exterior | x | | |

❖ BUEN PIQUE

Soportes Gráficos

| | Posee | No Posee | Estandarizado - No estandarizado |
|-------------------------------------|-------|----------|-------------------------------------|
| Isologotipo | x | | No estandarizado |
| Papelería Institucional | x | | No estandarizado |
| Cartelería Exterior | x | | No estandarizado |
| Cartelería interior | x | | No estandarizado |
| Folletería | x | | No estandarizado |
| Catálogo | | x | |
| Afiches | | x | |
| Merchandising | x | | No estandarizado |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | x | | Estandarizado |
| Etiquetas de precio | x | | Estandarizado |
| Vinilos en las vidrieras | | x | |

Zonas de Exposición

| | Posee | No posee | Cantidad |
|----------------------|-------|----------|----------|
| Vidriera | x | | 2 |
| Vitrina | x | | 8 |
| Percheros | x | | 25 |
| Mostrador | x | | 6 |
| Probador | x | | 5 |
| Espejo | x | | 2 |
| Estantería | x | | 8 |
| Porta mochilas | x | | 4 |
| Porta Zapatillas | x | | 4 |
| Porta riñoneras | | x | |
| Porta bandoleras | | x | |
| Exhibidor de gorras | x | | 3 |
| Porta cañas de pesca | x | | 6 |
| Porta armas | x | | 3 |

Medios

| Medio | Posee | No posee | Frecuencia (Regular/irregular) |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|---|
| Folleto de Promoción | | x | |
| Mailing | | x | |
| Carpeta institucional | | x | |
| Correo Electrónico | x | | Irregular |
| Página Web | | x | |
| Publicidad en Internet | x | | Regular |
| Avisos Televisivos | | x | |
| Avisos Radiales | | x | |
| Avisos en Medios Gráficos | x | | Irregular |
| Avisos en Vía Pública | | x | |
| Video Institucional | | x | |
| Banderas de las marcas que ofrecen. | x | | |
| Etiquetas de precio | x | | Regular |
| Vinilos en las vidrieras | | x | |
| Cartel exterior | x | | Regular |