Universidad Abierta Interamericana

***FACULTAD*: TURISMO Y HOSPITALIDAD**
***CARRERA*: LICENCIATURA EN TURISMO**

TRABAJO FINAL

"INVESTIGACION APLICADA SOBRE DEMANDA POTENCIAL DE GASTRONOMIA REGIONAL DULCE EN SAN TELMO, EN BASE A PROPUESTA DE INVERSION"

***ALUMNO*: PRIETO, JULIETA CRISTINA**

***MATRICULA*: 9070**
***TUTOR*: LIC. PABLO FICHERA**

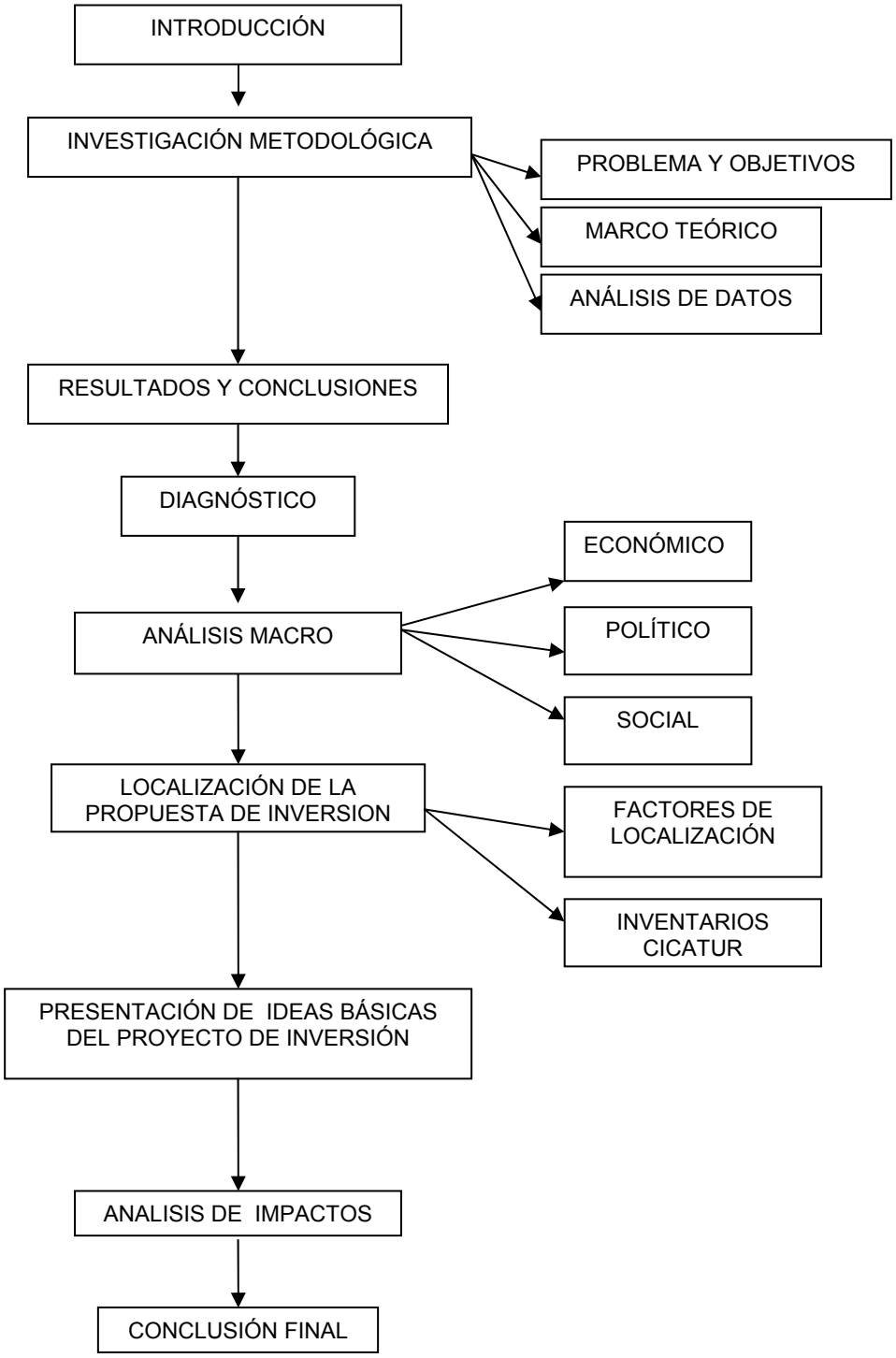
Índice

Presentacíon	3
Investigación metodológica	5
Problemática de investigación	6
Objetivo principal y especificos	6
Delimitaciones y propositos de la investigación	8
Marco teórico	11
Metodologia	39
Operalizacion de variables	40
Población y muestra de estudio	41
Intrumentos de recoleccion de datos	42
Modelos de encuesta	44
Matriz de datos	48
Análisis de la infomación	51
Resultados de la misma	66
Análisis macro	68
Diagnostico	72
Analisis FODA del proyecto	74
Localización del proyecto	76
Inventarios turisticos	81
Presentación de ideas y sugerencias básicas del proyecto	111
Logo y nombre de fantasia	113
Productos	114
Packaging	117
Ambientación	118
Publicidad	119
Croquis del local	120
Producción y elaboración	122
Ventas y atención al cliente	123
Competencia	124
Estrategias de venta	125
Organización de la empresa	126
Objetivos	127
Proyección de impactos	128
Conclusión final	130
Anexos	131

Introducción y presentación general

El presente trabajo, expone y propone mediante una investigación metodológica y y otros estudios realizados, la creación de un proyecto de inversión enmarcado en dos actividades fusionadas, el turismo y la gastronomica.
El mismo lleva el nombre de Dulzuras de mi Argentina, Repostería Regional Artesanal.
Dulzuras es una propuesta de inversión que abarca la actividad gastronómica, más detalladamente el área de la Gastronomía Regional Dulce.
El mismo plantea la puesta en marcha de una actividad comercial, explícitamente la apertura de un negocio, localizado en uno de los barrios mas turísticos de la Ciudad de Buenos Aires, que se dedique a la venta de productos gastronomicos regionales dulces que representes a todos los sectores del país, ósea que el lugar pueda considerarse como temático.
El proyecto podría considerarse un microemprendimiento familiar y netamente personal.
El siguiente trabajo se realizó con la toda la intención y el objetivo principal de poder concretar en tiempos posteriores dicho emprendimiento, comenzando el mismo por el trabajo realizado que se espondra a continuacion y culminando mas adelante con los estudios y analisis que restan para así lograr la ejecución de la propuesta de inversión.
Para la realización de este trabajo, se han realizado distintos pasos detallados a continuación.
Primeramente se realizo una investigación metodológica, la cual es la columna vertebral de este trabajo, por la cual se recaudo toda la información teórica para respaldar el proyecto, y con la realización y el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se obtuvieron los demás datos y otras informaciones estadísticas, utilizados para llevar a cabo el análisis de toda esa información y las conclusiones de los resultados.
Luego de la investigación, se analizó la actual situación del país, que junto con los resultados de la investigación derivaron en un diagnóstico, y luego se realizó un estudio para realizar la localización del proyecto, el cual abarca desde los atractivos turísticos hasta la planta turística.
Como últimos pasos, se exponen las ideas básicas de la propuesta de inversión y se plantearon los impactos que podrán generarse con la puesta en marcha de Dulzuras de mi Argentina.
El siguiente trabajo, es un proyecto absolutamente personal como consecuencia de una gran atracción con el rubro de la gastronomía y la actividad turística, y de la práctica de dicha actividad en tiempos pasados, por lo tanto ha sido realizado con toda la intención de que el mismo pueda llevarse a cabo en tiempos futuros, luego de culminar con los análisis restantes, como ser estudios economicos y/o financieros, para que la propuesta de poder realizar Dulzuras de mi Argentina pueda llevarse concretarse correctamente.

REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LOS CONTENIDOS DE LA PROPUESTA DE INVERSIÓN



INVESTIGACIÓN METODOLOGICA
APLICADA AL PROYECTO DE INVERSION

Problemática de investigación

Área de investigación:

Turismo.

Tema de investigación:

Gastronomía Regional Dulce.

Subtema de investigación:

Gastronomía y demanda potencial.

Diseño de la investigación:

Exploratorio

Formulación del problema de investigación:

¿Existe dentro del barrio de San Telmo, un mercado potencial de productos gastronómicos regionales dulces representativos de la Argentina que permita evaluar la posibilidad de realizar una actividad económica en dicho rubro?

Objetivos de la investigación

Objetivo general:

- Conocer si existe una *demanda relevante* de productos gastronómicos regionales dulces representativos de la Argentina en el barrio de San Telmo.

Objetivos específicos:

- Identificar la clase de productos gastronómicos regionales dulces representativos de la Argentina *preferidos* por los visitantes a la zona.

- Conocer las distintas *motivaciones* que impulsarían al consumidor a tomar la decisión de la compra sobre los productos gastronómicos regionales dulces representativos de la Argentina.

- Identificar las *preferencia y motivaciones* que poseen los visitantes a la zona de origen extranjero en cuanto a la compra de productos gastronómicos regionales dulces representativos de la Argentina.

- Analizar la *posibilidad de compra* que tendrán los productos gastronómicos regionales dulces representativos de la Argentina que serán ofertados en el barrio de San Telmo.

- Relevar los Productos Regionales Dulces representativos de la Argentina y Analizar la posibilidad de realizar una actividad económica relacionada con dicho rubro mediante diferentes estudios y análisis una vez identificada la demanda potencial de dichos productos.

Justificacion de la investigación

La investigación aplicada al anteproyecto de inversión Dulzuras de mi Argentina, es de suma importancia para poder llevar a cabo la puesta en marcha de dicho emprendimiento.
La investigación se llevó a cabo para poder obtener información precisa sobre la demanda y el potencial mercado de productos gastronómicos dulces representativos de la Argentina, ubicado en el barrio turístico de San Telmo.
A su vez, se recolectó información de gran importancia para poder utilizarla en otras etapas del anteproyecto, como ser los resultados que se obtuvieron en cuanto a las motivaciones de compra que impulsan a los visitantes de la zona a consumir los futuros productos ofrecidos, por lo cual este tipo de información se utilizo para la planificación de una campaña de promoción y la realización del plan de marketing aplicado al anteproyecto.
El anteproyecto de inversión está enmarcado en el rubro que integra la gastronomía regional dulce de la Argentina, para lo cual se ha tenido que investigar ampliamente el rubro.
Se ha realizado un amplio estudio de la gastronomía regional dulce que representa a nuestro país, en el cual se han estudiado factores geográficos, como ser el clima y otros aspectos que repercuten en las gastronomías locales, factores sociales y

culturales, ya que la mayoría de los postres argentinos poseen un amplio pasado, leyendas e historias y los mismos forman parte de nuestros hábitos gastronomitos y en especial de nuestra cultura, además de investigar los orígenes, los ingredientes y el modo de cocción que presentan dichos postres.

Delimitaciones

La investigación que se realizó como parte del proyecto de inversión Dulzuras de mi Argentina, se llevo a cabo en el barrio de San Telmo, ubicado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires.
Para realizar una mayor delimitación en cuanto a espacio físico, la misma se hizo efectiva en torno a la tradicional plaza Dorrego, cita entre las calles Humberto 1°, el pasaje Bethlem, Don Anselmo Aieta y la calle Defensa.
El tiempo estimado para la realización de dicha investigación, fue aproximadamente de 1 mes, en los cual se llevo a cabo las acciones pertinentes para recaudar la información necesaria, los días que abarquen los fines de semana de dicho mes, en el horario de las 14:00 hs hasta las 18:00.
El método seleccionado para efectuar la recolección de datos dentro de la investigación y las técnicas de análisis de los mismos, no han significado una inversión financiera importante, por lo cual se puede considerar que el costo fue mínimo.
Las fuentes que se utilizarón para la investigación, son de amplia viabilidad, tanto las primarias como las secundarias, y las mismas son de fácil acceso.

Propósitos de la investigación

- Difundir, Impulsar y promover el consumo de productos gastronómicos regionales dulces de la Argentina por parte de los visitantes de la zona (ya sean tanto turistas extranjeros como internos) y los residentes de la misma.

- Revalorizar la gastronomía regional dulce en todos sus aspectos, abarcando su historia y su relación con la cultura Argentina, nuestras formas de cocinar los postres, nuestros ingredientes exclusivos y tan particulares, nuestras costumbres y tradiciones gastronomitas.

- Dar a conocer otra imagen de nuestro país, desconocida para muchos turistas e incluso muchos argentinos, a través de nuestra gastronomía.

- Ofrecerle al turista la posibilidad de tener un contacto con la gastronomía regional dulce, y así, que este pueda familiarizarse con la historia, curiosidades y tradiciones culinarias propias de Argentina. Que el mismo

pueda disfrutar de una grata experiencia y pueda llevarse consigo estos recuerdos a su lugar de origen.

Relevancia

- La principal importancia de dicha investigación es lograr que la misma aporte todos los datos posibles necesarios para llevar a acabo el anteproyecto de inversión Dulzuras de mi Argentinas, a fin de proporcionarle al visitante una experiencia única, y que no sea solo la experiencia de poder comprar un recuerdo o un souvenir, sino la experiencia de que el mismo pueda entrometerse en un mundo gastronomico desconocido, atractivo, que pueda embeberse de la cultura gastronomica argentina, llevándose consigo sensaciones referidas a aromas particulares, imágenes y texturas, sabores únicos, y buenos momentos, con el fin de que realmente el interesado se valla absolutamente satisfecho y que recuerde esta experiencia como algo mas que la simple compra de un producto, que pueda ser una experiencia única.

- La investigación podrá ser de gran importancia para todas aquellas personas que tengan en mente la realización de un proyecto de inversión o un emprendimiento gastronómico y deseen consultar información sobre la oferta y la demanda que se encuentra en una zona de afluencia turística, en este caso en el barrio de San Telmo, a fin de poder llevar a cabo la realización de su futuro proyecto, además de consultar aspectos legales y técnicos relacionados con la actividad gastronomica.

- En dicha investigación, también podrán encontrar interés todas aquellas personas que desarrollen alguna actividad dentro del rubro de la gastronómica, y por ende encuentran utilidad en dicha investigación por la información estudiada, o simplemente aquellas personas que estén interesadas en el tema por la simple atracción al mismo y deseen estudiar e informarse sobre distintos aspectos de la gastronomía dulce regional argentina, como ser las tradiciones de nuestra cocina, diversos aspectos sociales y culturales que influyen en la gastronomía regional, leyendas e historias de los productos, el origen de los mismos, las diversas formas de preparación, muchas de ellas atípicas y poco difundidas, o informarse sobre algún tipo de receta en particular, puede ser alguna tradicional u otra no tanto, que presentan aspectos particulares por sus orígenes, sus métodos de elaboración o algún ingrediente en particular.

Antecedentes

Dentro del marco de investigaciones de mercado, sería infinita la cantidad de empresas que han realizado investigaciones de mercado para la realización de un proyecto económico.
Dentro del área temática que abarca gastronomía regional dulce son escasos los estudios que se han realizado, ya que este rubro de la gastronomía se ha empezado a difundir y a promocionar en estos últimos años.
En lo que respecta a estudios que se relacionan con la actividad turística, se han realizado diversos estudios sobre oferta y demanda, preferencia de destinos turísticos, ocupación hotelera, motivaciones de los turistas, gastos efectuados por los mismos y otros, muchos de ellos llevados a cabo dentro del marco de la secretaria de turismo, otros realizados por organismos nacionales como ser del Indec o entidades privadas como el Ciet (Centro de investigación y estudios en turismo)
En lo que respecta a estudios referentes al turismo y la actividad gastronómica, se han realizado algunas investigaciones y estudios, que han culminado en la edición de libros tales como La gastronomia y el Turismo, cuyo autor es el Dr. Jose Gandara y la Lic.Regina Schluter, Turismo y patrimonio en el siglo 21, realizado también por la Lic. Regina Schluter, Gastronomía y Turismo Cultura al plato, de la Lic. Gloria Lacanau y la Lic. Juana Norrild, entre otros.
En cuanto a proyectos vinculados con la gastronomía, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación y la Secretaría de Turismo, a elaborado y presentado el proyecto Programa Argentino de Turismo Rural en el que se hace hincapié en la importancia de la revalorizacion de los productos regionales que son elaborados por las distintas provincias de nuestro país, mientras que la Secretaria de Cultura de la Nación, la Secretaria de Turismo de la Nación, la Secretaria de Agricultura y la Fundación Exportar, han presentado el proyecto se denomina *Patrimonio Cultural Alimentario y Gastronómico*. En el mismo, se propone que productos como el dulce de leche, el vino Malbec, las empanadas y el asado sean distinguidos con el sello de *Patrimonio Cultural, Alimentario y Gastronómico Argentino*.
No es necesario explicar la repercusión y el beneficio que este proyecto puede aportar al sector gastronomico, y al mismo tiempo al sector turistico.

Marco Teórico

Fundamentos teóricos

Palabras claves:

- Gastronomía
- Patrimonio y Cultura
- Turismo
- Mercado
- Producto
- Consumo

La Gastronomía, el Patrimonio y la Cultura

La alimentación cumple con la función biológica de suministrar al cuerpo las sustancias indispensables para su subsistencia.
Sin embargo, partiendo de elementos similares, distintas culturas preparan su alimentación de diferentes formas. Esta variedad en la preparación de los platos esta condicionada por valores culturales y códigos sociales altamente variables en todo el mundo, pues es así como una sociedad transmite a través de la gastronomía sus particulares características culturales manifestando así la identidad de su pueblo.
Más allá de su función biológica, la alimentación y la gastronomía, abarcan escenarios culturales diversificados y están presentes en todas las sociedades de nuestra tierra.
La dimensión social y cultural que posee la gastronomía en si misma, determino que se haya incorporado a la misma como parte del Patrimonio Cultural de un país.
De este modo, la gastronomía, el patrimonio y la cultura de un país, una sociedad o una región geográfica, están íntimamente relacionados entre si.
El concepto de patrimonio parte del concepto de herencia o patrimonio personal, y se define a través de las palabras tradición, pasado, identidad, cultura, nostalgia, etc. El patrimonio apunta hacia el pasado, es la herencia que un pueblo o persona ha recibido, y el factor determinante que define al patrimonio es su carácter simbólico, su capacidad para representar una identidad.
El patrimonio no esta formado solamente por los bienes culturales producidos por los estratos poblacionales, sino también por los productos de la cultura popular. El

mismo se clasifica por lo general en dos grandes grupos, el patrimonio natural y el patrimonio cultural.
La valorización del patrimonio cultural empieza verdaderamente por el propio pueblo que no quiere perder de vista sus orígenes y sus tradiciones. Esta valorización es la puesta en valor del patrimonio por parte de la comunidad receptora, que hace que se convierta en valor estratégico a la hora de formar parte de un determinado producto turístico o como parte fundamental del turismo cultural.
Dentro del marco turístico, el patrimonio turístico es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que constituyen la materia prima que hace posible el desarrollo de la actividad turística. La gastronomía de un país forma una parte importante de este patrimonio turístico.
El patrimonio turístico de un país, esta formado por los atractivos turísticos, por la planta turística, por la infraestructura y por la superestructura turística. Todos estos conceptos serán explicados posteriormente.
El patrimonio cultural, esta lógicamente ligado con la cultura y al turismo cultural. La cultura, es el principal factor determinante de los deseos y el comportamiento de una persona y comprende valores básicos, percepciones, y comportamientos que un individuo aprende en forma continua en una sociedad. Es el origen de toda expresión y actividad humana.
La cultura se expresa a través de productos intangibles y productos tangibles como los alimentos, las bebidas, las viviendas, la ropa y el arte. La cultura forma parte integral de las industrias de la hospitalidad y de los viajes, pues determina lo que una persona come, a donde viaja y a donde permanece.
El turismo cultural es la actividad en donde se realizan desplazamientos de personas desde sus lugares de residencia habituales hasta los lugares de interés cultural, el mismo no solo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región. Este tipo de turismo cubre todos los aspectos del viaje mediante el cual las personas aprenden acerca de las costumbres e idiosincrasia de cada sociedad, en donde la gastronomía juega un papel importante.
La cocina tradicional esta siendo cada vez mas reconocida como un valioso componente del patrimonio cultural de un pueblo.
En los últimos años ha habido un redescubrimiento de la importancia del turismo cultural en sus múltiples facetas.
Hoy en día viajar significa no solo conocer nuevos lugares, sino también familiarizarse con otras culturas y adentrarse en los aspectos relacionados con la preparación y consumo de platos tradicionales.
Una de esas facetas que integra en si misma las costumbres ancestrales, las tradiciones, la historia, la geografía, la religión, la economía y la vida social de un país, es " la gastronomía".
En la actualidad la gastronomía ha adquirido gran relevancia en el mundo entero y es una de las manifestaciones culturales mas ricas y diversificadas. La búsqueda de las raíces culinarias y la forma de entender a la cultura de un lugar a través de su gastronomía esta tomando mayor importancia entre las sociedades.
La gastronomía sin duda esta ganado terreno como atracción tanto para residentes como para turistas y la relación entre turismo y gastronomía siempre ha sido muy estrecha.

La misma forma parte de la cultura de los pueblos y no solo nutre al cuerpo sino también al espíritu.
Cada sociedad cuenta con un amplio bagaje de tradiciones y costumbre y el turismo se vale de ellas para atraer a los visitantes interesados en diferentes manifestaciones culturales que se observan tanto en al ámbito urbano como en el rural.
La gastronomía es un arte dinámico, constituye un lenguaje mediante el cual ésta expresa su estructura de manera inconsciente y esta influenciada por factores no solo geográficos, sino históricos como invasiones, colonizaciones e inmigraciones que han incorporado sus costumbres y alimentos en la cocina de los pueblos.
La alimentación es un factor de diferenciación cultural que permite a todos los integrantes de una cultura manifestar su identidad. La comida casera, es decir la familiaridad con el alimento genera sensaciones de gozo y bienestar, ya que los placeres de la mesa acompañan al hombre durante toda su vida.
No se come solo para saciar al hambre, sino que también se come por el simple y maravilloso placer de comer y de disfrutar de este ritual.
Generalmente las sociedades utilizan para preparar sus platos elementos que se desarrollan en el área que residen y que polarizan la afectividad y el enfoque simbólico dando origen en ocasiones a una verdadera cultura, como por ejemplo la del maíz, en nuestro norte argentino.
Al considerar a la alimentación como parte importante de una cultura, las normas que la rigen crean diferencias de orden social. De este modo se establece una distinción entre lo elegante y vulgar, lo bueno y malo y lo comestible y no comestible. Alimentos que se encuentran en grandes cantidades pueden ser rechazados por ser repugnantes por estar prohibidos por cuestiones religiosas o por ser comida de pobres o campesinos.
Al igual que la alimentación permite la adscripción a una clase social, actúa como un factor de diferenciación cultural y al comer se incorporan no sólo las características físicas de los alimentos, sino también sus valores simbólicos e imaginarios que, de la misma forma que las cualidades nutritivas, pasan a formar parte del propio ser.
Así pues, la comida no sólo es buena para comer y para pensar, sino también que buena para ser, distinguirse, comunicarse y representarse.
De este modo, se va creando una cocina de carácter étnico utilizada con mucha frecuencia en el turismo para resaltar las características de una cultura en particular.
Un ejemplo clásico es la asociación de la pasta con Italia, del arroz con el sudeste asiático y de la carne vacuna con Argentina. Así como a Buenos Aires se la asocia al tango, el resto del país es visto como una inmensa planicie, conocida como pampa donde pastan a gusto las vacas dispuestas a dar lo mejor de sí para satisfacer los paladares más exigentes del mundo.
En la Secretaria de Cultura de la Nación, se ha presentado, aprobado y esta en marcha el proyecto para poder incluir en productos regionales como el asado, el vino tinto malbec, el mate conjuntamente con la yerba mate, el dulce de leche, y la empanada, el sello de Patrimonio Cultural, Alimentario y Gastronómico Argentino.

El mismo esta integrado por la participación de la Secretaria de Cultura de la Nación, la Secretaria de Turismo, la Secretaria de Agricultura y la Fundación Exportar.
El proyecto hace referencia al aumento de valor que está cobrando la gastronomía de nuestra Argentina no solo en nuestro país sino en otras partes del mundo. Todos estos productos son típicamente argentinos, y su consumo está generalizado en todo el país. El que los mismos puedan tener un sello de Patrimonio Argentino, significa un gran avance en este rubro y una amplia difusión internacional de los productos argentinos, lo cual traería enormes beneficios para varios sectores del mercado.
En estos nuevos tiempos, los perfiles de los turistas se han modificado, y se observan en el mercado nuevas exigencias y demandas por parte de los mismos, los cuales requieren nuevas experiencias, nuevas sensaciones y embeberse con las diferentes culturas mundiales.
La industria del turismo ha tenido que ampliar sus opciones para responder a la creciente demanda de un turista cada vez mas sofisticado y mas interesado en nuevos factores culturales y distintas y novedosas formas de realizar turismo.
Los turistas constituyen, uno de los principales factores de la demanda de los alimentos regionales y muy especialmente un componente sustantivo para la promoción de los alimentos.
La gastronomía forma parte de la nueva demanda que solicitan los turistas en el ámbito experiencias culturales.
Este rubro a adquirido gran relevancia en el mundo entero, la industria del turismo la ha incorporado entre sus atractivos, y el uso que hace el turismo del patrimonio determina que la gastronomía adquiera cada vez mayor importancia para promocionar un destino y para captar corrientes turísticas.
La gastronomía es hoy en día un recurso turístico capaz de lograr efectos económicos multiplicadores y con amplios beneficios, como ser nuevos puestos de trabajo, fomentar y promocionar distintas regiones geográficas, ciudades o pueblos que todavía mantienen sus tradiciones culinarias, captar y motivar distintas corrientes turísticas y despertar todo tipo de sensaciones.
En todas las culturas y civilizaciones del mundo, el acto de comer trasciende la necesidad de supervivencia.
Es un acto simbólico y cultural, representa estilos de vida, motiva relaciones familiares y sociales, enriquece el proceso de construcción del conocimiento, despierta y transforma los sentidos, además de ser uno de los placeres mas gustosos de nuestra existencia.
Nuestra gastronomía es reconocida a un nivel mundial y la misma no solo revaloriza a los productos regionales junto con nuestra cultura local, sino que ofrece la posibilidad de brindar otro tipo de imagen para poder explicarle al mundo entero como es nuestra cultura gastronómica, cuales son nuestras costumbres y tracciones y como somos los argentinos.

El Turismo, la Gastronomía y el Mercado

El turismo es considerado una actividad económica de importancia global, que abarca elementos económicos, sociales, culturales y ambiéntales.
Es uno de los fenómenos mas importantes de los últimos tiempo, pues propicia el contacto entre diferentes culturas y la experiencia de diferentes situaciones además de sensaciones.
La gastronomía de hoy se puede presentar como una forma de aumentar la oferta turística y fomentar el crecimiento económico de una región.
La gastronomía y la practica de la actividad turística, se manejan dentro de un ambiente económico especial, el cual es ampliamente cambiante y vulnerable, este ambiente es el mercado económico.
El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos. Son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.
Se entiende por turismo interno el uso y consumo de servicios turísticos, realizados por los residentes nacionales o extranjeros, en un país, fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional, por un plazo mayor a 24 horas, pero menos a 90 días.
En el caso contrario, se entiende por turista extranjero, a quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.
La actividad turística tiene una gran influencia sobre el mercado, pudiendo modificar y alterar varios sectores del mismo, incrementar o disminuir divisas, y crear ambientes fluctuantes.
El turismo es un sistema abierto, integrados por otros subsistemas y que esta relacionado con su medio ambiente.
Las partes que integran estos subsistemas se interrelacionan e interactúan entre si con el fin de alcanzar un objetivos en común. Ellas son:

Demanda turística: conceptuliza al total de los turistas o visitantes, a los ingresos que estos generan y a las necesidades de los mismos.
Oferta turística: esta integrada por los productos elaboradados y los servicios que suministran los elementos de la planta turística.
Producto turístico: el mismo esta integrado por los mismos bienes y servicios que forman la oferta turística.
Planta turística: la cual esta formada por los equipamientos, que son los establecimientos administrados por la actividad publica o privada que se dedican a prestar los servicios básicos para l practica de la actividad, y las instalaciones, que abarcan las construcciones especiales cuya función es facilitar la practica de la actividad. Ellas pueden ser de agua y playa, de montaña o generales.
Atractivo turístico: es el producto principal o la materia prima de la actividad. El mismo consta de cinco tipos de atractivos los cuales son los sitios naturales, los museos y manifestaciones culturales, el folklore que abarca la gastronomía,

costumbres y artesanías, las realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas como monumentos o muestras de arte y los eventos programados, como ser festivales u otros.
Infraestructura: es una red o un sistema que presta los servicios básicos al sistema turístico. La misma puede ser de transporte, de comunicaciones, de sanidad o de energía.
Superestructura: subsistema superior que ejerce la tarea de regulación, mediante dependencias de la administración publica o las organizaciones privadas.

El sistema turístico y todas sus partes, establecen un conjunto de intercambios, entre los cuales se elabora o produce productos turísticos para poder ofertarlos ante la demanda de los turistas en el mercado.
Un mercado, es el termino que describe a todos los compradores y vendedores que negocian con algún producto o servicio, por lo tanto es la serie de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio determinado, que esta ofrecido en el mismo. El mercado es la serie de compradores y la industria es la serie de vendedores.
El mercado esta compuesto por la oferta de servicios y productos ofrecidos en el mismo, la demanda de estos servicios y productos, el consumo que realizan las personas sobre estos servicios y productos, y el gasto que generan esos consumos.
El tamaño del mercado depende del numero de compradores que podrían existir para una oferta particular en dicho mercado.
Las personas que van a actuar como compradoras de productos o servicios, tienen tres características por las cuales acceden a dicho producto ofertado, ellas son:
El interés, el ingreso y el acceso.
Al tener un interés en cierto producto ofertado dentro del mercado, el futuro comprador ya es potencial, por la acción de presentar interés en el mismo. Si el futuro comprador dispone de ingresos suficientes para realizar una acción de compra en el mercado, esta potenciando su acción de compra del producto, y si el mismo interesado logra tener acceso a ese producto en el cual esta interesado, se concentran las tres características que logran que un posible futuro comprador de un producto, concrete la operación de compra.
Existen diferentes tipos de mercados:

El mercado potencial: es la serie de consumidores que muestra algún interés en un producto o servicio en particular. Son los futuros clientes relacionados con cierta actividad, ya que están mostrando algún tipo de interés en los productos de esa actividad en particular, que bien puede ser una rama de la gastronomía u otra actividad turística o no.
El mercado disponible: es la serie de consumidores que tienen interés en el producto o servicio ofertado, que además tienen ingresos disponibles para realizar la transacción económica y acceso al producto elegido.
El mercado atendido: es la parte del mercado disponible calificado al que se le puede dar el producto o servicio ofrecido.
El mercado penetrado: es el grupo de consumidores que compra un servicio o producto que se esta ofertando en le mercado.

Dentro del mercado, se ofertan productos y servicios ante los requerimientos de los consumidores. El producto, que es la materia prima de la actividad económica, es cualquier cosa que se ofrece a un mercado para atención, adquisición, uso o consumo y que satisface una necesidad o un deseo. El concepto de producto no se limita a los objetos físicos. Cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad o un deseo puede considerarse un producto. Además de los productos físicos y los productos de servicio, un producto incluye a personas, lugares, organizaciones, actividades e ideas. Se puede considerar que existen cuatro niveles de productos:

Producto principal: es el nivel básico que ocupa el producto principal, que es lo que en realidad compra el consumidor.
Producto auxiliar: son los artículos o servicios que deben estar presentes para que el cliente use el producto principal. Los productos principales requieren de productos auxiliares, pero no los de apoyo.
Producto de apoyo: es el producto adicional ofrecido para aumentar el valor del producto principal y ayudar a diferenciarlo del producto de la competencia.
Producto aumentado: incluye la facilidad del acceso, el ambiente, la interacción del cliente con el sistema de entrega del servicio, la participación del cliente y la interacción de los clientes entre si. Estos elementos se combinan con el producto principal, el auxiliar y el de apoyo para proporcionar el producto aumentado.
El producto turístico esta formado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones, resultantes de las necesidades requerimientos o deseos del consumidor o también llamado turista.
El producto turístico es el resultado de toda acción del sistema.
El mismo esta dentro de la actividad turística y esta formado por tres factores:

Los atractivos Turísticos: También llamados recursos turísticos, pueden ser generalmente naturales o culturales. Los mismos se clasifican en:

- Sitios naturales
- Los museos y manifestaciones culturales
- El folklore: abarca la gastronomía, costumbres y artesanías
- Las realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas: como monumentos o muestras de arte
- Los eventos programados, como ser festivales u otros.

Las facilidades: Son los servicios destinados al turista:

- Transporte
- Alojamiento
- alimentación
- Esparcimiento

La accesibilidad: que representa la accesibilidad que el cliente tiene hacia el producto.
Estos tres factores en conjunto integran el producto turístico.

El producto esta directamente relacionado con la demanda de los mismos, y será la misma demanda la que repercutirá en el mercado.

La demanda total del mercado de un producto o servicio es el volumen total que un grupo determinado de consumidores compraría en un área geográfica definida, en cierto periodo y en un ambiente de mercado definido por medio de la aplicación de determinado nivel y esfuerzo de las mezclas de mercadotecnia de la industria. La demanda total del mercado no es una cifra fija, sino que depende de las condiciones mencionadas.
La demanda primaria es la demanda total de todas las marcas de un determinado producto o servicio.
La demanda secundaria, es la demanda por su marca de producto o servicio.
Pero la demanda de productos esta relacionada con el consumo que realicen las personas sobre estos productos, lo cual esta directamente relacionado con el comportamiento del consumidor.
El comportamiento de un consumidor tendrá cuatro premisas importante, las cuales son: el consumidor se orienta hacia un propósito o meta, el consumidor posee una libre elección, el comportamiento del consumidor es un proceso y el comportamiento de consumo puede recibir distintas influencias.
El consumidor de un producto, una vez que esta orientado hacia su meta o propósito, tiene la libre elección de consumir o no el producto elegido, por lo cual se vera influenciado, persuadido o motivado hacia el mismo, según la reacción del comprador, pero su elección sigue siendo libre, a su vez que es todo un proceso en conjunto, ya que no se debe olvidar mencionar el poder de decisión de la compra, etapa final y definitoria en donde el consumidor define y ejecuta la acción de compra luego de realizar un comportamiento y un proceso que culmina en la misma.
La acción de compra de un consumidor puede estar afectada por distintos factores:

Factores culturales: ya que la cultura es el principal factor determinante de los deseos y el comportamiento de una persona. La cultura se expresa través de productos tangibles como los alimentos, las viviendas, la ropa, y el arte. La cultura es dinámica y se adapta al ambiente. La cultura forma parte integral de las industrias del turismo, debido a que la misma difunde tradiciones, costumbres, formas de vida, tipos de alimentación, y demás factores que son movilizadores del turismo.
Factores sociales: en donde el comportamiento del consumidor recibe la influencia de factores sociales como los grupos. Estos pueden ser de grupos de pertenencia, como ser la familia y amigos, grupos de referencia y los grupos de aspiraciones, a los que el consumidor no pertenece y quisiera pertenecer, en su deseo de parecerse a otra persona o anhelar ser superior a otra .
Factores personales: como ser la edad del consumidor, la ocupación y la situación económica, su estilo de vida, y la personalidad. Todos ellos, factores sumamente influyentes a la hora de decidir la acción de compra de un producto.
Factores psicológicos: dentro de los cuales se destaca la motivación y la percepción.

Cada acción de compra estará influenciada por una motivación hacia la adquisición de un servicio o producto elegido.
La motivación se define como la fuerza interna que inclina la voluntad de las decisiones. En teoría turística la motivación es entonces, la fuerza interna que inclina al sujeto humano a la actividad turística. Es aquello que impulsa a una persona a realizar algo. Existen dos tipo de motivaciones detalladas a continuación.
Aquellas que responden a una obligación: Motivaciones de salud, de familia, de negocios, de trabajo, de estudio, de tramites, etc.
Aquellas que no responden a una obligación: también llamadas Hedonismo o psicológicas y que son motivaciones como de deseo de cambio, por razones culturales, por descanso, por practicas de deportes, por efectuar comprar, para conocer gente, para conocer lugares, por disfrutar de momentos de ocio o placer, etc.
A su vez, cuando el consumidor ha decidido realizar la compra de un producto ofrecido, no solo interfiere la persona que consume el mismo, sino también el papel que juega cada una. Los diversos papeles en una decisión de compra son: el iniciador, quien es quien sugiere la compra, el influenciador, quien aconseja y tiene cierta influencia al hacer la decisión de compra final, el decisorio, quien finalmente toma la decisión de la compra, el comprador, es la persona que realiza la compra y el usuario, es quien consume o utiliza el producto u servicio.

A modo de resumen, un mercado esta integrado por la oferta y demanda de productos o servicios, dentro del mismo, serán las personas quienes demandaran ese producto o servicio, y de ello depende el consumo de los mismos, en el cual intervienen la motivación y la acción de compra de los consumidores. Un aumento en el consumo de un producto o la disminución de la demanda de una oferta en especial, puede modificar ampliamente un mercado económico, por esa razón es que todos los elementos componentes de un mercado están interrelacionados y actúan en conjunto, y si alguno presenta una variación notable, el mercado se vera modificado.
La actividad turística tiene una gran importancia dentro de un mercado económico, y la dicha actividad puede lograr importantes efectos multiplicadores, beneficios para diferentes sectores, nuevos puestos de trabajo, mayor ingreso de divisas, una mayor producción junto con una reactivación económica y otros aspectos culturales y sociales.

La actividad turística y el barrio de San Telmo

El barrio de San Telmo es sin duda uno de los barrios porteños que más atractivos turísticos posee y que mas se dedica a la actividad turística.
San Telmo cuenta con atractivo turísticos culturales, naturales, arquitectónicos, y con una amplia oferta de actividades de todo tipo a realizar en el lugar.

San Telmo ha despertado un gran interés entre los turistas por su rico patrimonio cultural.
Posee el encanto de los ambientes bohemios, calles adoquinadas, el 40 % de sus construcciones son edificios históricos protegidos por una ordenanza municipal, museos, teatros, decenas de mercados y negocios en donde se comercializan objetos antiguos, los ateliers de los pintores famosos, talleres de escultores y plateros y un tentador menú gastronomico de lata calidad y precios aceptables. Por otra parte, todas sus calles huelen a Tango.
En el barrio se han llevado a cabo obras de refacción de calles, forestación, repavimento, e iluminación con farolas clásicas y bohemias. Según encuestas y estadísticas del INDEC, en el barrio de San Telmo habitan unas 80.000 personas, pero los fines de semana, deambulan por sus calles entre 7000 y 8000 visitantes.
En el año 2002, se ha realizado un informe de turismo, llamado informe de coyuntura turística del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, el cual consta de una encuesta de turismo receptivo realizada en la Ciudad de Buenos Aires durante el año 2002 y contó con la supervisión del Programa de estadísticas e impacto económico del turismo, PEIET, en el cual se da conocimiento de que el barrio de San Telmo es uno de los mas visitados por los turistas en su categoría de barrio turistico, es el principal lugar donde se realizan espectáculos de tango y en toda la ciudad de Buenos Aires, una gran parte de los turistas realizan compras destinadas a llevarse distintos tipos de souvenirs, como recuerdo de su visita al país.
Además de este informe, cada vez son mas las publicaciones en diferentes medios gráficos y notas periodísticas en donde se deja constancia de que San Telmo es una localización optima para la aplicación de la actividad turística.
Y no sólo se deja constancia de esto mediante publicaciones y archivos periodísticos, sino que solo basta con ir a dar un simple paseo a la zona, para poder observar la cantidad de turistas extranjeros que caminan por sus calles realizando compras y otro tipo de actividades.

Nuestro país esta integrado por 5 regiones geográficas:

Pcia. de Salta
Pcia. de Tucumán
Pcia. de Jujuy
Pcia. de Catamarca
Pcia de Sgo. Del Estero

Pcia. de Formosa
Pcia. del Chaco
Pcia. de Misiones
Pcia. de Entre Ríos
Pcia. de Corrientes

Pcia. de la Rioja
Pcia. de Mendoza
Pcia. de San Juan
Pcia. de San Luis

Pcia. de Córdoba
Pcia. de la Pampa
Pcia. de Santa Fe
Pcia. de Buenos Aires

Pcia. de Neuquen
Pcia. de Río Negro
Pcia. de Chubut
Pcia. de Santa Cruz
Tierra del Fuego

EL NOROESTE

Es la región geográfica de la República Argentina que comprende las provincias de Jujuy, Salta, Catamarca, Santiago del Estero y Tucumán.
Están localizadas, de ahí el nombre, en el ángulo noroccidental del territorio continental argentino. Reúne una gran variedad de aspectos fisiográficos de gran contraste entre sí, que se estructuran en tres subregiones: la Puna, la cordillera Oriental y las sierras Subandinas.
Sin embargo, la característica que individualiza al Noroeste argentino se sustenta en los aspectos sociales y sus pautas culturales, muchas heredadas de los Incas y sociedades bolivianas. En el aspecto económico, casi todas sus provincias forman parte de las que se encuentran entre las mas pobres del país, lo cual se puede observar en la sociedad y su gente. El norte de la Argentina, es una de las regiones en donde se dejan al descubierto las mayores demostraciones de cultura y tradición.

LA REGION DE CUYO

Es la región Argentina que comprende el área andina y la planicie oriental que se extiende por las provincias de San Juan, San Luis, Mendoza y La Rioja.
En su parte occidental se elevan la precordillera y cordillera andina, que alcanzan aquí sus mayores alturas como ser el Aconcagua, pico más elevado de América.
La población se concentra alrededor de los oasis cuyanos, en las vegas de los ríos.
La región posee una agricultura especializada, basada principalmente en el cultivo de uva y de olivo, ya que es una de las regiones vitivinícolas más importantes del mundo, pero también es amplio el cultivo de frutales y hortalizas.

EL NORESTE

Es la región de Argentina conformada por las provincias de Misiones, Corrientes, Entre Ríos, Formosa y Chaco.
Comprende todo el ámbito nororiental argentino coincidente con el límite internacional con Paraguay, Brasil y Uruguay.
Los ambientes que la conforman son varios; sobre la margen derecha del Paraná se halla la Llanura chaqueña, con clima tropical. Este paisaje se pierde hacia el oeste para dar lugar a un monte bajo cerrado y espinoso, con altas temperaturas y escasas precipitaciones que dificultan la presencia humana. Esta última zona es conocida como el desierto del Impenetrable, que ocupa 17.000 km^2 localizados en la provincia del Chaco.
El noroeste en una de las regiones de la Argentina, en donde más se puede apreciar la naturaleza verde y la virginidad de sus suelos.

LA LLANURA PAMPEANA

Es una vasta llanura, casi desarbolada, que se extiende por el centro de Argentina; y que la conforman las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y La Pampa.

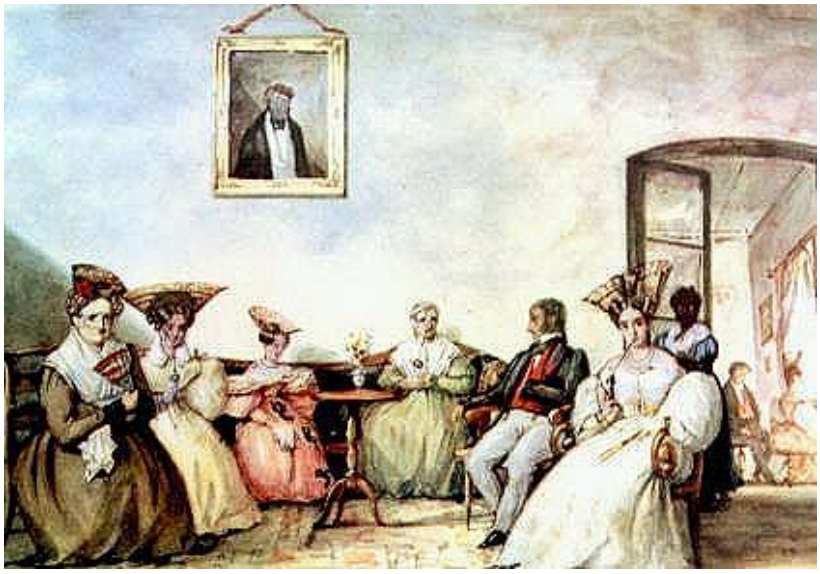
Constituye la principal región fisiográfica del país, la llanura de mayor superficie de América y una de las más extensas del mundo (700.000 km^2). Su parte oriental, conocida como Pampa húmeda, es una de las regiones más fértiles del país.
La Pampa, cuyo suelo está constituido fundamentalmente por humus (con arena fina, arcilla y cieno o lodo), totalmente libre de rocas y cantos rodados, es ideal para el cultivo de cereales.
Entre la Pampa húmeda y las estepas y travesías se sitúa la Pampa seca, que comprende las provincias de La Pampa, Córdoba (sur) y el extremo oriental de la provincia de Buenos Aires, una región menos poblada en la que predomina la ganadería y los cultivos forrajeros.
El término tiene su origen en la palabra quechua que significa 'superficie plana'.
Esta región Argentina presenta una cultura agraria y urbana propias. Se considera una de las regiones más avanzadas en cuanto a producción agrícola mundial, de donde procede la carne vacuna Argentina que se consume en el mundo. Es la región representada por la cultura del gaucho y el famoso asado argentino.

LA PATAGONIA

Es la región de Argentina, que esta formada por las provincias de Santa Cruz, Chubut, Rió Negro, Neuquen y Tierra del Fuego e islas. La Patagonia Argentina está compuesta por un conjunto de mesetas escalonadas, planicies, sierras de modesta altura y valles fluviales.
El clima de la región, típico de los desiertos fríos, se caracteriza por unos inviernos muy rígidos, con bajas temperaturas (sobre todo en las latitudes más meridionales de Tierra de Fuego)en donde las precipitaciones, sin embargo, son escasas en la Patagonia Argentina (en torno a los 200 mm anuales), y en cambio, abundantes en los sectores andino y chileno; el territorio está, en general, cubierto por una flora de tipo estepario. La primacía de la ganadería (ovinos) sobre la agricultura hunde sus raíces en los inicios de la colonización de la Patagonia (segunda mitad del s. XIX) y explica la instalación pionera de industrias dedicadas precisamente a la elaboración y conservación de productos ganaderos como ser cuero, lana, carne. Se practica la extracción de petróleo y gas natural en torno al golfo de San Jorge (Comodoro Rivadavia) y cerca del estrecho de Magallanes. Habitada por Gemakes y tehuelches, La Patagonia fue probablemente visitada por primera vez por Américo Vespucio (1501).
Finalmente, se llevo a cabo la conquista y el exterminio de los aborígenes que habitaban la zona, y en 1884 la Patagonia fue incorporada a Argentina. Se inició entonces la colonización y explotación económica de la región, a la que afluyeron emigrantes chilenos y galeses, de allí que es una de las regiones en donde mas influencia europea se puede observar. Al igual que la región del Noroeste, la Patagonia posee supremacía en cuanto a la naturaleza, pero en este caso, tiene la exclusividad de ofrecer un panorama casi único, los glaciares y los ambientes altamente fríos.

ARGENTINA: Nuestra Gastronomía Regional

La cocina Argentina no tiene una tradición: tiene todas las tradiciones.
La Argentina se pobló con el aporte inmigratorio principalmente italiano y español, además de tanta otra gente de los mas dispares lugares del mundo.
Cada uno aportó "su tradición" y el tiempo y la creatividad las sintetizó en una sola: "Tradición de Tradiciones".
Argentina se caracteriza, como otros países del mundo, por tener una gastronomía propia y variada, rica y elaborada, ya que cada una de sus regiones ofrece platos típicos que conjugan cultura, tradición, creencias y valores en un fin único, el de brindar su historia a través de una diversidad de aromas, colores y sabores incomparables.
Muchos de los platos tradicionales vienen de distintas cocinas colonizadoras (españolas) y corrientes migratorias. De esa cocina europea heredada, los argentinos modificamos gran número de recetas típicas con la incorporación de alimentos indígenas.
Con la colonización, los inmigrantes procedentes del sur de Europa constituyeron sin lugar a dudas, el mayor contingente de personas ingresado al país entre mediados del siglo XIX y la primera parte del siglo XX; en este contexto su aporte representó casi el ochenta por ciento del total de los inmigrantes arribados.
La gran inmigración procedente de Europa se hizo notar rápidamente en la época de la colonia. Buenos aires poseía inmensas mansiones, colmadas de patios con aljibes y amplios comedores, en donde las señoras europeas, pasaban tardes enteras tomando el te, bordando y conversando, mientras la servidumbre estaba en las grandes y frías cocinas preparando todo tipo de alimentos.



Otro sector procedente de la inmigración Europa, el que estaba mas marginado y el que debió llegar a nuestro país en busca de un futuro mejor, debía instalarse en los famosos conventillos, y fue allí donde trataron de mantener sus costumbre y propias culturas, que con el tiempo se mezclaron con las argentinas y se logro una fusión de culturas, tradiciones, música, costumbres y ritos culinarios.
Muchos de estos inmigrantes se instalaron en otras provincias argentinas, y dieron orígenes a las colonias de inmigrantes, como ser las colonias instaladas del sur o el

noreste, en donde se pueden hoy en día practicar todas sus actividades culturales, degustar sus gastronomía local, escuchar su música y observar sus tradiciones.

Gran influencia en la gastronomía Argentina es la que tiene el gaucho, personaje esencial de nuestra cultura y tradición.
Al gaucho de las pampas se lo asocia inmediatamente con el mate, el asado, el campo y con su clásica vestimenta, que despierta un gran interés en los visitantes a nuestro país y su fama es internacional. El mismo casi siempre esta acompañado por su paisana y su inseparable poncho.

La inmensa gastronomía de nuestro país, está ya argentinizada. La gastronomía Argentina es de fama mundial, y en representación de la misma se destacan productos como la carne Argentina, considerada una de las mas exquisitas del mundo, por no decir la mejor, excelentes vinos, el tradicional mate y el dulce de leche entre otros.

Así la cocina criolla se ha ubicado en un lugar de privilegio dentro del marco cultural mundial.
Ella nos representa y es valorada no sólo por sus características, sino por su sello peculiar, representado por los aromas de nuestros platos, los sabores, las texturas y los colores de los mismos.
El producto representativo de nuestra gastronomía que más reconocimiento tiene en el mercado exterior es la carne Argentina junto con la yerba mate, para luego continuar con los vinos, conservas y otros productos.
Pero hay una rama de la gastronomía Argentina que todavía no esta del todo difundida y recién en los últimos tiempos se ha comenzando a explotar y a promocionar ciertos productos.
Esta rama de la gastronomía, son los postres o dulces argentinos, ósea la gastronomia regional dulce, integrada por los clásicos postres de la época de la colonia, perdidos y olvidados en el tiempo, las recetas heredadas de inmigraciones y dulces artesanales que fueron pasando de familia en familia, los postres que fueron derivados de fusiones y modificaciones de otros postres, y los dulces que han sido invento de nuestra cultura.
La gastronomía dulce de nuestra Argentina, está representada por los clásicos postres argentinos, los cuales son reconocidos en todo el mundo.

Los Postres Regionales

Capítulo aparte, en nuestra gastronomía, merecen los postres argentinos que tan bien aceptados están en el hábito popular de nuestra gente y en el extranjero.
Dentro de esta categoría especial, hay una inmensa variedad de postres y bebidas clásicas, que identifican a nuestro país, más allá del conocido dulce de leche.
La Argentina, dentro de su diversificación de zonas geográficas, posee regiones altamente marcadas por una geografía especial y condiciones óptimas para el cultivo o la producción de ciertos productos, propios del lugar, como ser distintos tipos de frutas, o frutos secos.
Esto hace que en cada región geográfica sobresalgan productos locales típicos de esas zonas, mas allá de que ellos se conozcan en todo el país e incluso se pueden conseguir en otros lugares, ya que muchísimos productos elaborados en zonas especificas se venden al interior del país, e inclusive se exportan a diferentes mercados.
Los postres argentinos, son altamente aceptados no solo por los propios argentinos, que los consumimos día a día, sino también por distintos visitantes de otras culturas, países y generaciones, los cuales en su mayoría ingresan a nuestro país para practicar actividades turísticas, y que son tentados por alguno de nuestros clásicos postres que nunca faltan en los hoteles y restaurantes de casi todo el país.
Como se ha detallado anteriormente, los postres de nuestro país están formados por antiguas recetas heredadas de las inmigraciones, por recetas familiares, por fusiones entre distintas manifestaciones de culturas y por también por propio invento argentino.

Hay una gran variedad de postres y productos dulces, que en su amplia gama están integrados por dulces y jaleas clásicas y típicas de nuestra cocina, como el ya tan famoso dulce de leche y otros dulces, los postres integrados por harinas y otros derivados, como ser todos los productos de pastelería, incluyendo pastelitos, buñuelitos y tortas, las recetas heredadas de diferentes corrientes migratorias, como ser los productos que conforman la repostería Europea, postres que han sido creados por los representantes de nuestra cultura, como ser los gauchos y sus paisanas, y también diversas bebidas e infusiones dulces y semiamargas que ya son toda una tradición.

A continuación se detallan los productos predominantes y los postres más representativos de cada región geográfica de la Republica Argentina, junto con las características culturales propias de las mismas.

EL NOROESTE

La gastronomía de esta zona, posee características geográficas especiales, como las altas temperaturas, el clima seco y las tierras difíciles para el cultivo.
En estas tierras se puede observar una gran influencia peruana y boliviana, lo cual se hace notar en la comida altamente condimentada y muy sustanciosa, y a su vez los platos son fuertes y cargados de diferentes productos.
La mayoría de los dulces de la zona, son todos propios de la región y se explotan para su elaboración los productos que allí se cultivan.
La producción de esta región se caracteriza sobre todo por los complejos azucareros y el cultivo de cítricos.
La caña de azúcar es un cultivo industrial que tiene una importante significación económica para la región. Tucumán es la más importante por la superficie cultivada.
El principal derivado de estos productos son las bebida alcohólicas y los jugos.
En base a estos productos, un dulce representativo de la zona es el turrón de caña y los caramelos de caña.
En cuanto a los cítricos, son cuatro las especies más cultivadas en la región y ellas son el limón, la mandarina, la naranja y el pomelo, siendo el limón el cítrico de mayor importancia. También se cultiva lima.
En la actualidad Argentina un importante productor mundial de limones.
Dejando de lado los cítricos, entramos al sector hortícola, en donde predominan los cultivos de duraznos, mayormente en salta y las frutillas en Tucumán.
Dentro de los propios postres norteños, un producto representativo del noroeste es el higo de tuna y el cayote, el mismo es un fruto fibroso de aspecto exterior similar a una sandía, pero de tamaño muchísimo menor, del cual se obtiene un sabroso dulce, al ser cocinado con azúcar. Es el relleno de las empanadillas, se lo puede acompañar con nueces, quesillo, tostadas, bizcochos o solo.
También debe mencionarse el dulce de zapallo, ya que es importante decir que el zapallo se utiliza desde la época colonial en la región del noroeste sobre todo para guisos y carbonadas.
Además del dulce de zapallo, el mismo es muy común encontrarlo como dulce de zapallo en almíbar, para lo cual se troza en pequeños daditos y se cocinan en almíbar, por lo cual adquieren una consistencia crocantes y sumamente dulce.
Un rubro importante de la gastronomía de la zona, son las especies. Entre ellas sobresale el anís para aplicar a la repostería.
Como derivados de todos estos productos, podemos encontrar en la región del noroeste, dulces, jaleas y mermeladas de limones, limas, mandarinas, pomelos, higos, naranjas y en especial el dulce de cayote.
Como consecuencia de la gran producción de azúcar, encontramos, turrones, caramelos, confituras y tabletas de azúcar.
De la gran influencia española, se ha heredado un postre típico del norte, el cual es casi desconocido, llamado gaznates, que consta de una pequeña y fina masa dulce y frita, rellena de diferentes dulces, en especial dulce de leche.

También debe destacarse otro postre típico de la región, los alfeñiques. Ellos son esferas de un almíbar espeso con jugo de limón, anís o menta, el cual una vez cocido tiene la textura de un caramelo duro, con formas pocos regulares.
Otro postre caracteristico de la zona es el famoso anchi, hecho con sémola amarilla, agua, azúcar y limón. Suele añadírsele miel de caña para hacerlos mas dulce.
No hay que dejar de mencionar las capias, también llamadas masitas dulces elaboradas a base de azúcar, canela, maizena y anís.
Dentro de las bebidas de la zona, encontramos distintos tipos de arrope y de aloja.
El arrope es similar a una especie de jalea liquida o a una miel saborizada, elaborada a base de azúcar y frutas, mientras que la aloja es una bebida elaborada a base de alcohol, bastante fuerte y seca, también a base de frutas. Ambos pueden ser de tuna, de distintos frutos, de miel y el más conocido, el de caña de azúcar.
Una de las bebidas locales mas representativas es la chicha, una bebida fermentada de origen indígena que contó con pocos adeptos entre la gente culta, por lo menos cuando se elaboraba según el sistema de los indios.
Era la chicha la bebida preferida de los indios del noroeste argentino, y su preparación y consumo está aún en vigor. Resulta de la fermentación del maíz, y se hace utilizando como fermento una levadura especial, o bien por medio de la saliva humana, lo que requiere la masticación de la harina de maíz. La preparación antigua se realizaba en la cocina donde se juntaba toda la familia y comenzaban a pasarse la masa, cada uno de los integrantes la masticaba un tiempo y escupía en una palangana, luego se juntaba ese jugo que daría origen a la chicha.
A la chicha obtenida por este procedimiento se le llama chicha nuqueada, prohibida actualmente en Jujuy por considerarla antihigiénica y peligrosa para la salud de los consumidores.

LA REGION DE CUYO

Ya es de fama mundial, que la región de cuyo es de optimas condiciones para el cultivo de la vid y los olivos, y la economía se maneja en base a estos cultivos.
De la vid se derivan aceites, vinagres, salsas, bebidas alcohólicas, entre ellas licores, alojas, y algunos de los mejores vinos del mundo.
Los dulces de la región están caracterizados por la presencia de la miel, otro principal producto económico de la región, al igual que las frutas secas, como ser nueces, almendras, pistachos, pasas y avellanas.
Dentro de los frutos regionales se pueden mencionar los duraznos, las ciruelas y los damascos.

De estos productos, se elaboran gran cantidad de dulces y jaleas, confituras, mermeladas, esencias y licores.
También existen diferentes tipos de miel, algunas saborizadas, la cual con el quesillo de oveja, forman un excelente postre clásico de la zona.
Dentro de la provincia de Mendoza, sobresalen los alfajores mendocinos, los cuales puede ser de distintas variedades de rellenos y coberturas, y las tabletas mendocinas, rellenas de diferentes dulces y particulares por su cobertura a base de un glaseé saborizado.
Un postre representativo es la quesadilla que se prepara en forma de alfajor, y consta de una pasta hecha con harina de trigo amasada con grasa y secada al horno.
Entre dos tapas se agrega miel, harina y canela y se puede optar por algún tipo de cobertura.

Entre las bebidas clásicas, podemos encontrar diferentes tipos de licores, como ser el licor de uvas, licor de miel, y de nuez, y el típico arrope de uva y miel, además de las alojas y excelentes vinos dulces.
Una bebida clásica de esa zona, es el api, aunque también tiene otro nombre. Esta bebida se realiza hirviendo agua con harina de maíz morado, limón, canela, clavo de olor y azúcar y se puede servir caliente o fría.

EL NORESTE

La región del noreste, también se vio en gran parte influenciada por la llegada de inmigrantes y con ellos, sus costumbres y sus culturas asentadas en las colonias como ser las alemanas, ucranianas y suizas.
Estas tierras poseen excepcionales condiciones para el cultivo de frutas y otros productos como ser el te y la conocida yerba mate.
La Provincia de Misiones posee grandes espacios geográficos destinados al cultivos de la yerba mate.
Entre los frutos destacados de la zona, se pueden mencionar el membrillo, el kinoto, el zapallo, la banana, la guayaba, el caraguatá y el mamon (o también conocido como la papaya), que son los frutos mas exóticos de la zona, además de las naranjas, limones y pomelos.
En base a estos productos se elaboran dulces, jaleas y mermeladas de kinoto, de membrillo, de mamon, de batata y el original dulce de banana.
Uno de los postre clásicos de la zona es el anchi y los huevos quimbos, que también los encontramos en la región pampeana.
Uno de los productos más conocidos de esta región es la yerba mate.
El Mate

El mate es una bebida similar al té que se consume principalmente en Argentina, Uruguay, Paraguay y sur de Brasil. Se elabora a partir de las hojas y tallos secos del árbol perenne Ilex paraguarensis y se le da el nombre de "yerba mate". La yerba mate es una planta arbórea de hojas lampiñas, oblongas y aserradas en el borde, fruto en drupa y flores axilares blancas, con cuyas hojas se elabora la infusión.

El nombre "mate" deriva de la palabra quechua "matí" que significa vaso o recipiente para beber. El nombre científico *Ilex paraguariensis*
Es una planta tropical y subtropical que necesita altas temperaturas y humedad y hasta 1500 mm de lluvia anual. Por esa razon, la planta crece en zonas boscosas y templadas, como los bosques subtropicales de la provincia de Misiones, allí además tiene el riego de la lluvia, parejo durante todo el año. Se producen unas 500.000 toneladas de mate al año. La Yerba Mate es una planta rica en vitaminas, además estimula la actividad muscular y pulmonar y es capaz de intervenir en la regulación de los latidos cardíacos, aumentándolos y disminuyendo así la presión arterial. Produce una sensación de bienestar, vigor y lucidez intelectual, basado en la presencia del alcaloide mateína. Es diurética, digestiva y optimiza la absorción nutricional del organismo regulando en general todas sus funciones de asimilación.
El famoso mate, generalmente es de sabor amargo y acre, y para endulzar esta infusión, a veces se le agrega un poquito de canela y de corteza de limón.
El recipiente en el cual se prepara el mate, es una calabaza, en el se coloca sobre un soporte de plata, y el líquido es absorbido a través de un tubo de plata, provisto en su extremidad inferior de un ensanchamiento globular, todo perforado por pequeños agujeros para evitar que alguna partícula de la hierba pase por él.
Esta extremidad se llama bombilla y el diccionario de la Real Academia Española, define bombilla como una caña delgada de que se sirven para sorber el mate en América, tiene unos veinte centímetros de largo y medio de diámetro, y por la parte que se introduce en el líquido termina en figura de una almendra llena de agujeritos, para que pase la infusión y no la hierba del mate. También las hay de plata y oro. Los guaraníes colocaban el agua para calentar en una vasija de barro cocido. Pero con la llegada de los conquistadores vinieron también los calderos de cobre que reemplazaron a las vasijas aborígenes. Tenían forma de jarra y no

llevaban tapa. A mediados del siglo diecinueve la pava, que se empleaba en las ciudades, "viajó" al campo y nuestros gauchos se habituaron a ella.

El mate, además de ser una infusión, tiene carácter social porque cebar mate es un ritual que forma parte de la vida cotidiana.
La costumbre Argentina obliga a tomar el mate con tortas fritas, acompañamiento de esta bebida que esta hecho a base de una masa dulce, formada por harina, leche, azúcar y sal, frita en grasa.

El mate tiene un lenguaje propio y según la forma en que se lo sirva y sus ingredientes, los códigos más populares son:

Mate amargo:	Indiferencia
Mate dulce:	Amistad
Muy dulce:	Habla con mis padres
Muy caliente:	Ardo de amor por ti
Hirviendo:	Odio
Lavado:	Rechazo
Espumoso:	Cariño verdadero
Con miel:	Casamiento
Con café:	Ofensa perdonada

Otras opciones de bebidas clásicas que se presentan en la provincia de entre ríos, son el licor de yatay, elaborado con el fruto de la palmera yatay y el licor de caraguata

LA LLANURA PAMPEANA

En esta región se dio origen a uno de los productos argentinos gastronómicos mas conocidos en el mundo entero, el dulce de leche, el cual reina en todo el país.
Pese a las controversias sobre su origen, la historia cuenta que el dulce de leche nació en la Argentina un 17 de julio de 1829 en la localidad de Cañuelas, Provincia de Buenos Aires, durante un encuentro entre el General Lavalle y Juan Manuel de Rosas, ambos figuras políticas de la Argentina, cuando por culpa de una sirvienta que estaba cocinando leche para la hora de la merienda, la misma se paso de cocción, quemándose y adquiriendo una consistencia pastosa y espesa de color oscuro.

Esto dio nacimiento al dulce de leche.
Otro dulce imposible de no mencionar, es el alfajor, que se ha constituido en un producto emblemático argentino.
De origen árabe, cuyo nombre deriva de alfahúa, y alajú en español, en nuestro país esta formado por dos piezas de masa dulce cocida al horno y pegadas con dulce, generalmente leche.
Los alfajores también pueden tener diferentes rellenos, coberturas y aromas, y también se encuentran los tipo de maicena, otra especie de harina dulce, aun mas representativos de la zona.

Con un aspecto similar al de un alfajor, de Córdoba y Santa Fe son características las colaciones, las cuales pueden ser de diferentes sabores y coberturas.
Consta de una fina capa de masa ovalada en donde se rellena con diferentes dulces y luego se cubre con una especie de glasee o confitura.

Es imposible dejar de mencionar el budín de pan, a base de pan viejo, leche y frutas secas, el cual se acompaña con crema o dulce de leche, que junto con el clásico flan casero, en base a leche, azúcar y huevos, bañado en caramelo, representan dos clásicos postres argentinos.
También forman parte de los platos dulces, los conocidos panqueques, los cuales pueden ser elaborados a base de leche y harina solos o con rodajas de manzana o banana.
Los mismos se pueden rellenar con el dulce de leche, distintas mermeladas o crema y helados.
Los típicos pastelitos de membrillo o batata, merecen mención aparte y son el postre característico del campo argentino, que consiste en una fina masa casi de hojaldre, rellena de dulces y cerrada de forma similar a un pequeño paquetito, el cual luego se fríe en grasa de cerdo y se puede espolvorear con granolas, azúcar o coco rallado. Es uno de los postres más antiguos del país, ya que consta de la época de la colonia alrededor del año 1810.
Este dulce, también es utilizado para elaborar la tarta pasta frola, en base a una mase dulce y el relleno de dulce de membrillo y dulce de leche, cubierta con tiritas de la misma masa dulce y horneada.
También es un postre ya clásico de nuestra cultura, el llamado postre vigilantes, que consta de una rodaja de queso y una rodaja de dulce de membrillo.

Un postre realmente delicioso, del cual deriva su nombre, es el manjar del cielo. Especie de crema que se como bien fría, a base de leche, azúcar, huevo y esencia de vainilla, la cual le da un sabor especial.
Mención aparte merece la mazamorra.
Es el postre rural que más rápidamente se impuso en nuestro país, esta hecho a base de una especie de crema.
En la provincia de Buenos Aires la vendían los negros emancipados en los barrancones de la Recova de la Plaza Mayor en épocas de 1800.
Se dice que la mejor mazamorra la traían ellos, porque la llevaban a caballo y al ser sacudida en los tarros mientras llegaban a su destino, la misma era bien batida quedaba mucho más rica.

En corrientes y Misiones la llaman caguiyi y api en Santiago del Estero.
En la zona de San Pedro, y como consecuencia de la inmigración de una familia que vivía en Mallorca, España, se puede degustar la ensaimada, biscochuelo esponjoso y abierto al medio, relleno con crema pastelera y espolvoreado con azúcar impalpable.
La elaboración de este postre es típica de esta localidad, ubicada en la provincia de Buenos Aires.

También debemos mencionar los huevos quimbos, que se remontan a la época anterior al nacimiento de la nación Argentina, es decir, cuando el inmenso territorio suramericano pertenecía a la colonia española y es de origen árabe por cocinarse en moldes llamados quimberas.
Las versiones de este postre, evidentemente dada la internacionalidad adquirida, son numerosas, pero es uno de los más tradicionales y antiguos de la gastronomía dulce regional.
El mismo esta elaborado a base de huevos cocidos de una forma especial y bañados en un espeso almíbar aromatizado y especiado, por lo que adquieren una textura cremosa y espesa.
Otro postre argentino clásico de esta región es la ambrosia, hecha a base de yema de huevo y muchísima azúcar, lo cual logra una textura cremosa y sólida.
El mate también es de gran influencia en esta región, como en casi todo el país, pero otra bebida característica de los campos pampéanos es el Guarapo.
Es una especie de hidromiel, que se hacía sobre la base de miel y agua, fermentado. Se tomaba por lo general como calmante de la sed, y lo tenía casi siempre el campesino que hacía algún trabajo expuesto al sol en los campos argentinos.
Los clásicos acompañantes del mate son los biscochitos de grasa, cuernitos de grasa, y las facturas criollas.
Las mismas son panificados dulces, con diversas formas, generalmente pequeñas, las cuales están integradas por una masa dulce y distintos rellenos como el dulce de leche, o el dulce de membrillo, y se bañan con glasee o azúcar impalpable. También las hay de distintas masas saborizadas y pueden ser horneadas o fritas.
Entre ellas se destacan los vigilantes, los cañoncitos de dulce de leche y los churros recién fritos y espolvoreados con azular, los cuales también pueden estar bañados en chocolate y rellenos de dulce de leche, además de las tortas fritas.

<u>El Gaucho Argentino</u>

Su origen se remonta al 1600, cuando las llanuras a ambos márgenes del Río de la Plata estaban repletas de ganado salvaje llegados a estas tierras con Pedro de Mendoza, el primer adelantado del Río de la Plata, en 1538.
En ese entonces el gaucho era el habitante vagabundo de las pampas, que viajaba sin rumbo fijo en su caballo, con boleadoras, lazo y cuchillo como único equipaje, y a veces acompañado por una mujer.

Su destino, fue diverso; algunos se alistaron para luchar en las montoneras con los caudillos federales, alcanzando con esto un nuevo y mejor status. Otros se emplearon como peones en los saladeros de carne, o trabajaron en las haciendas, de esto último deriva el nombre genérico "gauchos" para todos los hombres de campo, de a caballo, sean éstos peones o estancieros, quienes se enorgullecen de vestir a la usanza gauchesca como identificación con su labor y su tierra.
El gaucho fue marginal, pero aún así se lo veía con mucho respeto, por ser libre, duro, por su extraordinaria destreza como jinete y ser hábil con las manos, por su solidaridad y su ingenio.
La figura romántica del gaucho, como hombre independiente y rudo, pero leal y sabio fue emblemática para autores como José Hernández el cual escribió el famosísimo Martín Fierro.
Estos relatos, como tantos otros, han hecho del gaucho un personaje mítico, que con el tiempo se fue transformando en un arquetipo de los "valores esenciales del ser argentino".
El gaucho tiene relación directa con el mate y las tortas fritas, con el guarapo y las alojas, con los pastelitos de membrillo y otros elementos de nuestra gastronomía.

Hoy en día el gaucho vive austera pero confortablemente en contacto con la naturaleza, conservando tanto sus costumbres rurales y sus tradiciones como así también su medio ambiente.

LA PATAGONIA

Las condiciones de aridez y semiaridez, los fríos intensos y las condiciones climáticas que caracterizan a la Patagonia han influido de manera decisiva en la producción de alimentos.
Pese a esto, hay oasis de regadío en las provincias de Neuquen y Rió Negro, donde se ha desarrollado la agricultura intensiva.
El valle de Rió Negro es una de las mejores áreas del país para cultivar manzanas y peras, teniendo en cuenta los derivados de estos productos.
En toda la región de la Patagonia podemos encontrar diferentes frutas finas, como ser las moras, la frambuesa, las guindas, el cassis, los arandanos, las cerezas, y las grosellas, sin olvidarnos de las frutillas, las manzanas, las peras.
Un fruto característico de la zona es la rosa mosqueta, la cual junto con las demás frutas mencionadas, son utilizadas en productos derivados como licores, dulces, mermeladas, helados, cremas, jaleas y esencias naturales.
El fruto mas solicitado y el mas original es el calafate, propio de la localidad del mismo nombre, del cual derriban jaleas, dulces, licores y demás. Hay un producto que es altamente buscado por los europeos, el Chutney. Mezcla equilibrada de tomates, y diferentes frutas rojas, cocinadas en azúcar, elcual adquiere una textura untuosa y un leve sabor agridulce.
Sin embargo, el producto representativo de la zona, son los chocolates.
Hay nada menos que 130 variedades de chocolate.

Estos poseen diferentes tipos, tamaños, colores, aromas, y se incluyen frutos secos, frutas, bebidas alcohólicas, especias y esencias para realizar distintos tipos de chocolates. Los tipos de chocolates más comunes son el chocolate en rama, conocido por su elaboración y las distintas trufas.
En base a los chocolates, también se elaboran otros postres como ser los souflees de chocolates, las fondees de frutas frescas en chocolate con leche y distintas clases de puddings.
Gracias a la inmigración europea, y a todas las recetas que se han adquirido como producto de la inmigración, se dio origen a una gran colonia, la colonia galesa de Gainman, símbolo de las mas exquisitas tortas, como ser la famosa torta galesa, la torta negra o la selva negra y donde varias veces al año, integrantes de la realeza Holandesa y otros países como Gran Bretaña, suelen visitar esta zona para degustar los sabores y paisajes que en ella se encuentran.
Otra colonia no menos famosa es Trevelin, en la cual también conservan la tradición del té de las cinco de la tarde, con tortas galesas y todo tipo de panificados dulces como ser masas secas y scones.
Dentro de las bebidas características de la región, la que mas sobresale es la cerveza, en la mayoría de los casos saborizada, y el clásico chocolate caliente, además de todo tipo de licores frutales, cafés saborizados y excelentes wiskies escoceses.

Metodología

Para llevar a cabo la realización de la investigación aplicada al futuro proyecto de inversion Dulzuras de mi Argentina, y lograr así el cumplimiento de los objetivos planteados, se ha seleccionado realizar un análisis cuantitativo sobre las unidades de análisis, a través de la realización de encuestas, para las cuales se ha llevado a cabo una salida de campo, la recolección de los datos y el análisis de los mismos.
A continuación se detallarán las unidades de análisis a estudiar, y se definirán las variables a operacionalizar, junto con sus valores y dimensiones en caso que las mismas los posean.
Se explicará el universo de estudio o la población que se empleó en esta investigación y se tomará la muestra de ese universo de estudio.
Se evaluara y seleccionara el instrumento utilizado para la recolección de los datos y de la información.
Luego se procederá a la realización de una matriz de datos, para poder asentar toda la información recogida y analizada mediante el instrumento seleccionado y realizar el procesamiento de los datos adquiridos. Los datos recogidos se analizaran cuantitativamente, por medio de codificaciones y tabulaciones realizadas en el sistema de computación perteneciente el programa Windows, Excel.
Se realizará un análisis de dichos datos, en el cual se explicará dicha matriz y se representarán los resultados gráficamente.
Para culminar la investigación se formulará un informe final con las conclusiones de la misma.

Definición de variables a investigar

Unidades de análisis:

Visitantes de la zona.

- Se tomaron como visitantes de la zona, a todas las personas que arribaron a la misma, cualquiera sea su nacionalidad, o sea que podrán ser turistas extranjeros, turistas internos o simplemente excursionistas.

FE DE ERRATAS

VARIABLE: Nacionalidad del visitante
Dimenion: Extranjero
Argentino
Valor: Si / No
VARIABLE: Edad de los visitantes
Valores: 20 a 29 años
30 a 59 años
mayores de 60 años
VARIABLE: Motivo de vista a la Ciudad de Buenos Aires
Dimension: Vacaciones
Negocios
Estudios
Salud
Otros.
Valor: Si / No
VARIABLE: Motivo de la visita al barrio de San Telmo
Dimenion: Compras
Tango
Cultura
Gastronomía
Ocio
Otros.
Valor: Si / No
VARIABLE: Demanda Potencial
Valores: Si
No
VARIABLE: Posibilidad de compra del producto
Valores: Bajo
Medio
Alto
VARIABLE: Productos preferidos
Dimension: Dulce de leche
Dulces y jaleas
Alfajores y afines
Chocolates y golosinas
Miel
Licores e infusiones
VARIABLE: Motivacion de compra del producto
Dimension: Souvenir
Gusto o satisfacción del producto elegido
Fama del producto
Relacionarse con la cultura gastronómica del país
Curiosidad
Otros

Valor: Si / No

Población y muestra de la investigación

Universo de Estudio

Universo por comprensión: Visitantes del barrio de San Telmo, tanto sean turistas extranjeros, internos o excursionistas o residentes de la zona.

Universo por extensión: Aproximadamente entre 7000 y 8000 personas por semana que visitan el barrio de San Telmo.
Nota: el universo por extension ha sido determinado luego de recaudar distintos tipos de informacion, tales como ser datos estadisticos e información brindada por personas residentes y comerciantes del barrio de San Telmo.

Muestra:

Tipo de muestra:

Simple al azar

Tamaño de la muestra:

Realizada sobre 100 personas que visitaron el barrio de San Telmo durante el mes de Julio del año 2003, los cuales se encontraban en cercanías a la Plaza Dorrego cita en la calle Humberto 1° y la calle Defensa entre las 14:00 hs y las 18:00 de los días que abarcan los fines de semana del mes ya mencionado.

Toma de la muestra

Formula a aplicar:

$$\frac{\partial^2 . P. (1 - P) . N}{E^2 . (N-1) + \partial^2 . P(1-P)}$$

∂ = Nivel de confianza
P = 0.5 Probabilidad
E = 2.5 %
N = Numero del universo de estudio

NOTA: El numero del universo de estudio que se tomó en la zona es de 8000 visitantes por fin de semana, o sea por el día sábado y por el día domingo. Por ende el resultado de la muestra válida para el fin de semana se dividió por dos, para que el resultado sea de una muestra diaria.

Resultado:

$$X = \frac{(68.3)\ 2\ .\ 0.5\ .\ (1\text{-}0.5)\ .\ 8000}{6.25\ .\ (8000 - 1) + (68.3)\ 2\ .\ 0.5\ (1.0.5)}$$

$$X = \frac{4664.89\ .\ 0.5\ .\ 0.5\ .\ 8000}{(6.25\ .\ 7999) + (4664.89\ .\ 0.5\ .\ 0.5)}$$

$$X = \frac{9329780}{51159.9}$$

$$\frac{X = 182.35}{2}$$

$$\boxed{X = 91}$$

Instrumentos de recolección de información

Selección de Instrumentos:

Se ha elegido como instrumento utilizado para la recolección de datos las Encuestas Personales.

Las encuestas están constituidas por una breve introducción, en donde se llevó a cabo un presentación de la investigación y se le ha explicado a la persona entrevistada el por qué se realiza la misma, y cuáles son los objetivos.

Luego se dispone una serie de siete preguntas, y se realiza a modo de glosario, una breve descripcion de conceptos y aclaraciones.
A modo de finalización, se realiza un agradecimiento y hay un espacio para agregar o aclarar algun tipo de comentario.
Las mismas fueron realizadas en dos idiomas, Castellano e Ingles.
A continuacion se detallan los tipos de preguntas que se utilizaron en las dichas encuestas.

Tipos de preguntas

Las encuestas presentan preguntas:

- Cerradas dicotómicas
- Cerradas con listado de respuestas (de variada elección)
- Semicerradas (incluyen la opción otros)
- Preguntas filtro

Recoleccion de información

Prueba piloto

- Para la realización de la encuesta, se llevó a cabo una prueba piloto, para poder así detectar errores de tipeo, conceptos confusos o no especificados, preguntas mal formuladas o sin relevancia, y cualquier otro tipo de información que fuera necesaria modificar para poder lograr un optimo resultado en la salida de campo. Gracias a la prueba piloto, la cual se realizo dos semanas antes de la salida a campo final, la encuesta fue modificada una sola vez, para poder lograr una mayor aceptación por parte del entrevistado.

Salida a campo

- La salida a campo se llevó a cabo en el barrio de San Telmo, en las cercanías a la plaza Dorrego, durante el mes de Julio del año 2003 entre las 14:00 hs y las 18:00, los días que abarcan los fines de semana de los meses ya mencionados.

Para la recolección de los datos se han realizado un total de 100 encuestas personales, aplicadas sobre las unidades de análisis anteriormente definidas y que forman parte de la muestra del universo de estudio.
Para recolectar la información además de las encuestas se han utilizado planillas de Excel y hojas de notas.

ENCUESTA DE DEMANDA POTENCIAL SOBRE PRODUCTOS GASTRONOMICOS REGIONALES DULCES DE LA ARGENTINA

Lugar: SAN TELMO Fecha: Julio 03

- ***Introducción***

1) ¿Cúal es su nacionalidad ?

Extranjero ___ Argentino ___

2) ¿ Cúal es su lugar de residencia actual ?

_____

Edad: 20/29 años ___ 30/59 años ___ mayor 60 años ___

3) ¿ Cual es el motivo de su viaje o visita a la Ciudad de Buenos Aires ?

Vacaciones ___ Negocios ___ Estudios ___ Salud ____ Otros ___

4) ¿ Cual es el motivo de su visita al barrio de San Telmo ?

Realizar compras _____ Conocer el Tango ____
Conocer la historia y cultura del lugar _____ Gastronomía ____
Otros _____ Tiempo libre / Ocio ____

5) ¿ Usted estaría interesado en consumir o comprar productos gastronómicos regionales dulces de la Argentina ?

Si ___ No ___

¿ Como seria su interes en cuanto a consumir o comprar productos gastronómicos regionales dulces de la Argentina ?

Nivel de interés									
Bajo			**Medio**				**Alto**		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6) ¿ Cuáles de los siguientes productos estaría dispuesto a consumir o a comprar ?

SI	NO	PRODUCTOS
		Dulce de leche
		Mermeladas y jaleas dulces
		Alfajores, colaciones y afines
		Chocolates, Golosinas y afines
		Miel
		Licores e infusiones

Aclaración:
Mermeladas y jaleas: se refiere a todo tipo de dulces en forma de mermeladas, jaleas y conservas a base de frutas regionales y azúcar. Se utilizan para relleno de tortas, o acompañar panes y galletas.

Alfajores y afines: galletas de masa dulces rellenas con mermeladas o dulce de leche y cubiertas con chocolates, azúcar impalpable o glasé. Pueden prepararse de diferentes rellenos y formas. Es una golosina o producto regional muy difundido en el país.

Golosinas: todo tipo de caramelos y turrones elaborados a base de azúcar, leche y frutas. Pueden variar su forma, sabor y color. Dentro de esta categoría también se incluyen los chocolates y sus derivados.
Licores e infusiones: bebidas elaboradas en base a alcohol, azúcar, miel y distintos frutos locales, que experimentan un periodo de fermentación para su realización. Se utilizan para acompañar postres, luego de las comidas o en reuniones con amigos. Infusiones no alcohólicas: bebidas elaboradas en base a hierbas naturales, que son propias de cada región. Se utilizan para calmar la sed o para acompañar distintos productos dulces, como las galletas o biscochos.

7) ¿ Cual sería su motivación principal por la cual consumiría o compraría productos gastronómicos regionales dulces de la Argentina ?

- [ ] Obsequio o Souvenir
- [ ] Por gusto o satisfacción de la degustación del producto elegido
- [ ] Por fama o conocimiento del producto elegido
- [ ] Para involucrarse con la cultura gastronómica del país
- [ ] Por curiosidad
- [ ] Otros

- Agradecimientos

NOTA: _____

_____

_____

SURVEY ON A POTENCIAL DEMAND OVER REGIONAL SWEET FOOD PRODUCTS	
Place: SAN TELMO	Fecha: Julio 03

- *Introduction*

1) ¿What is your nationality ?

Foreigner ___ Argentinian ___

2) ¿Where is your actual address ?

_____

Age: 20/29 años ___ 30/59 años ___ mayor 60 años ___

3) ¿What is the main reason of your visit to Argentina?

Vacations ___ Business ___ Studies ___ Health ____ Others ___

4) ¿What is the main reason of the visit to San Telmo?

To do shopping _____ To Know about Tango____
To know the History and Culture of the place_____ Food ____
Others _____ Spare time ____

5) ¿ Are you interested in the consumption of the sweet regional food?

Yes ___ No ___

¿ In what level are you interested in the consumption of regional food of Argentina ?

Nivel de interés									
Bajo			**Medio**				**Alto**		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6) ¿ Which of the following products are you willing to consume or buy ?

SI	NO	PRODUCTOS
		Sweet of milk
		Jams
		Moon Pies, colaciones y afines
		Chocolates and sweet
		Honey
		Liqueur or infusions

Aclaración:
Mermeladas y jaleas: se refiere a todo tipo de dulces en forma de mermeladas, jaleas y conservas a base de frutas regionales y azúcar. Se utilizan para relleno de tortas, o acompañar panes y galletas.

Alfajores y afines: galletas de masa dulces rellenas con mermeladas o dulce de leche y cubiertas con chocolates, azúcar impalpable o glasé. Pueden prepararse de diferentes rellenos y formas. Es una golosina o producto regional muy difundido en el país.

Golosinas: todo tipo de caramelos y turrones elaborados a base de azúcar, leche y frutas. Pueden variar su forma, sabor y color. Dentro de esta categoría también se incluyen los chocolates y sus derivados.
Licores e infusiones: bebidas elaboradas en base a alcohol, azúcar, miel y distintos frutos locales, que experimentan un periodo de fermentación para su realización. Se utilizan para acompañar postres, luego de las comidas o en reuniones con amigos. Infusiones no alcohólicas: bebidas elaboradas en base a hierbas naturales, que son propias de cada región. Se utilizan para calmar la sed o para acompañar distintos productos dulces, como las galletas o biscochos.

7) What would be the main motivation if you buy regional sweet food of Argentina?

- [ ] Gift or memento
- [ ] For taste or satisfaction of the product
- [ ] Publicity or awareness of the product
- [ ] To be part of the food tradition of the country
- [ ] Curiosity
- [ ] Others

- Thanks to

Note : _____

_____

_____

MATRIZ DE DATOS

U/A	Nac.		Pais		Edad			Motivo visita BsAs					Motivo visita S.Telmo						D. P.		Int. Comp.			Preferencia de Productos						Motivo de la Compra					
Tta.	*Ext.*	*Arg.*	*Prov*	*Resid*	20/29	30/59	>60	Vac.	Neg.	Est.	Salud	Otr.	Comp.	Tango	Cultura	Gast.	Ocio	Otros	Si	No	BAJO	MEDIO	ALTO	DDL	DYJ	ALF	CHO	MIEL	LEI	SOUV	GUSTO	FAMA	INVOL	CURIO	OTROS
T1	1			Brasil		1		1						1	1				1				1	1								1			
T2	1			Peru		1		1					1		1				1				1	1					1	1			1		
T3	1			Alemania	1			1						1	1				1			1				1			1	1		1			
T4		1	Cordoba	Argentina		1		1							1					1															
T5	1			Brasil		1			1								1		1			1		1		1							1		
T6	1			Francia	1			1						1	1				1				1	1		1			1	1		1			
T7	1			Peru		1		1					1		1				1				1	1				1				1			
T8	1			Bolivia		1		1						1	1				1				1	1		1					1	1			
T9		1	Santa Fe	Argentina		1			1						1		1		1		1								1		1				
T10	1			Chile			1	1					1	1					1				1	1	1					1	1				
T11	1			Brasil		1		1							1	1			1				1			1			1				1	1	
T12		1	Misiones	Argentina		1		1							1					1															
T13	1			Alemania	1			1						1					1			1		1					1			1		1	
T14	1			Japon			1	1					1	1					1				1	1					1	1		1			
T15	1			Peru		1		1						1	1				1				1	1		1				1	1				
T16	1			Paraguay		1			1						1				1			1		1								1			
T17	1			Chile	1			1					1		1				1				1	1			1			1	1				
T18	1			Brasil		1		1							1				1				1	1					1		1				
T19		1	Corrientes	Argentina			1		1						1		1		1			1				1				1					
T20	1			Paraguay		1		1					1		1				1			1				1					1				
T21	1			Uruguay		1		1							1					1															
T22	1			Alemania	1			1						1	1				1				1	1					1			1		1	
T23	1			Francia			1	1					1		1				1				1	1			1			1					
T24	1			Chile	1			1					1		1				1			1		1		1				1	1				
T25		1	Cordoba	Argentina		1		1							1				1		1								1		1				
T26	1			Japon		1		1					1	1	1				1				1		1				1	1		1			
T27	1			EEUU	1			1					1	1					1				1	1		1							1	1	
T28	1			Rusia		1		1						1	1				1				1	1					1			1	1		
T29	1			Brasil	1			1						1	1				1				1	1		1				1				1	
T30	1			Italia			1	1							1	1			1				1			1					1				
T31	1			Peru		1			1						1				1				1	1			1				1	1			
T32		1	La Pampa	Argentina			1	1									1		1			1			1						1				
T33	1			Alemania	1			1						1	1				1				1	1		1				1		1			
T34	1			EEUU	1			1							1				1				1	1			1				1	1			
T35		1	Cordoba	Argentina			1	1									1			1															
T36	1			Brasil		1		1						1	1				1			1				1				1					
T37	1			Chile			1	1					1	1					1				1	1		1					1				
T38	1			Alemania	1			1						1	1				1				1	1					1				1	1	

T39		1	Salta	Argentina		1		1									1		1				1				1			1						
T40	1			Chile	1			1							1				1			1		1	1					1	1					
T41		1	Cordoba	Argentina		1		1							1					1																
T42	1			Bolivia			1	1							1				1				1	1		1					1					
T43	1			Francia	1			1					1	1					1			1		1						1						
T44	1			EEUU	1			1						1		1			1				1	1		1									1	
T45	1			Alemania		1		1							1	1			1				1			1	1				1	1				
T46	1			Uruguay		1		1							1				1			1					1			1						
T47		1	Misiones	Argentina		1		1					1						1				1			1				1	1					
T48	1			Paraguay			1		1								1		1				1		1			1			1					
T49	1			Brasil	1			1						1	1				1				1	1					1			1	1			
T50	1			Italia	1			1							1	1			1				1	1		1			1	1		1				
T51	1			Chile		1		1						1					1				1						1						1	
T52		1	Entre Rios	Argentina		1		1							1				1			1			1					1						
T53	1			EEUU	1			1						1	1				1				1	1		1							1	1		
T54	1			España			1					1			1				1				1	1							1					
T55	1			Brasil		1		1							1	1			1				1			1			1		1					
T56		1	Santa Fe	Argentina			1	1							1					1																
T57	1			Alemania	1			1						1	1				1				1	1			1				1		1			
T58	1			Italia		1		1							1	1			1				1	1		1						1	1			
T59	1			EEUU		1		1							1				1			1							1	1						
T60		1	La Plata	Argentina		1		1							1					1																
T61	1			Japon		1		1						1	1				1				1	1						1		1				
T62	1			Uruguay			1	1					1						1			1			1						1					
T63		1	Corrientes	Argentina		1			1						1					1																
T64	1			Suiza	1			1						1	1				1			1		1		1				1					1	
T65	1			Chile		1		1							1				1				1	1					1		1					
T66	1			Brasil	1			1						1	1				1				1	1					1		1					
T67	1			Francia	1			1						1	1				1				1				1			1						
T68	1			Francia	1			1						1	1				1				1	1				1		1			1			
T69	1			Uruguay		1		1							1					1																
T70	1			Peru		1		1					1		1				1				1		1		1		1	1					1	
T71	1			Chile		1		1							1				1			1		1						1						
T72	1			Francia	1			1							1				1				1	1		1						1	1			
T73	1			Uruguay		1		1							1					1																
T74		1	Corrientes	Argentina			1	1									1		1			1			1						1					
T75	1			Brasil		1		1						1	1				1				1			1			1			1		1	
T76	1			Alemania	1			1						1	1				1				1	1		1	1			1		1			

T77	1			Japon			1	1						1	1				1				1	1						1		1			
T78	1			Rusia	1			1						1					1				1	1					1	1			1		
T79	1			Chile		1		1					1						1			1					1		1	1					
T80		1	Cordoba	Argentina		1			1						1					1															
T81	1			Japon		1		1						1	1				1				1	1					1	1		1			
T82	1			EEUU	1			1							1				1				1	1	1							1		1	
T83	1			Francia	1			1						1	1				1			1			1			1		1	1				
T84	1			Alemania	1			1						1					1				1	1			1			1			1		
T85	1			Brasil		1		1							1	1			1				1						1		1				
T86	1			Paraguay			1	1					1		1				1			1		1		1				1		1			
T87	1			Chile		1		1							1				1				1				1		1		1				
T88	1			Canada		1		1						1	1				1				1	1	1					1		1			
T89	1			Peru		1		1					1		1				1				1			1				1		1			
T90		1	Rio Negro	Argentina	1			1							1				1				1						1					1	
T91	1			Bolivia		1			1						1				1			1			1	1					1				
T92	1			Japon		1		1					1	1		1			1				1	1		1				1		1			
T93	1			Paraguay		1		1							1				1				1		1							1			
T94	1			Alemania	1			1						1	1				1				1	1		1						1	1		
T95	1			EEUU		1		1						1		1			1				1	1								1			
T96	1			Italia	1			1							1	1			1				1	1		1				1	1				
T97		1	Santa Fe	Argentina		1		1							1				1			1							1		1				
T98	1			Bolivia		1		1					1		1				1				1			1					1	1			
T99	1			Peru			1		1								1		1			1				1				1					
T100	1			Suiza	1			1							1				1				1	1		1						1	1		
	82	18			32	51	17	89	10	0	0	1	20	39	78	11	9	0	89	11	2	24	63	54	14	36	14	4	29	41	33	34	16	14	0

Preferencia de productos:

DDL: Dulce de leche
DYJ: Dulces y jaleas
Alf: Alfajores

Motivos de compra:

SOUV: Souvenirs
INVOL: Involucrarse con la gastronomia del pais
CURIO: Curiosidad

D.P.: DEMANDA POTENCIAL

Análisis de la información y los datos relevados

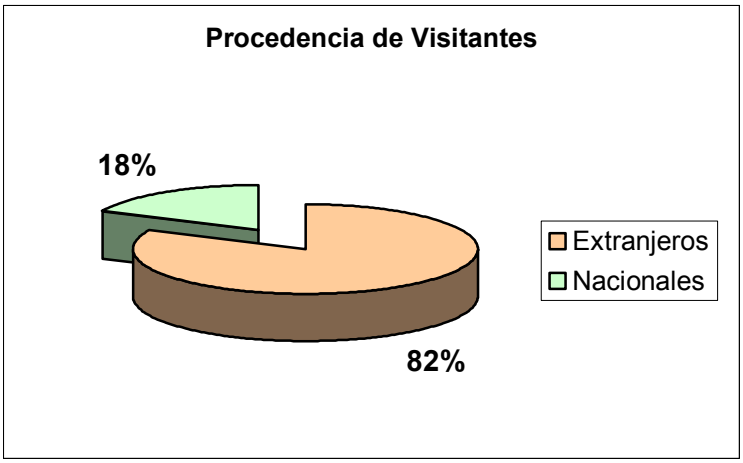
Los datos recogidos y analizados son producto de una muestra tomada en base a 100 visitantes que arribaron al bario de San Telmo, durante el mes de Julio del año 2003, los cuales fueron entrevistados mediante encuestas personales.

A continuación se analizan las variables formuladas y operacionalizadas en la matriz de datos y se representaran gráficamente para un análisis mas completo.

Los resultados que se obtuvieron son los siguientes:

- Procedencia de Visitantes

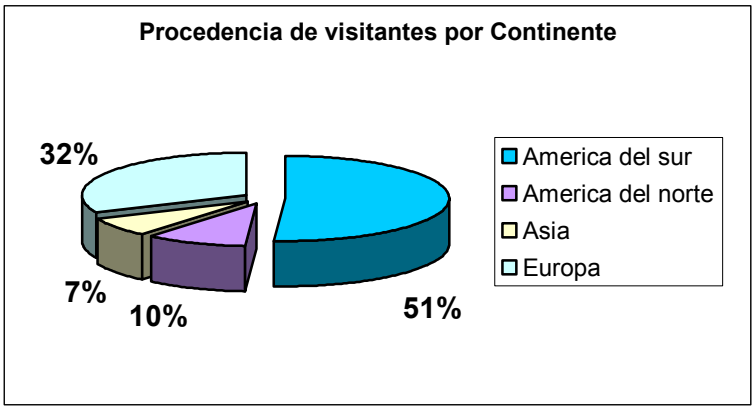
Sobre la muestra realizada en base a 100 personas que visitaron la zona de San Telmo, 82 de ellas eran de nacionalidad extranjera y solo 18 de las mismas de nacionalidad Argentina, lo cual corrobora la alta presencia de turistas extranjeros en la zona.



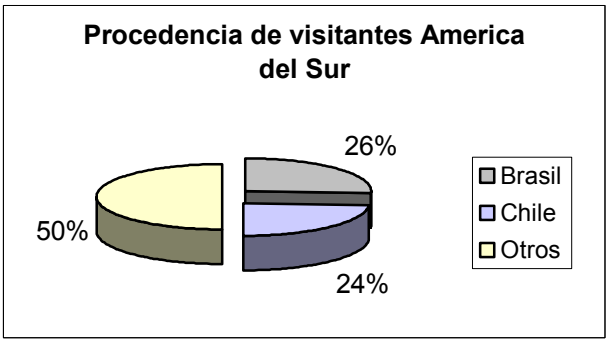
Porcentajes en base a 100 visitantes a la zona.

Para una mejor interpretación de los datos relevados, se analizaron los visitantes extranjeros según su país de origen.
Se ha observado claramente, que en base a su lugar de residencia, los flujos que presentan una mayor procedencia de visitantes representan a los países limítrofes con el nuestro, como ser los países de Brasil y Chile.

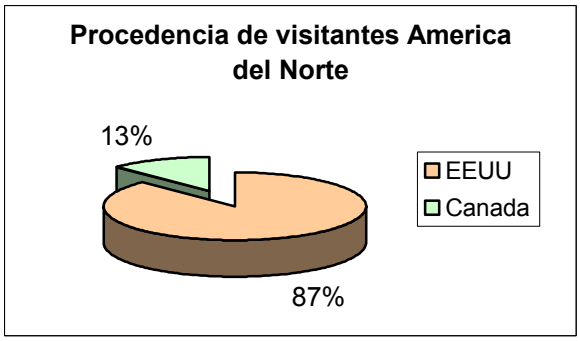
En lo que respecta al continente Europeo, en su mayoría predomina el movimiento de los turistas con procedencia del país Alemán para luego seguir en segundo lugar los visitantes de procedencia Francesa.
Analizando los visitantes que provienen del continente asiático, la totalidad de los mismos es de origen japonés y en lo que respecta al continente americano del norte, la mayoría de los visitantes son residentes de los Estados unidos en su gran mayoría.



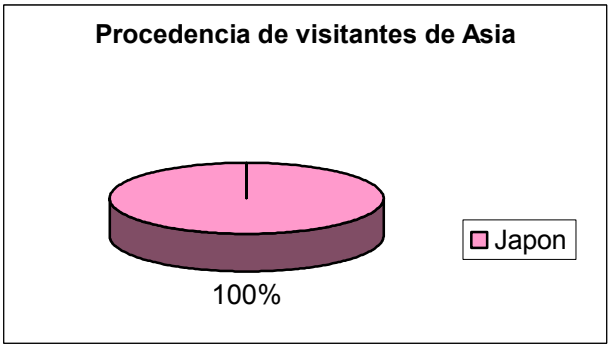
Porcentajes en base a 82 visitantes extranjeros



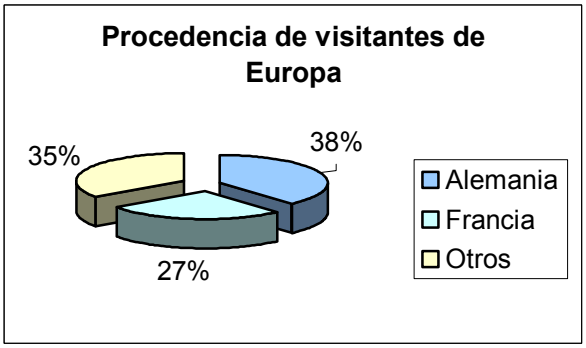
Porcentajes en base a 42 visitantes



Porcentajes en base a 8 visitantes

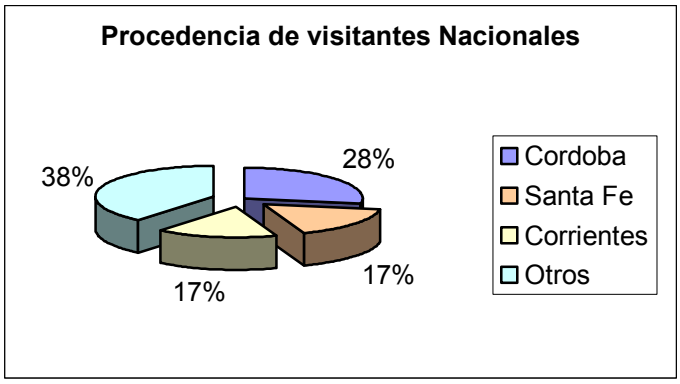


Porcentajes en base a 6 visitantes



Porcentajes en base a 26 visitantes

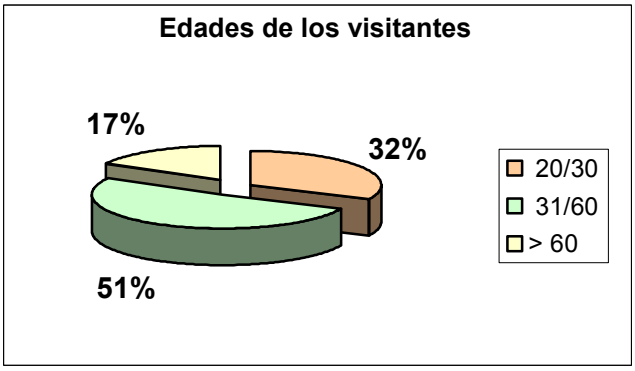
En lo que respecta a la visita de los visitantes de origen argentino, se pudo analizar que la gran mayoría tiene como lugar de residencia a la Provincia de Córdoba en primer lugar, para luego seguirle las provincias de Santa Fe y Corrientes.



Porcentajes en base a 18 visitantes nacionales

- <u>Edades de los visitantes</u>

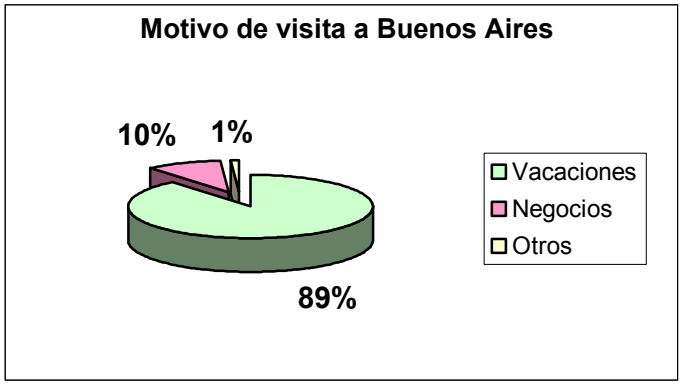
Al analizar las edades de todos los visitantes a la zona, tanto sean visitantes extranjeros como visitantes de origen argentino, se ha observado que el mayor movimiento se produce entre las personas que poseen entre 30 y 60 años de edad.



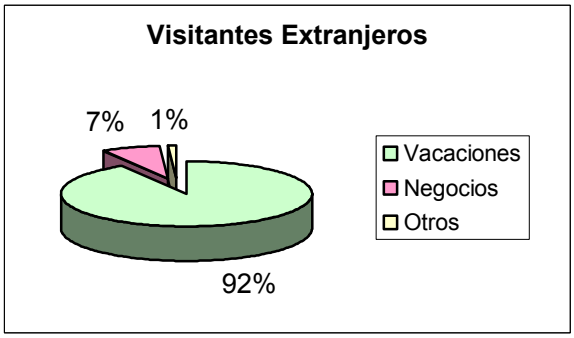
Porcentajes en base a 100 visitantes

- <u>Motivos de visita a Buenos Aires y al barrio de San Telmo</u>

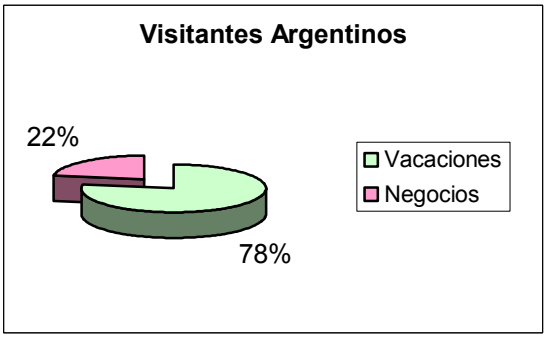
Dentro de la categoría que corresponde al análisis de la variable *motivo por el cual se visito la Ciudad de Buenos Aires*, entre las opciones posibles se destaca con una diferencia bastante importante, la opción de la categoría de *vacaciones*, ya que 89 personas entrevistadas del total de la muestra de 100 visitantes, confirmo que arribó a la Ciudad de Buenos Aires por este motivo, mientras que solo 10 personas arribaron a la Ciudad de Buenos Aires porque lo hicieron por negocios y solo una persona en especial, visito la Ciudad de Buenos Aires por otras causas.



Porcentajes en base a 100 visitantes

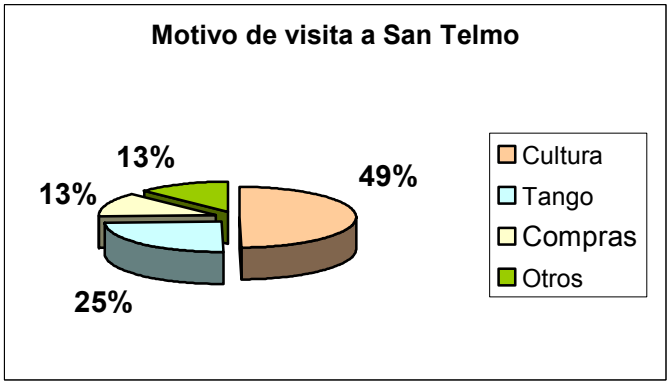


Porcentajes en base a 82 visitantes

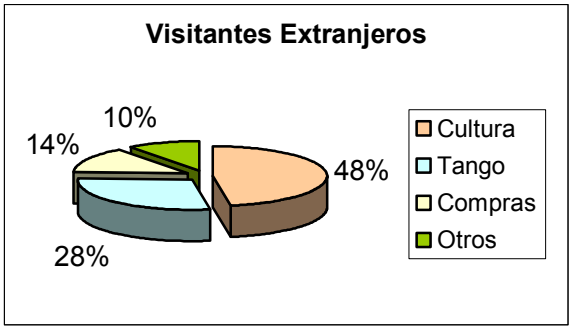


Porcentajes en base a 18 visitantes

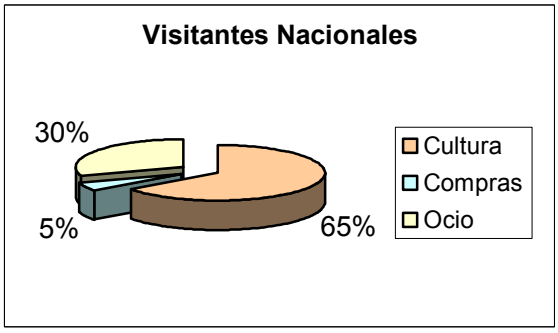
Al analizar la variable relacionada con el motivo principal por el cual los visitantes a la zona arribaron a San Telmo, se puede notar una amplia preferencia sobre la categoría que corresponde a *Conocer la cultura de la zona y el Tango*, el cual es un factor exclusivo y predominante de la zona.
Tanto los visitantes extranjeros como los argentinos han elegido la opción del factor cultural, pero en el caso de los visitantes argentinos, predomina la categoría de *Ocio* en segundo lugar, mientras que los extranjeros prefirieron la categoría referida al *Tango*, lo cual es ampliamente razonable, ya que el tango no solo es una gran atracción para los turistas, sino que también es una actividad o una atracción que representa e identifica al argentino con toda su cultura y sus costumbres y sus tradiciones.



Porcentajes en base a 100 visitantes



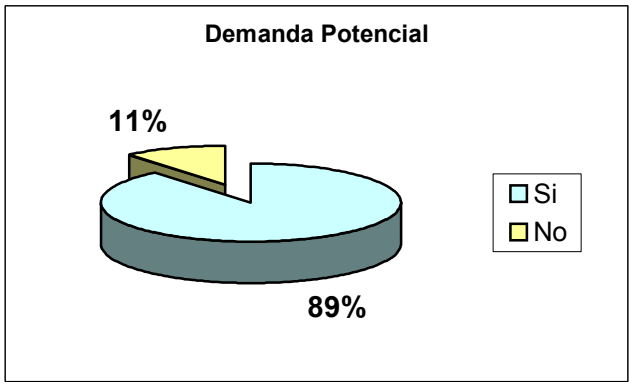
Porcentajes en base a 82 visitantes



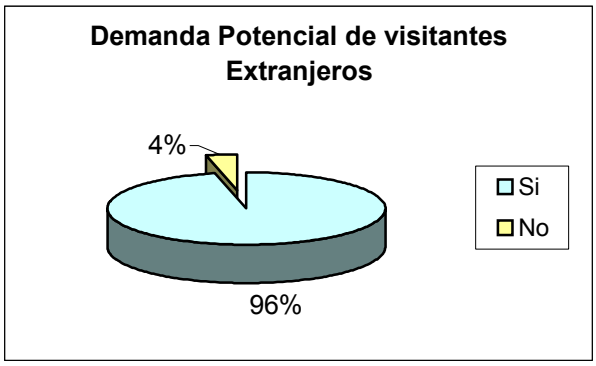
Porcentajes en base a 18 visitantes

- <u>Demanda Potencial</u>

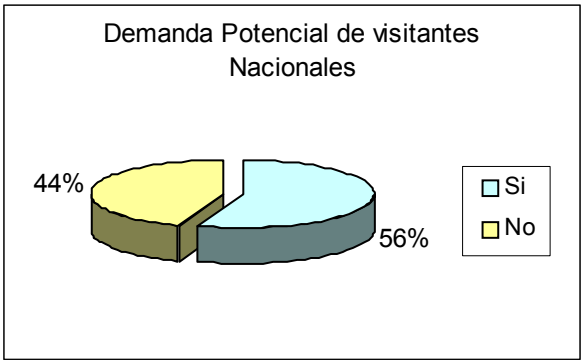
Analizando una de las variables más importantes, la *demanda potencial* de productos gastronomicos dulces regionales de la Argentina, se obtuvo como conclusión que sobre la muestra tomada de 100 personas que visitaron la zona seleccionada, 89 de las mismas comprarían algún producto gastronomico regional dulce de la Argentina, y solo 11 personas no presentaron interés, lo cual representa a un alto porcentaje de aceptación de los productos.



Porcentajes en base a 100 visitantes



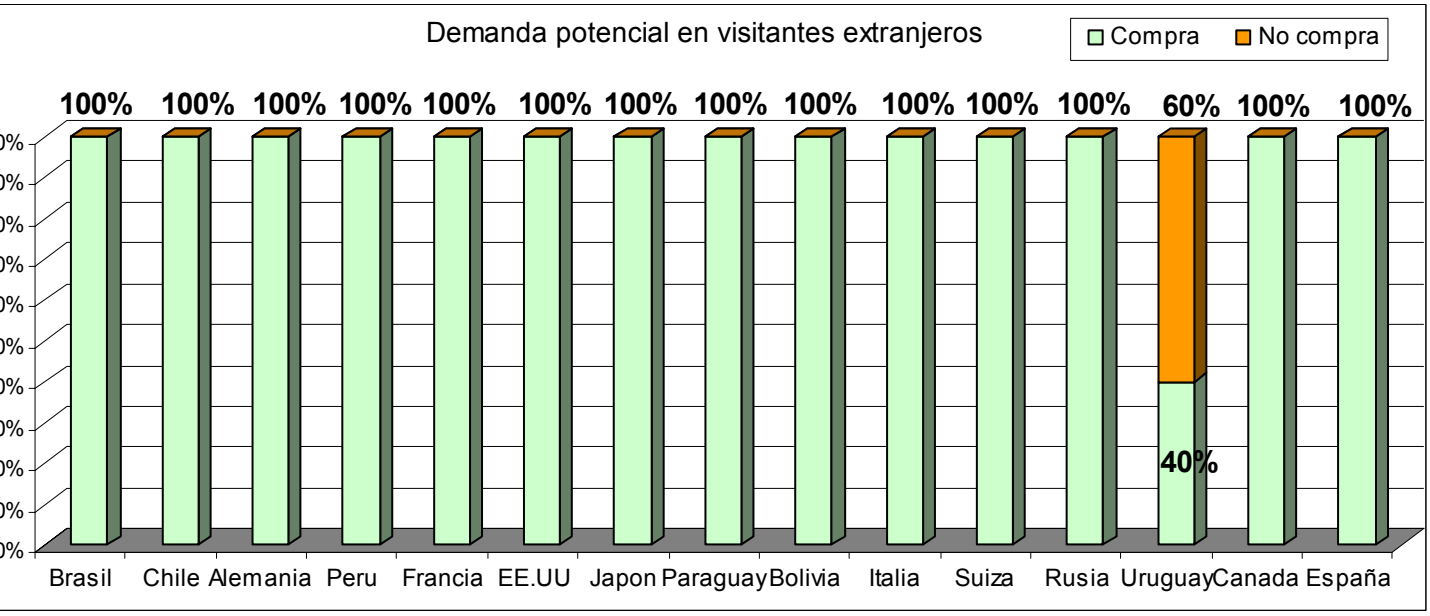
Porcentajes en base a 82 visitantes



Porcentajes en base a 18 visitantes

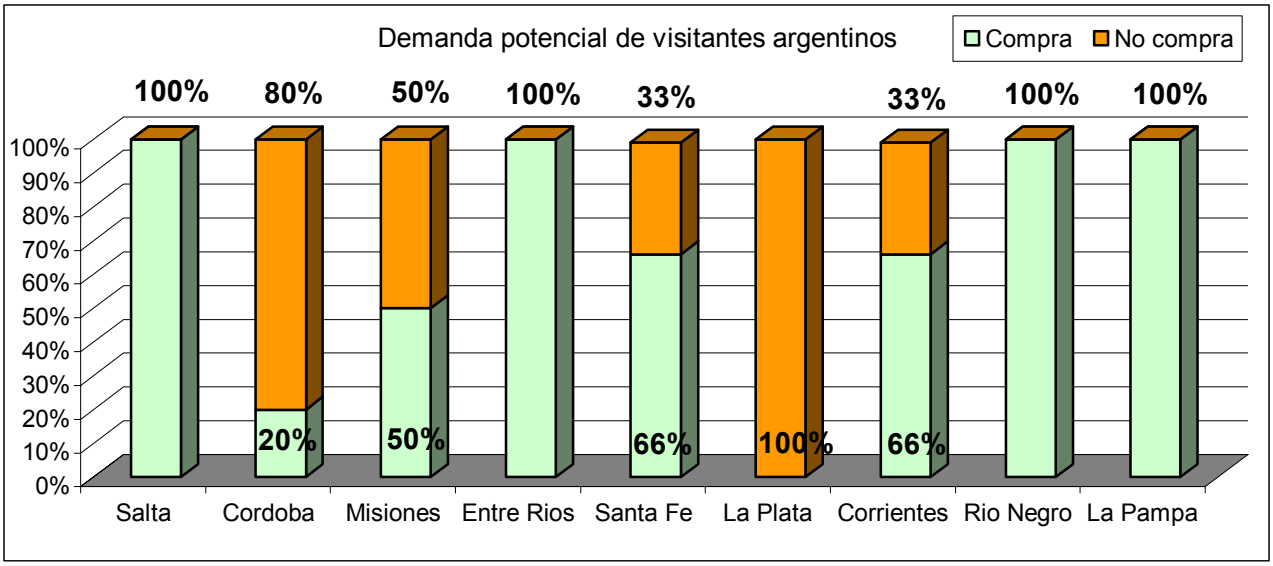
Sobre la muestra seleccionada, fueron 82 las personas con procedencia extranjera. Realizando un análisis sobre la demanda potencial únicamente en turistas extranjeros, sobre

los 82 turistas, 79 estarían interesados en comprar y/o consumir algún producto gastronómico regional dulce de la Argentina, lo que representa al 96% de los mismo, mientras que sólo 3 de ellos, o sea el 4% de las mismas, no mostraron interés.
Cabe destacar que estas 3 personas que no han presentado interés alguno en los productos, son de origen Uruguayo.
Analizado el continente Europeo, los visitantes mas interesados en los productos, son los que proceden de Alemania y Francia, mientras que del continente Americano predominan los visitantes de Brasil y Chile.
En cuanto a América del Norte, EEUU lleva el primer lugar y con respecto a Asia, Japón representa a su totalidad.
Todos los visitantes que fueron encuestados, más allá de sus distintos lugares de procedencia, han presentado un aceptación del 100% en cuanto a los productos gastronómicos regionales dulces de la Argentina, o sea que todos ellos presentaron una demanda potencial de los productos gastronómicos regionales dulces de la Argentina, salvo el caso especial de los visitantes de origen uruguayo.



Porcentajes en base a 82 visitantes

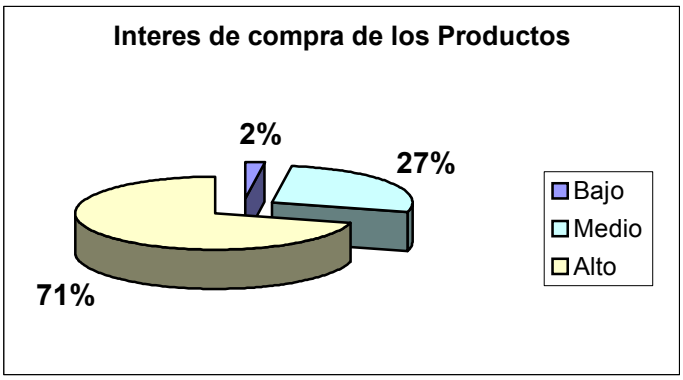
Analizando la variable de demanda potencial en lo que respecta a de los visitantes de origen nacional que comprarían algún producto, predominan los visitantes de las provincias de Corrientes y Santa fe.
En lo que concierne al análisis de los visitantes que no comprarían algún producto, se ha observado claramente un amplio predominio sobre los visitantes procedentes de la provincia argentina de Córdoba, representando a la mayoría de ellas, ya que de 5 visitantes cordobeses, 4 no presentan aceptación por los productos, lo cual representa al 80%.



Porcentajes en base a 18 visitantes

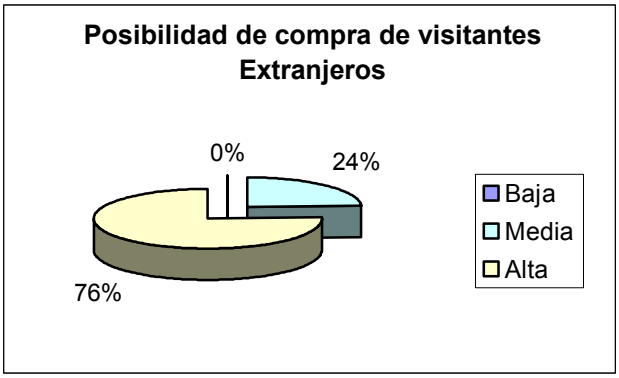
- <u>Interés en la Compra</u>

Al analizar cuál sería la posibilidad de compra o el interés en la misma que presentaron todos los visitantes a la zona, se ha observado que la gran mayoría presenta un interés alto, o la posibilidad de compra es ampliamente relevante.

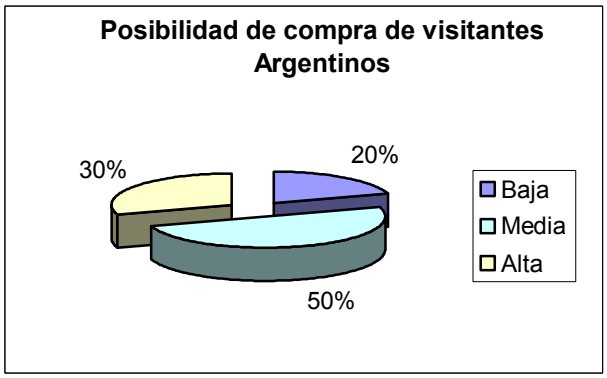


Porcentajes en base a 89 visitantes

También se analizaron los datos discriminando las nacionalidades, en donde se puede observar la diferencia de interés entre los visitantes extranjeros y los nacionales.
En cuanto al movimiento de turistas extranjeros, se puede conocer que de 82 visitantes con esta procedencia, ninguno presento un interés *bajo* y 60 de ellos presentaron un interés *alto*, mientras que en los visitantes nacionales, la mitad presento un interés *medio* y sólo una minoría un interés *alto*.



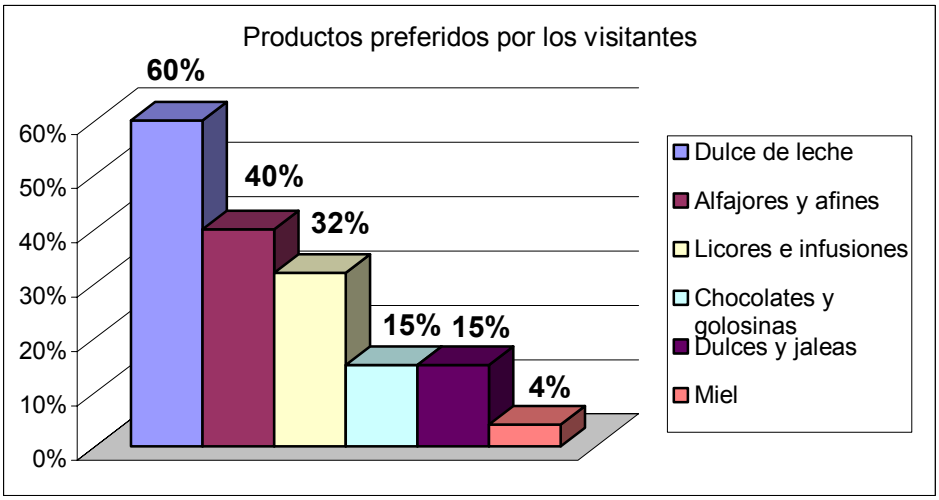
Porcentajes en base a 79 visitantes



Porcentajes en base a 10 visitantes

- <u>Productos Preferidos</u>

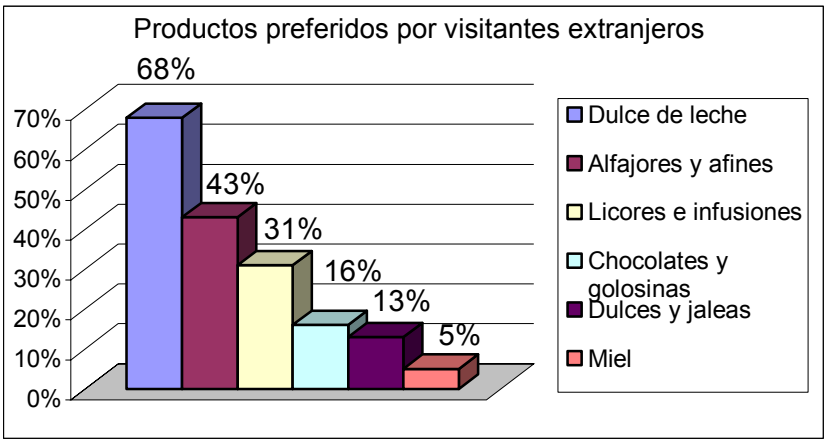
Al analizar las preferencias de los visitantes a la zona, sobre los distintos tipos de productos que elegirían al momento de la compra del mismo, se ha notado claramente que el producto predominante en cuanto a su demanda es el *dulce de leche*, seguido por los *alfajores, colaciones y productos afines*.
También se nota una importante presencia del rubro *licores e infusiones*, los cuales incluyen solo licores caseros e infusiones tradicionales.
En cambio, es sumamente bajo el resultado que se ha obtenido del producto *miel*, al cual fue preferido por solo 4 personas que lo comprarían.



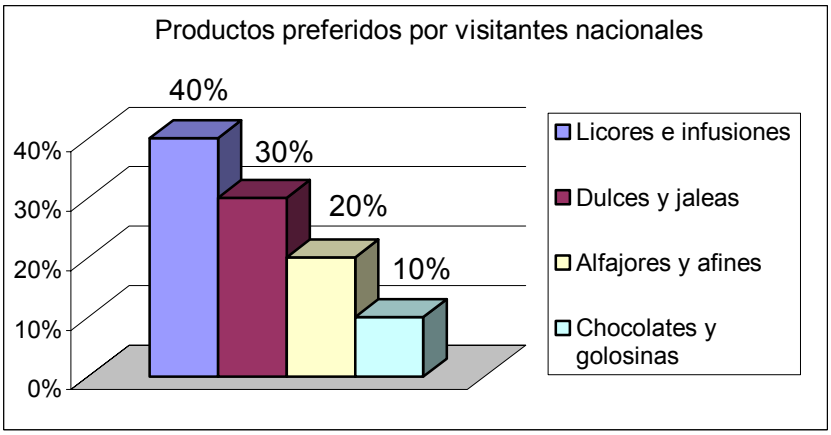
Porcentajes en base a 89 visitantes

Para un análisis mas completo se analizó las preferencias de los visitantes según su nacionalidad.

En cuanto a los visitantes extranjeros, se puede apreciar que los productos que mas preferencia presentan, son *el dulce de leche, los alfajores y afines y los licores caseros*, tanto en los visitantes de origen americano, como europeo y asiático.
En lo que respecta a los visitantes nacionales, de los 18 encuestados, ninguno de ellos manifestó preferencia por el *dulce de leche y las mieles*, siendo el producto de mayor gusto los *licores y afines*.

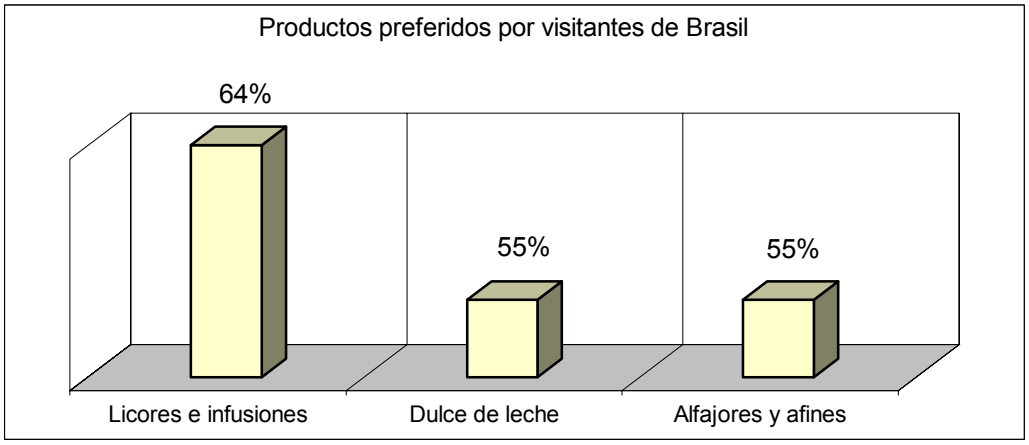


Porcentajes en base a 79 visitantes

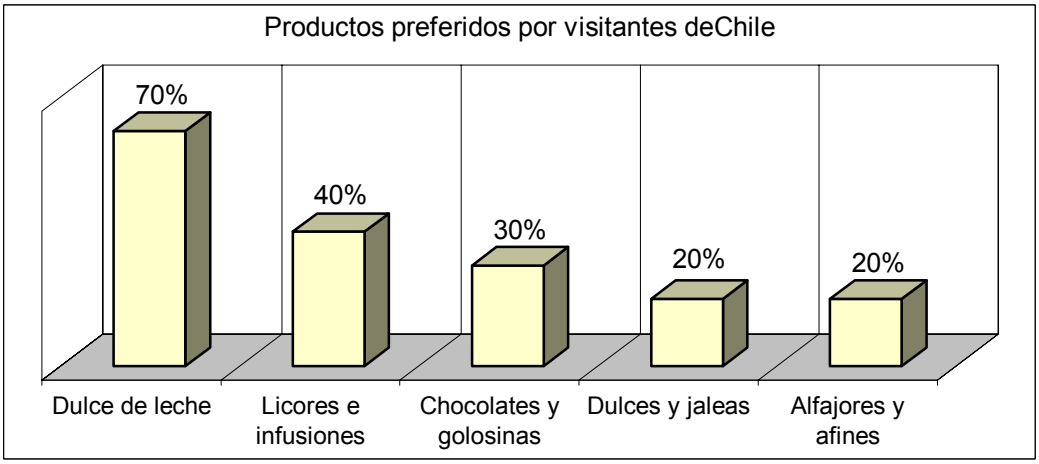


Porcentajes en base a 10 visitantes

Entre los visitantes de origen extranjeros, se pudo observar que dentro de los visitantes de origen americano, predomina Brasil, como uno de los países que mayor preferencia y aceptación presenta por los productos ofertados, para luego seguirle Chile en segundo lugar.
En ambos casos, los productos con mayor aceptación fueron el *dulce de leche y los licores e infusiones.*

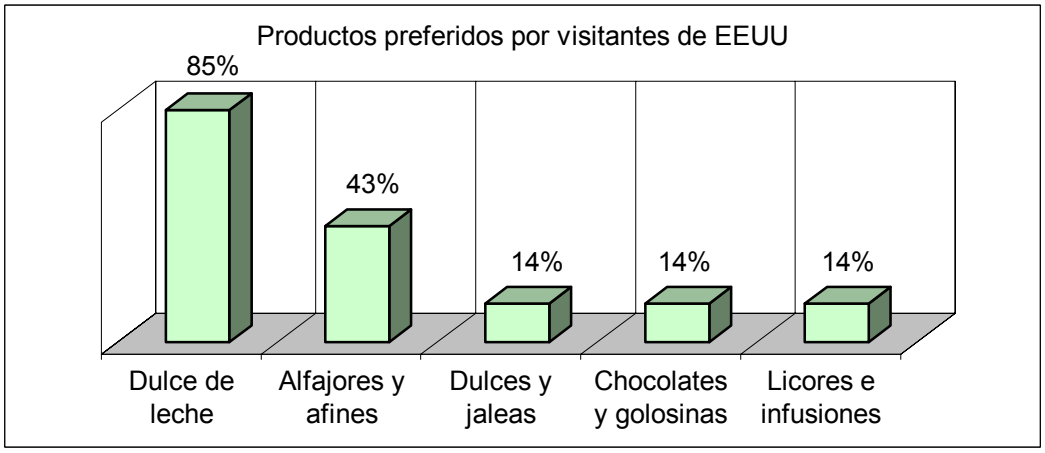


Porcentajes en base a 11 visitantes



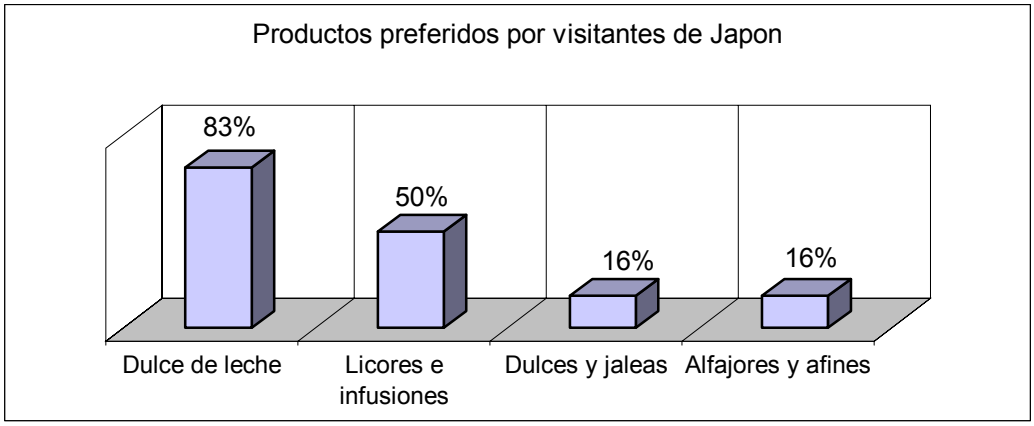
Porcentajes en base a 10 visitantes

En cuanto a los visitantes de origen Norteamericano, EEUU lleva el primer lugar, prefiriendo *el dulce de leche* como primer producto para adquirir, seguido por los *alfajores y afines*.



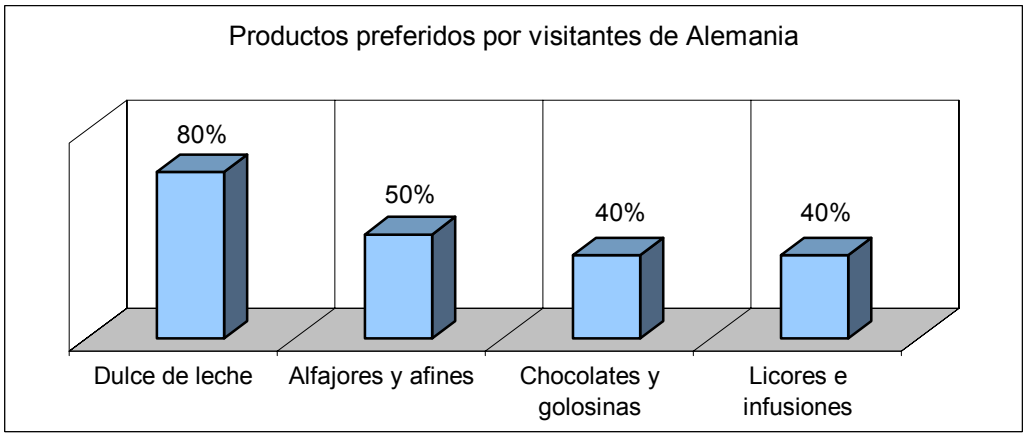
Porcentajes en base a 7 visitantes

En cuanto a los visitan , también presentaron preferencia por el *dulce de leche* en primer lugar *y los licores e infusiones* en segundo lugar.

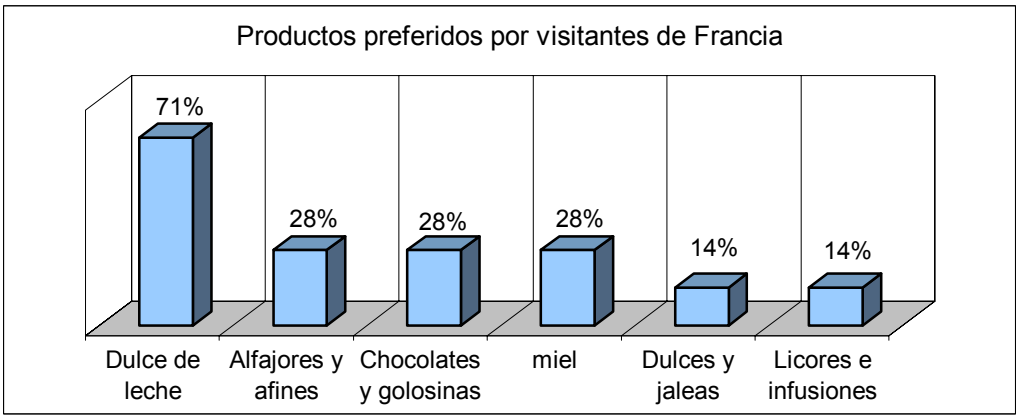


Porcentajes en base a 6 visitantes

Al analizar a los visitantes de origen Europeo, Alemania tiene el primer lugar seguido por Francia, y en ambos casos prefieren el *dulce de leche* y los productos de *pastelería y afines*, como los *alfajores* y demás.



Porcentajes en base a 10 visitantes

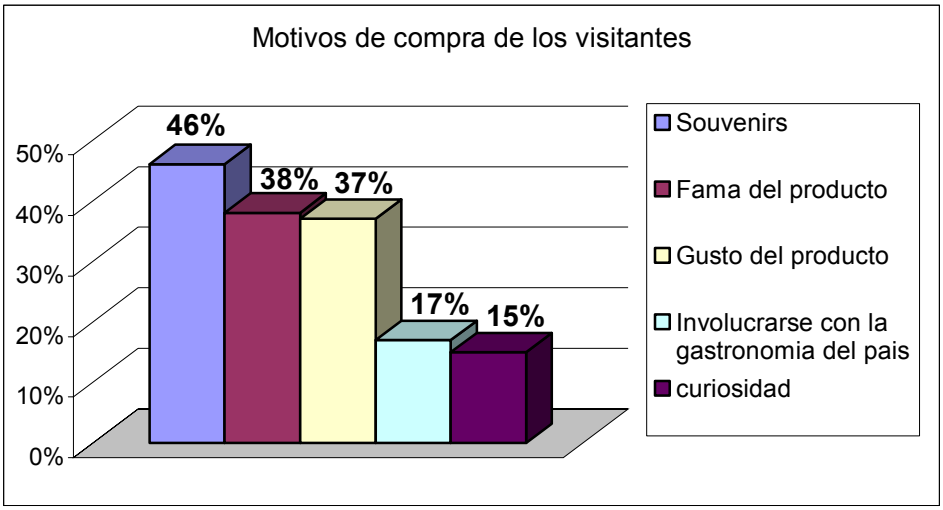


Porcentajes en base a 7 visitantes

En cuanto a los visitantes de origen argentino, se ha observado que los visitantes que provienen de la provincia de Santa Fe, son los que presentan una mayor preferencia por los productos, en este cosa por la categoría de *licores y afines*.

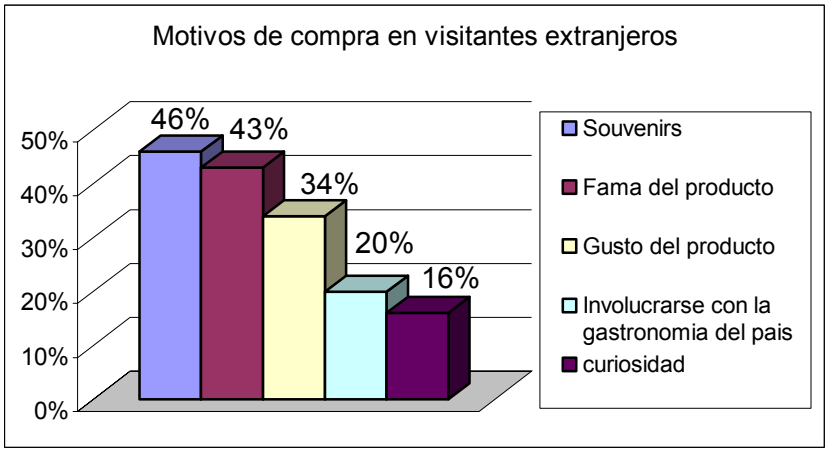
- Motivo de acción de compra

Realizando un análisis sobre cual fue el motivo principal que produjo la acción de compra, se obtienen como resultados que la gran mayoría compraría un producto gastronomico regional dulce de la Argentina para poder llevarlo como *souvenir u obsequio* ha algún familiar, pareja, amigo, etc.
La segunda categoría elegida fue la *fama del producto,* como ser el conocimiento mundial del dulce de leche o de la yerba mate y en un tercer lugar, los visitantes contestaron la opción *de gusto o satisfacción del producto elegido*, por ya haberlo degustado en otras visitas al país o en otros lugares en distintas situaciones.

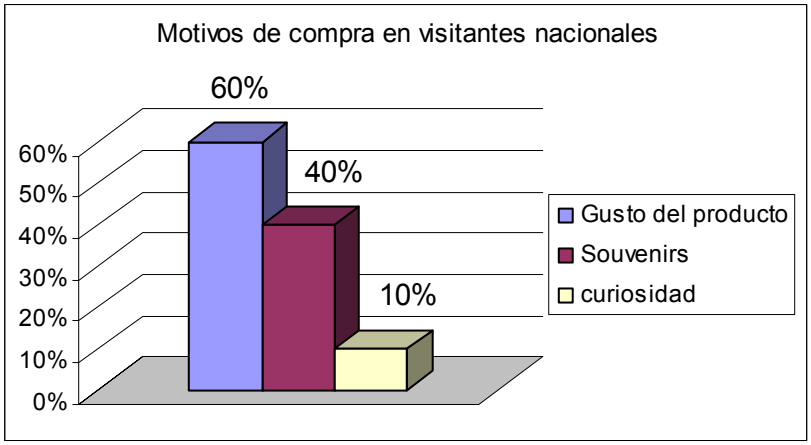


Porcentajes en base a 89 visitantes

Para analizar la categoría de Motivación de la acción de compra, también se ha procesado la información según su nacionalidad de los visitantes la zona.
En los visitantes de origen extranjero, los motivos que predominan son en primer lugar la categoría de *souvenir*, en segundo lugar la *fama del producto* y en tercer lugar el *gusto o satisfacción de consumir el producto* en si mismo.

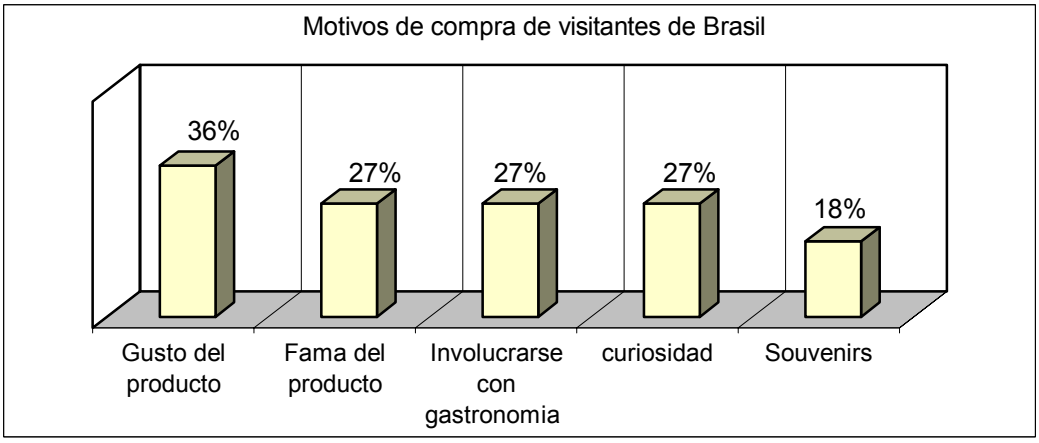


Porcentajes en base a 79 visitantes

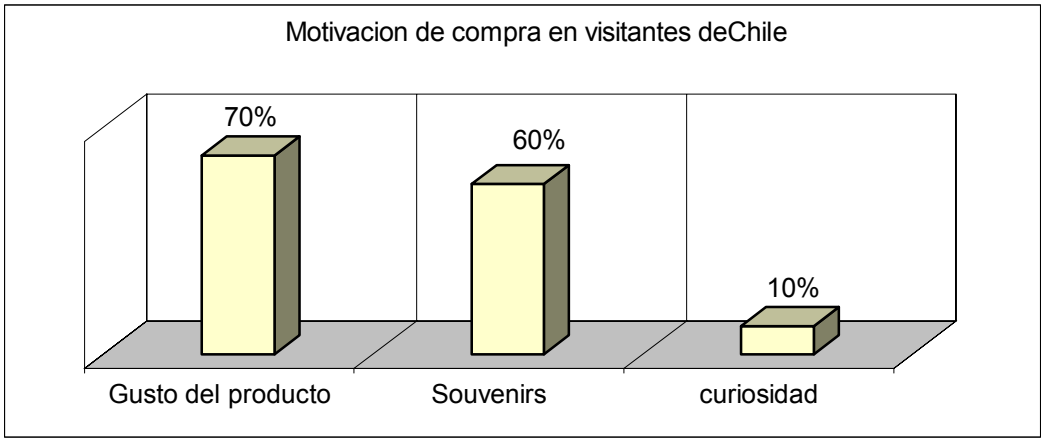


Porcentajes en base a 10 visitantes

Dentro de los visitantes de América del Sur, Brasil en primer lugar y Chile en segundo, presentaron mayor motivación por el *gusto en si mismo del producto elegido*.

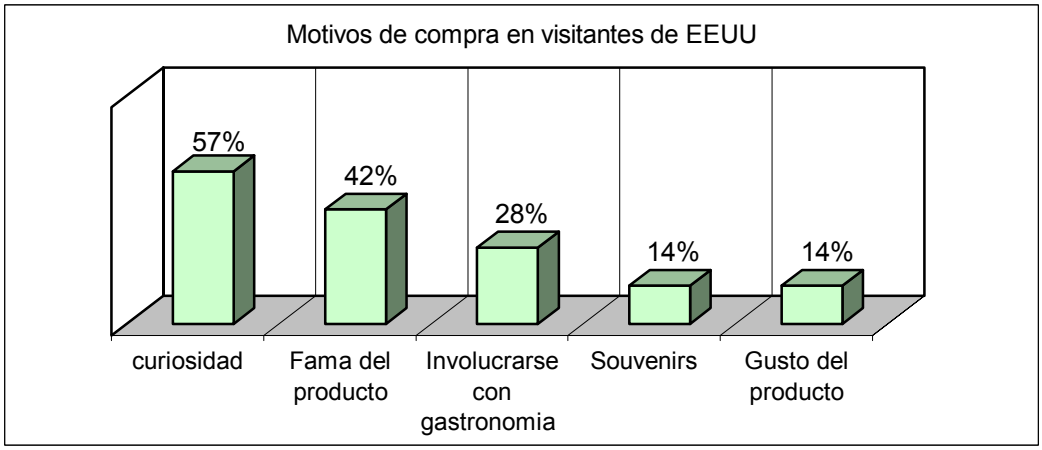


Porcentajes en base a 11 visitantes



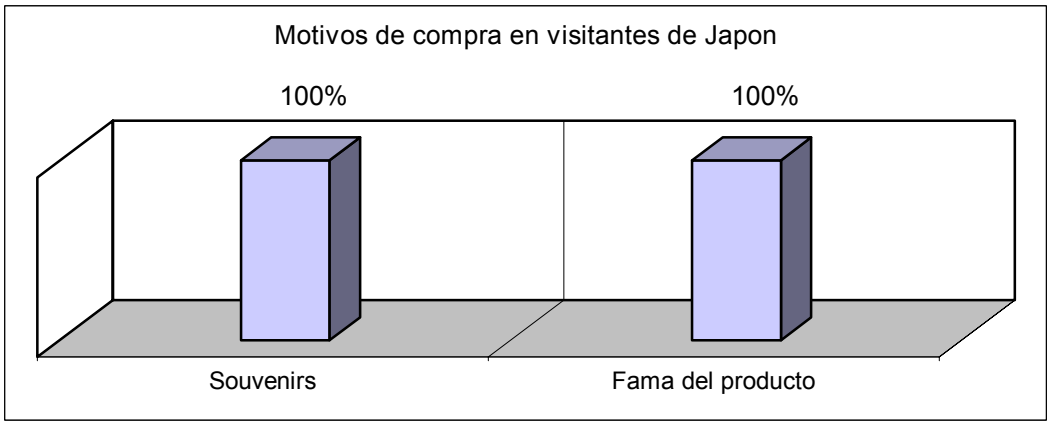
Porcentajes en base a 10 visitantes

En cuanto a los Norteamericanos, EEUU presento una mayor motivación por la *curiosidad* de probar el producto y por *la fama del mismo*.



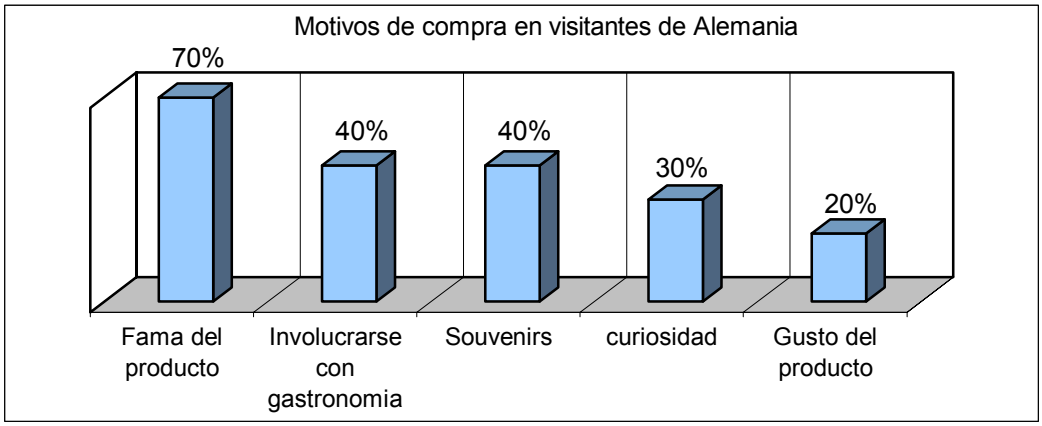
Porcentajes en base a 7 visitantes

En cuanto a los visitantes Japoneses, la totalidad de ellos se encontraron motivados en un 100% por la *fama de los productos* y para adquirir el mismo como *obsequio o souvenirs*.

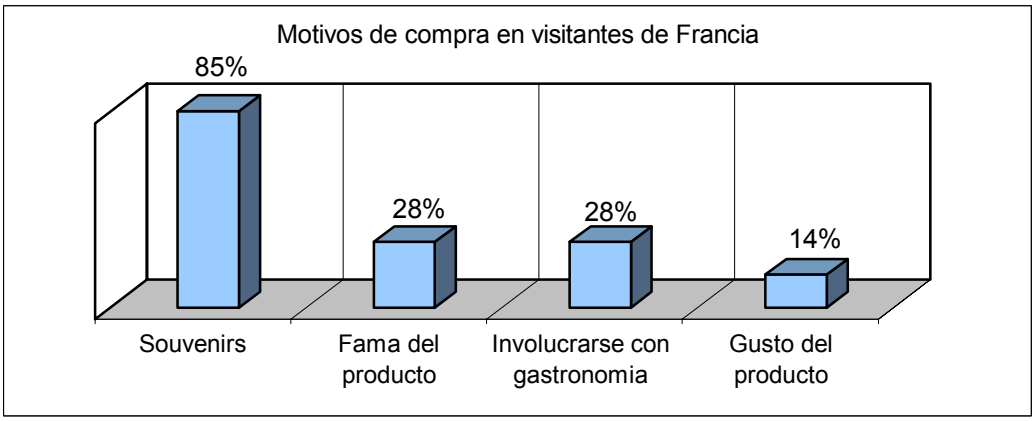


Porcentajes en base a 6 visitantes

En lo que respecta a los visitantes Europeos, Alemania se encuentra en primer lugar y Francia en segundo.
En el primer caso la motivación mayor fue la *fama del producto* elegido mientras que en el segundo, la mayor motivación fue la categoría de souvenirs.



Porcentajes en base a 10 visitantes



Porcentajes en base a 7 visitantes

En cuanto a los visitantes nacionales, la mayor motivación que se ha presentado es la categoría de *gusto en si de consumir el producto*, seguida por la categoría de *souvenirs*.

Conclusiones de la investigación

Luego del procesamiento de los datos y del análisis de los mismos, se ha llegado a una conclusión óptima y satisfactoria. La información que se ha podido obtener mediante las encuestas realizadas a las unidades de análisis, ha sido de suma importancia para la propuesta de inversión y ha justificado el objetivo de la investigación. Su objetivo principal es conocer la existencia del mercado potencial ya antes mencionado, en donde a partir de este objetivo, se deslozan otros objetivos específicos, los que se refieren al interés de demanda potencial que tendrán los productos, las motivaciones que causaran las acciones de compra, y las preferencias e interés en estos productos que presentaran los visitantes la zona, específicamente los turistas extranjeros.
Tanto el objetivo principal como los objetivos específicos se pudieron alcanzar y se realizo un análisis de los mismos que se ya se ha explicado anteriormente.

En un breve resumen se resaltan los principales resultados:

- Analizando la nacionalidad de los visitantes a la zona, el 82% de ellos es de procedencia extranjera, mientras que el 18% es de origen nacional.
- Los países que mas flujo de movimientos mostraron son Brasil, Chile, Alemania y Francia, Japón y EE.UU
- La mayoría visito la Ciudad de Buenos Aires porque esta en sus vacaciones, los cuales representan al 89 % y solo el 11% restante visita la Ciudad por negocios u otros motivos.
- El motivo principal por el cual los visitantes concurren a San Telmo, es para apreciar la cultura que se expone en la zona, en especial el tango.
- Del total de los 100 visitantes, el 89% de los encuestados, consumirían productos gastronomicos regionales dulces, mientras que el 11% no lo haría. De los visitantes extranjeros, los únicos que no presentaron interés en el rubro fueron de origen uruguayo, representando al 4%, mientras que todos los demás si estarían interesados. En el caso de los visitantes nacionales se observa una paridad entre las personas que comprarían un producto, que representan al 56% y las que no lo comprarían, que representan al 44%, siendo en su mayoría las que no presentan interés de la provincia de Córdoba.
- El mayor interés en la compra de este tipo de productos lo presentan los visitantes de procedencia extranjera, con un 71 % de interés alto, mientras que en los visitantes nacionales en interés medio es del 50 % y de 30 % el interés alto.
- Al evaluar los productos preferidos por los visitantes según la nacionalidad, los extranjeros prefieren en un 68% al dulce de leche y en un 43% los alfajores y afines, mientras que los visitantes nacionales prefieren los licores e infusiones en un 40% y en un 30% los dulces y jaleas.

- La principal causa que motivo la compra en visitantes extranjeros fue el poder llevar este producto como un obsequio o un souvenir de la visita al lugar, representando al 46% y la fama del producto con 43% de preferencia. En los visitantes nacionales la principal motivación es el gusto en si del producto el consumir, representado por un 60% y luego la categoría de souvenirs en un 40%.
- Debido a los datos relevados, el envasado y la presentación del producto son un factor y una estrategia clave para los potenciales clientes.
- Uno de los productos con menor aceptación, la cual fue casi nula, es la miel, sólo aceptada por los visitantes extranjeros, representando al 5%.
- Analizando a los visitantes nacionales, se ha notado claramente que los visitantes de la Provincia de Córdoba han manifestado un rechazo por la mayoría de los productos.
- Se ha analizado que es de amplio conocimiento para el turista extranjero la existencia del dulce de leche como producto nacional y que la gran mayoría de los visitantes ya conocen el producto por su fama mundial.
- Los resultados de la investigación alcanzan y superan los resultados esperados, y no sólo cumplen los objetivos de la misma, sino que se aportan información de suma utilidad para la elaboración del proyecto de inversión a realizar.

ANALISIS MACRO
Y DIAGNOSTICO

Análisis Macroeconómico de la Argentina

Luego de la realización de la investigación metodológica aplicada y del análisis de la información recogida, se presenta a continuación, un pequeño estudio de tipo macroeconómico y social, para poder evaluar mejor los distintos escenarios y situaciones que podrían afectar al país con respecto a la implementacion de proyectos de invercion, tanto en forma directa o indirectamente.

Situación Macroeconómica Argentina

Hoy en día, la Argentina esta atravesando una nueva etapa de crisis económica, la cual se viene arrastrando desde hace varios años.
Para realizar un análisis concreto y claro, Argentina esta en crisis debido a una rececion económica, lo cual es uno de los problemas mas graves para el desarrollo del país.
La crisis económica esta presente en el país desde hace algunos años, pero se ha incrementado aun más luego de adoptarse determinadas medidas económico/financieras, como ser la devaluación cambiaria y la retención de los depósitos bancarios. Estos factores convulsionaron al país, e incluso afectaron a países limítrofes.
Económicamente, la paridad cambiaria ha modificado las exportaciones y las importaciones, ya que hoy en día es mas factible poder exportar que lógicamente importar. El sector agropecuario se ha visto ampliamente afectado en este marco.
Dentro de la crisis económica, solo el turismo, algunos sectores agropecuarios, exportadores y puntuales actividades comerciales, por distintos factores, como ser la paridad cambiaria de nuestra moneda, se han visto favorecidas a pesar de la recesión económica.
Con motivo de la crisis económica, son varios los sectores que se ven afectados, en especial los sectores mas humildes del país. Como consecuencia, ha nacido una nueva forma de protesta, la cual mantiene en jaque a distintos sectores de la sociedad y llama mucho la atención entre los turistas que pasean por el centro porteño. Esta protesta esta representado por los piqueteros, que en grandes cantidades cortan los principales accesos a la capital Federal, rutas del país y toman edificio tanto públicos como privados.
Este ya es un tema publico y delicado, en el cual el gobierno todavía no ha aplicado una optima solución, y es un problema que puede afectar a la actividad turística.
El gobierno no sólo debe enfrentar los problemas de la crisis económica como se la inflación y los piquetes, sino también resolver la intolerable situación de inseguridad que se vive en cada rincón de la capital federal y la provincia de buenos aires.
Como consecuencia de la crisis económica, cabe destacar el surgimiento de los microemprendimientos y Pymes, que como consecuencia de la falta de trabajo y despidos masivos, sus creadores han apostado a comenzar nuevos proyectos y apostar al país. En cuanto al tema referente a los créditos, mas allá de la nefasta

situación que se vivió con los bancos, estos han resurgido, tanto para realizar operaciones personales como hipotecarias o comerciales, lo cual es un factor reactivación económica, ya que con los créditos se pueden crear nuevos proyectos y fuentes de trabajo.
Si bien la crisis económica esta vigente, hay algunos rubros del área comercial que se ven favorecidos, ya sea por estos microemprendimientos o por otros factores, como ser la situación cambiaria que atrae mayor turismo, y este favorece distintos sectores del comercio.
La reactivación económica esta comenzando lentamente.
Pese a la crisis económica, y la poca inversión de capitales, es un momento en el cual el país esta esperando una reactivación económica, la cual seguramente llevara su tiempo, pero lentamente comenzara a suceder, y la actividad turística forma parte de este proceso.

Situación Política

Luego de grandes fracasos políticos y años de gobierno impregnado de corrupción, Argentina esta tratando de salir de una de las mayores crisis, ya no solo política, sino también social y económica.
La crisis política se hizo notar tiempo atrás cuando argentina vivió un periodo en donde la política era absolutamente inestable, ya que se han tenido varios presidentes en el mínimo tiempo, con cambios permanentes de ministros y otras figuras políticas.
También la crisis política se hace notar hoy en día en el Congreso de la Nación, donde se sancionan leyes por conveniencia y cientos de otras quedan encajonadas. Las decisiones políticas están limitadas a los intereses de los gobernantes de turno y arreglos entre partidos políticos.
En el ámbito de políticas turísticas, Argentina esta experimentando un cambio en los últimos años, ya que se ha comenzado a pensar en las mismas y poco a poco se le esta dando a esta actividad la importancia que la misma merece, como reactivador de la actividad económica, generación de empleo, ingreso de divisas y demás beneficios que trae consigo esta actividad.
El país se esta reorganizando, pero todavía falta mucho camino por recorrer, pero esto será posible solamente si los destinos del mismo son manejados correctamente, juiciosamente, responsablemente, y con el objetivo de recrear un país mejor para todos los ciudadanos.

Situación Social

La situación social actual de la Argentina no es la mejor y es bastante especial.

Se debe explicar este fenómeno como consecuencia del mal manejo por parte de varios gobiernos que han pasado y poco han trabajado en el ámbito social. Hoy en día, Argentina se ve afectada no solo por los piqueteros, sino también marchas permanentes, escuelas sin maestros, jubilados que protestan, una sanidad deficiente, remates, secuestros y robos. El panorama no es el mas optima para la mirada extranjera.
La falta de trabajo en todo el país, trajo como consecuencia que mas de la mitad de todos los habitantes del mismo, sean pobres, lo cual implica un alto grado de desnutrición, no solo infantil sino también a nivel de adultos.
En cuanto al actual gobierno, se han implementado los planes de ayuda social como jefes y jefas de familia, que obviamente están arreglados para unos pocos, donde el manejo esta dado por los punteros políticos.
Con respecto a la seguridad, la Policía Federal Argentina y la Bonaerense, están manchadas de crímenes que ha cometido y siguen cometiendo, donde la coima y la corrupción llegan a las mas altas autoridades, lo que creo un clima de desconfianza hacia las mismas. Las fuerzas policiales no alcanzan a controlar la ola de robos y secuestros que se producen en el país (muchos de ellos generados y capitaneados por ellas mismas), sobre todo a la capital federal, lo cual influye muchísimo en el turismo.
Esto es bastante desfavorable para la actividad turística, ya que implica una desconfianza en el turista que pasea por las calles de Buenos Aires.
Para tratar de controlar la ola de delitos, las autoridades realizado varios cambios en las distintas policías, y se ha creado la Policía Turística, con ayuda y orientación hacia el extranjero que esta de visita en nuestro país, además de la reciente inauguración de la defensora del turista, para realizar cualquier tipo de queja y otros tramites referidos a esta actividad.
La situación social de la argentina, no es de las mejores ni esta pasando su mejor momento, pero se debe tratar de hacer todos los esfuerzos posibles, tanto los ciudadanos como el gobierno, para poder revertir esta situación y Así crear un país mas justo y seguro para todos.

Diagnóstico

En la actualidad, ya no es una novedad ni una sorpresa que el turismo es una actividad en crecimiento, la cual trae numerosos beneficios para nuestro país.
Estos beneficios no solo son económicos, sino que también sociales y culturales.
El turismo en nuestro país ha sufrido un cambio abrupto, motivo de la ya tan mencionada devaluación económica, y el mismo a experimentado grandes cambios, uno de los mas notorios es el ingreso y la visita de miles de turistas extranjeros que arriban a nuestro país, no solo por los excelentes atractivos que se encuentran dispersos en todo el país, sino por un beneficio económico, motivo de la paridad cambiaria.
La actividad turística esta en pleno auge, lo cual acarrea consigo un mayor ingreso de divisas, la creación de nuevos puestos de trabajo y mayor una producción de insumos y servicios, lo cual es sumamente importante ya que ayuda a que nuestro país se reactive económicamente.
Pero los beneficios que trae la activad turística, no solo son económicos. El turismo es una forma de dar a conocer nuestra cultura, de poder promocionarla en el exterior, de que en otros países del mundo muchos visitantes hablen de nuestras costumbres, de nuestras tradiciones, de nuestra gastronomía, de nuestros paisajes naturales, de nuestra gente y de todo lo que nos caracteriza como argentinos.
El turismo promociona, conecta, acerca y fusiona diferentes culturas, lo que conlleva a que se creen diversas experiencias entre las personas que proviene de otras provincias de nuestro país, de otros países cercanos y hasta de otros continentes no tan cercanos y las personas residentes del lugar.
El turista se lleva consigo imágenes, aromas, texturas, recuerdos, sonidos, sabores, vivencias buenas y a veces malas, futuros amigos, futuros contactos y por que no futuros negocios.
La actividad turística creo muchísimos puestos de trabajo, promociono y difundió muchísimos lugares de nuestro enorme país, tanto en el extranjero como en nuestro territorio.
Comunidades fuera de las principales ciudades del país, se han visto beneficiadas por la actividad turista y el flujo de movimiento de esto genera.
El turismo esta en pleno auge y todavía queda un largo camino por recorrer, por lo cual el país necesita de la inversión de capitales para lograr una definitiva reactivación económica que desplante a la crisis que desde ya hace algunos años viene sufriendo nuestro país.
Lógicamente que la actividad turística no puede ella sola lograr este abrupto cambio, pero si puede colaborar considerablemente.
Si bien la situación política y económica de Argentina en estos momentos no brinda una excelente seguridad, se han visto en los últimos meses cantidad de emprendimiento y microemprendimientos de diferentes rubros, algunos aplicados al turismo.

La oferta de productos y servicios turísticos que posee argentina es buena, es completa en lo que respecta a las principales ciudades capitales del país, en especial a la Capital Federal, Buenos Aires.
En ella el turista puede encontrar desde los mejores hoteles, hasta los mejores restaurantes de comida internacional y comida criolla, buen transporte privado y cordialidad y solidaridad con las personas que entienden la magnitud y la importancia de tomar una conciencia orientada a cuidar al turista y esta actividad.

El barrio de san Telmo ha sido el elegido para el emprendimiento Dulzuras de mi argentina, luego de un estudio y un análisis general de los barrios turísticos más visitados por los visitantes a nuestro país.
No solo se analizo la concurrencia de turistas, sino también la oferta gastronomica del lugar, lo cual es esencial para la localización del emprendimiento.
San Telmo cuenta con una excelente oferta de restaurantes de todo tipo, en donde se ofrecen desde comida francesa, criolla, española, hasta japonesa. También cuenta con numerosas cafeterías y bares, que son clásicos de la zona.
En todos los lugares, tanto en restaurantes como en confiterías y bares, se puede degustar la gastronomía dulce, pero no en todos se encuentra la gastronomía dulce regional.
Si bien la mayoría de los restaurantes ofrecen los clásicos postres argentinos, todos los restantes productos que integran nuestra gastronomía regional, no se pueden degustar.
En algunos locales podemos encontrar dulces típicos de nuestro país, algunas artesanías y otros objetos culturales, pero el objetivo general de este emprendimiento es poder brindar al visitantes la experiencia de poder conocer otra faceta de la gastronomía regional, la tal vez menos difundida, en donde los productos ofertados no son los mas típicos o los mas fáciles de encontrar.
Dulzuras de mi argentina no solo quiere brindar la posibilidad de conocer y degustar la gastronomía regional dulce, sino que también tiene como objetivos poder brindar esta especie de experiencia especial y cultural al turista, en donde se lleve consigo no solo un producto gastronómico, sino una textura, un aroma, una receta ancestral, una imagen de nuestra cultura gauchesca, en concreto una buena vivencia y un buen recuerdo.
Como consecuencia del analisis de los datos recogidos durante la investigación metodologica realizada en el barrio de San Telmo, se han podido recoger diversos datos relacionados directamente con la demanda potencial de este tipo de gastronomía y con otros aspectos relacionados con la misma, como ser los motivos de compra que presentan los turistas ante la oferta de productos. La mayoría de los visitantes a la zona presentaron interés en la adquisición de los productos gastronomicos regionales dulces y también se pudo observar la información que poseen sobre la cultura argentina en general.
El diagnostico obtenido una vez culminada la investigación y los análisis macroeconomicos y sociales de nuestro pais, es positivo y resulta ser el esperado.
Los resultados fueron óptimos, ya que se ha corroborado la existencia de una demanda potencial relevante en la zona, con respecto a la gastronomía regional dulce, lo cual avala la puesta en marcha de un emprendimiento gastronomico en las calles del barrio turístico de San Telmo.

Factores endógenos y exógenos. Factores de riesgo.

Para la realización del proyecto de inversion se ha realizado un análisis FODA para poder estudiar los diversos factores que podran afectar al proyecto Dulzuras de mi Argentina al momento de su realización.
Tambien se realiza un pequeño analisis de los factores de riesgo que podria presentar el proyecto.

Fortalezas

- Alto conocimiento del rubro gastronómico.
- Personal profesional en Turismo.
- Predisposición de hospitalidad hacia el turista.
- Productos caseros y artesanales.
- Imagen familiar Argentina.
- Ambientación.

Oportunidades

- Crecimiento del turismo en la ciudad de Buenos Aires.
- Remodelación y mejoramiento del barrio de San Telmo.
- Situación monetaria cambiaria ampliamente favorable.
- Explotación de un rubro todavía no comercializado del todo.
- Atractivos de todo tipo que ofrece el país.
- Congresos y convenciones que se realizan en la ciudad.
- Visita de artistas al país por conveniencia monetaria para alguna actividad en la ciudad.

- Diversas actividades en la zona que captan flujos de visitantes a la misma.

Debilidades

- Costo de materias primas no fabricadas en la capital federal.
- Falta de créditos.
- Inversión de capital.
- Tecnología.

Amenazas

- Falta de seguridad para el turista.
- Falta de capital e inversiones en el país.
- Posible futura competencia.
- Imitación.
- Situación futura de paridad cambiaria con respecto al dólar estadounidense.
- Carencia de concientizacion sobre los beneficios de la actividad turística.
- Corrupción impositiva.
- Imagen deteriorada del país.

Factores de Riesgo del anteproyecto de inversión

- Situación del dólar a futuro.
- Nuevas políticas y modificación de las mismas, por parte del gobierno en general (impositivas, financieras, etc.).
- Imagen turística del país.
- Posibles reformas y modificaciones en la zona seleccionada donde se realizara el proyecto de inversión, que puedan perjudicar la actividad en el lugar.
- Surgimiento de una competencia directa, que iguale la actividad o rubro en el que se desempeñara el proyecto de inversión.

LOCALIZACION DEL PROYECTO DE INVERSION

Localización del proyecto

Mediante el siguiente estudio, se evaluo la localización del proyecto de inversión Dulzuras de mi Argentina, la cual será estudiada en el barrio turístico de San Telmo, ubicado en la ciudad autónoma de buenos aires, Provincia de Buenos Aires.

Localización

- Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Delimitación:

- Barrio San Telmo

Justificación

El barrio de San Telmo

El barrio de San Telmo es sin duda uno de los barrios porteños que mas atractivos turísticos posee y que mas se dedica a la actividad turística.
San Telmo cuenta con atractivo turísticos culturales, naturales, arquitectónicos, y con una amplia oferta de actividades a realizar en el lugar. Es un barrio tranquilo, adaptado y orientado hacia el turista, el cual cuenta con instalaciones gastronómicas, museos, galerías de arte, sitios de espectáculos diurnos y nocturnos, pero lo mas importante es que no se encontrara un barrio con un ambiente y una esencia tan particular como San Telmo.
Según el INFORME DE COYUNTURA TURISTICA, el cual fue realizado por la secretaria de turismo del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, el cual consta de una encuesta de turismo receptivo realizada en la ciudad de Buenos Aires durante el año 2003 y bajo supervisión del Programa de estadísticas e impacto económico del turismo, PEIET, el barrio de San Telmo es el quinto barrio que los turistas mas visitan, es el principal lugar donde se realizan espectáculos de tango y en toda la ciudad de Buenos Aires, una gran parte de los turistas realizan compras destinadas a adquirir distintos tipos de souvenirs, como recuerdo de su visita al país.
En base a estas observaciones, sumadas además las propias y particulares condiciones que posee el barrio, como la gran oferta de atractivos turísticos ya mencionada, se ha seleccionado el barrio de SAN TELMO para la localización del proyecto de inversión Dulzuras de mi Argentina.

Barrios Visitados por los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

Barrios Visitados	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjeros
Centro	88,1%	62,4%
Recoleta	65,3%	18,8%
Palermo	63,7%	33,5%
Puerto Madero	61,1%	14,7%
San Telmo	55,6%	12,3%
La Boca	55,5%	12,2%
Once	9,0%	25,6%
Otros barrios	18,5%	31,0%

Fuente: PEIET, Programa de Estadísticas e Impacto Económico del Turismo, en base a datos de la Encuesta Turística en Puntos de Salida.

Factores de localización

Factores de localización aplicados al barrio de San Telmo.

Factores Decisivos

Existencia de vías de comunicación
Localización sobre carreteras continuas que unen varios polos económicos

Seguridad de conducción
Vías con trazado y superficie normales, planas

Intensidad del transito
Vías con alto volumen de transito durante el fin de semana

Distancia - tiempo a centros urbanos mayores
A veinte minutos o menos

Disponibilidad del agua
De acueducto con planta

Disponibilidad de energía eléctrica
Al pie de línea de alto voltaje

Disponibilidad de comunicaciones telefónicas
Al pie de línea

Disponibilidad de terrenos
Espacio disponible para desarrollar, con ciertas limitaciones, un centro integrado

Atractivos turísticos
Lugares de interés turísticos ya desarrollados

Calidad de desarrollos circunvecinos
Desarrollos habitacionales obsoletos cercanos

Condiciones sociales
Zona de tranquilidad social

Condiciones de salubridad
Zona de clima medio

Factores Importantes

Proximidad a las vías principales
Al pie de la vía

Costo del inmueble
Algo mas de lo normal

Condiciones del subsuelo
Terrenos demasiado planos

Movimiento turístico de la zona (afluencia de turistas)
Optimo

Rumbo de la economía (costo de insumos y materias primas)
Incierto

Factores Deseables

Disponibilidad de materiales y mano de obra
Existentes en cantidad y buena calidad

Condiciones meteorológicas
Normales

Facilidades de desagües
Desagües por gravedad a servidumbres que no ocasionan perjuicios o molestias, ni externas ni internas.

Condiciones de seguridad en la zona
Optimas

En base a la bibliografía seleccionada para la localización del proyecto de inversión, PROYECTOS TURÍSTICOS, LOCALIZACIÓN E INVERSIÓN, y teniendo en cuenta la evaluación de los factores de localización, el proyecto Dulzuras de mi Argentina obtuvo una puntuación de 73 puntos, lo que implica que es proyecto se puede calificar como bueno.

Ubicación	Puntuación total
Descartable	De 0 a 15 puntos
Malo	De 16 a 35 puntos
Regular	De 36 a 55 puntos
Bueno	De 56 a 75 puntos
Excelente	De 76 a 95 puntos
Optimo	De 96 a 100 puntos

Inventarios Turísticos

Para realizar la localización de Dulzuras de mi Argentina, se llevo a cabo la realización de un inventario turístico en la zona seleccionada para realizar la misma.
El inventario turístico consta de un relevamiento de los atractivos turísticos en la zona y de un relevamiento de la planta turística localizada en San Telmo.
El inventario de atractivos turísticos, es un catalogo ordenado de los lugares que manifiestan atracción hacia los visitantes.

Los atractivos se pueden categorizar en :

- Sitios naturales: pueden ser de montañas, costas, lagos, parques nacionales, etc
- Museos y manifestaciones culturales: pueden ser museos, obras de arte y técnicas, lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos.
- Folklore: pueden se manifestaciones religiosas, creencias populares, ferias y mercados, música y danzas, artesanías y artes, comidas y bebidas típicas o arquitectura popular espontánea.
- Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas: abarca las explotaciones minera, agropecuarias, obras de arte modernas y centros científicos y técnicos.
- Acontecimientos programados: pueden ser artísticos, deportivos u otros, como ser fiestas religiosas, gastronomitas, rodeos, carnavales, etc.

El inventario de la planta turística comprende el registro de todas las instalaciones y los equipos de producción de los servicios de una zona, a los que se les denomina el equipamiento.

Las instalaciones y el equipamiento se categorizar en :

- Alojamiento: puede ser hotelero o extrahotelero
- Alimentación: abarca los restaurantes, cafeterías y bares
- Esparcimiento: comprende las instalaciones deportivas, los clubes nocturnos, casinos, y otros espectáculos
- Otros servicios: como ser las agencias de viajes, comercios turísticos e información turística.

Inventario de Atractivos turísticos del barrio de San Telmo

El barrio turístico de San Telmo, posee una amplia variedad de atractivos de todo tipo. A continuación se detallan los principales atractivos seguidos de sus fichas técnicas.

1. Antigua Tasca de Cuchilleros
2. *Casa Mínima*
3. *Casa de J. Castagnino*
4. *Casa de Esteban de Luca*
5. *El Viejo Almacén*
6. *Feria de antigüedades Dorrego*
7. *Galería del Solar de French*
8. *Iglesia Ortodoxa Rusa Santísima Trinidad*
9. *Iglesia Santo Domingo*
10. *Iglesia San Pedro Telmo*
11. *Mercado de San Telmo*
12. *Museo de Arte Moderno*
13. *Museo Histórico Nacional*
14. *Museo Penitenciario*
15. *Los patios de San Telmo*
16. *Parque Lezama*
17. *Pasaje de la Defensa*
18. *Pasaje San Lorenzo*
19. *Plaza Dorrego*
20. *Tangódromo*

FICHA DE CLASIFICACION N° 1

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Antigua Tasca de Cuchilleros	Museos y manifestaciones culturales	Lugares históricos		4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Carlos Calvo 319

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-129

CARACTERÍSTICAS: La construcción data del año 1739. La mayor parte de su edificación es de época. Las tejas hechas a gamba fueron cambiadas en 1990. Fue declarado monumento histórico nacional. Actualmente, funciona un restaurante, donde se encuentran expuestas fotografías testimoniales de la historia de la casa y en el piso del baño de damas del restauran se puede observar el túnel que llegaba hasta Humberto 1° 340. La habitación del frente data de fines del **Siglo XVIII**, siendo las que le siguen del **Siglo XIX**. Atesora una trágica historia de amor. Aquí vivía **Margarita**, la hija del **Sargento Oliden, Mazorquero del Gobernador Juan Manuel de Rosas**. El padre obligaba a su hija a casarse con **Ciriaco Cuitiño**, que era jefe de los mazorqueros. Pero **Margarita**, que no quería obedecer las pautas establecidas para la época, cuando los padres elegían al prometido, se enamora perdidamente de un payador, **Juan Cruz Cuello** y no puede silenciar el dictado de su corazón. Entonces, elige huir con él. Pero **Cuitiño**, los persigue hasta encontrarlos en la localidad de **Luján** donde hiere de muerte a **Margarita**, que vuelve a esta casa para morir allí. Actualmente, funciona un restaurante, donde se encuentran expuestas fotografías testimoniales de la historia de la casa.

FICHA DE CLASIFICACION N° 2

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Casa Mínima	Folklore	Arquitectura popular espontánea	Casas	4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Pasaje san Lorenzo 380.

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 2-9-10-20-22-24-28-29-45-86-26

CARACTERÍSTICAS: Su construcción data del año 1850. Sus dimensiones son escasos 2,50 m de frente y posee un pequeño balcón, es el resto de una edificación que llegaba a la calle Defensa propiedad de José Maria Peña. (Hoy en refacción.) según la historia de la misma, la casa fue en su momento de un esclavo negro, el cual luego fue liberado.

FICHA DE CLASIFICACION N° 3

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Casa de Castagnino	Museos y manifestaciones culturales	Lugares históricos		3

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Balcarce 1016

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126-130-143

CARACTERÍSTICAS: Esta casa, del año 1890, junto con su vecina de la esquina, datan de fines del siglo XVIII, y fue correo en la época rosista y, luego de la epidemia de fiebre amarilla, casa de inquilinato. El pintor Juan Carlos Castagnino, la recuperó en la década del 60, instalando allí su atelier. Fue restaurada respetándose los materiales originales, revoques a la cal, estructura de madera y ladrillos y techos de madera.

FICHA DE CLASIFICACION N° 4

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Casa de E.Luca	Folklore	Arquitectura popular espontánea		4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Carlos Calvo 383

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: En la calle Carlos Calvo 383 se encuentra la casa de Estaban de Luca . Fue vivienda del soldado y periodista Esteban de Luca, quien durante las Invasiones Inglesas actuó en la defensa de Buenos Aires como subteniente en un batallón de Patricios. Su casa fue escenario de las reuniones de patriotas en los días previos a la Revolución de Mayo. Poco después, de Luca fue ascendido a capitán por la Primera Junta. Iniciado en la fabricación de armas por un técnico español, dirigió entre 1816 y 1822 la Fábrica de Armas del antiguo Parque de Artillería. Integró la lista de fundadores de la Sociedad Literaria, y desde las páginas de la Gaceta de Buenos Aires contó los triunfos criollos en las luchas por la Independencia. Cultivó el género literario de la canción heroica, y fue autor del primer himno a la libertad, titulado "Una canción patriótica". Sus trabajos periodísticos fueron recopilados en la "La Lira Argentina" y en la "Colección de poesías patrióticas". La casa que le perteneciera, construida en la época colonial, tenía dos habitaciones y un pequeño patio. En 1982 se restauraron su fachada y techo de tejas. El interior fue alterado largo tiempo atrás y en día funciona como Restaurante.

FICHA DE CLASIFICACION N°5

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
El Viejo Almacén	Museos y manifestaciones culturales	Lugares históricos		5

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Balcarce 719

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 2-9-10-20-22-24-28-45-86-26-64-62-74-93-105-111-129-130-143-152-159

CARACTERÍSTICAS: Famoso lugar de, creado en 1969 por el cantor Edmundo Rivero, quien se presentó allí durante casi 2 décadas. En esta misma esquina funcionó, hace aproximadamente 165 años, el Hospital Inglés, que se trasladó en 1848; el lugar fue ocupado por el almacén Orillas del Plata. Nacional (allí se realizaron las primeras intervenciones quirúrgicas con anestesia).
Fue después vinerías con venta al por mayor y menor, y más tarde, el restaurante ruso Volga. En la pared sobre Balcarce se ven aún argollas de hierro que, en otro tiempo, servían para atar los caballos. Fue almacén de ramos generales y el 9 de mayo de 1969 el recordado Edmundo Rivero instaló una casa de tango reconocida hoy en todo el mundo. Se realizó una emisión postal de su fachada. Es un Monumento Histórico Nacional

FICHA DE CLASIFICACION N° 6

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Feria de antigüedades Plaza Dorrego	Folklore	Ferias y mercados		5

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Plaza Dorrego

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: Temprano a la mañana, cada domingo desde hace 28 años, una curiosa ceremonia se repite en el escenario de la Plaza Dorrego: baúles, cajas, hierros, tablas, canastos, se ofrecen en una singular feria. la Feria de San Pedro Telmo es uno de los atractivos turísticos más importantes de la Ciudad, promocionada internacionalmente, reúne unas ocho mil personas por domingo y ofrece en sus 270 puestos de antigüedades todo tipo de objetos, con el acompañamiento de números artísticos, vendedores ambulantes, cantantes de tango y estatuas vivientes. La Feria apuntaló la recuperación del barrio: los puestos crecieron, ocuparon los comercios de los alrededores y muchos de ellos se convirtieron en prestigiosos anticuarios de exclusiva mercadería, viejos caserones fueron reciclándose en restaurantes de categoría, y artistas de variedades comenzaron a presentar sus números en las calles al calor del movimiento de turistas y visitantes. En la actualidad, en la Feria pueden encontrarse desde curiosidades que formaron parte de la vida cotidiana del Buenos Aires pasado, como fonolas, libros, discos y revistas de colecciones agotadas, hasta valiosas antigüedades, ropa de época, mantillas y bordados. el formar parte de los 270 puestos de la Feria de San Telmo, es casi exclusivo y sólo es una posibilidad que se les da a quienes cumplen con una serie de requisitos: se entra por riguroso sorteo a medida que van quedando los puesto libres y se debe disponer de mercadería anterior a los años 60', no se puede dejar el puesto, el titular tiene que estar siempre y sólo puede tener a un ayudante durante dos horas. Además, cada tres meses se realiza un sorteo del lugar que ocupa cada puesto en la plaza. La organización está a cargo de una comisión de 16 delegados que se ocupan de la propaganda.

FICHA DE CLASIFICACION N° 7

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Galería del Solar de French	Museos y manifestaciones culturales	Lugares históricos		4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Defensa 1062

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 2-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: Esta construcción es histórica y actualmente funciona una galería comercial en una estructura moderna, pero una placa en la entrada en la parte superior, indica que este fue el solar donde nació el 23 de noviembre de 1786 y vivió el patriota Domingo French, creador de nuestra escarapela junto a su amigo Antonio Beruti. Esta vivienda fue construida en 1762 y aún sigue presente en el barrio, aunque según historiadores, queda muy poco en la misma de sus materiales originales. El patio de esta casa, se convirtió en galería donde operan una gran cantidad de pequeños locales de antigüedades.

FICHA DE CLASIFICACION N° 8

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	*Jerarquí*
Iglesia Ortodoxa Rusa Santísima Trinidad	Museos y manifestaciones culturales	Obras de arte	Arquitectura	3

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Brasil 315

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 4-20-29-33-53-54-61-62-86-93-129-130-143-152-159.

CARACTERÍSTICAS. Frente al Parque Lezama, sobre la calle Brasil, se encuentra uno de los más llamativos y hermosos edificios, el Templo de la Iglesia Ortodoxa Rusa, cuya construcción fuera iniciativa del sacerdote ruso Constantino Izrastzoff. Esta iglesia fue inaugurada en el año 1904, el proyecto original fue realizado por el arquitecto del Santo Sínodo de Rusia Mihail Preobrazensky y adaptado por el arquitecto Alejandro Christophersen. El templo está construido en el estilo moscovita del siglo XVII. Se destacá en la parte superior el conjunto de las cinco cúpulas acebolladas color turquesa (una mayor central y cuatro menores), recubierto de chapas de zinc. Sobre cada una de estas cúpulas, se eleva una cruz que mira hacia el oriente. La fachada presenta un gran frontón, tres ventanas con vitreaux representando distintas escenas bíblicas y en el frontispicio, en mosaico veneciano, la representación de la Santísima Trinidad realizado en San Petersburgo. El interior tiene la planta en cruz y en el altar se pueden admirar valiosos íconos rusos. En los servicios religiosos se escucha música litúrgica ortodoxa interpretada por coros, creándose un clima de gran misticismo. Durante muchos años, sus cúpulas daban un mensaje especial a la zona , en especial durante momentos difíciles de la historia donde había peligros de grandes contiendas mundiales. Hoy en día con su colorido y la esbeltes de sus torres, le dan al Parque Lezama y al barrio mismo, un toque muy especial de distinción. El constructor de esta obra se encuentra sepultado en la misma. Puede visitarse los sábados a las 18 ó domingos a las 10. Las mujeres deben ingresar con pollera larga.

FICHA DE CLASIFICACION N° 9

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Iglesia Santo Domingo	Museos y manifestaciones culturales	Lugares históricos		4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Esquina de Defensa y Av. Belgrano

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 22-24-28-29-56-61-64-2-4-20-33-126-111-105-143-152-159

CARACTERÍSTICAS: La iglesia de Santo Domingo fue realizada según los planos y la dirección del italiano Antonio Masella y de Francisco Alvarez. Allí, en el atrio, está el mausoleo que aloja los restos de Belgrano, una obra del italiano Ettore Ximenes.
A principios del 1900 resultó ganador del concurso para la construcción del mausoleo, que se inauguró en 1903. Su base es un pedestal de granito rojizo con dos figuras en bronce - que representan la pluma y la espada - compactado con relieves - también en bronce - que ilustran escenas de la vida del prócer.
El sarcófago que guarda restos del General Manuel Belgrano es de mármol blanco y está en lo alto y en sus lados cuatro figuras femeninas taladas de bronce.

FICHA DE CLASIFICACION N° 10

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Iglesia San Pedro Telmo	Museos y manifestaciones culturales	Lugares históricos		3

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Humberto 1° 340

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: A metros de Plaza Dorrego se encuentra el Templo que en su origen fue denominado Nuestra Señora de Belén. El edificio fue diseñado hacia 1734 por el Arq. Italiano y Jesuita Andrea Bianchi A raíz de la expulsión de los Jesuitas en 1767, las obras quedaron inconclusas y el Templo a medio construir, fue destinado a depósito y asilo. En 1795, los bethlemitas se hicieron cargo de él y modificaron su fachada. Luego el Arq. Pelayo Sáinz la reconstruyó con estilo barroco imprimió su nombre en la fachada. Las sucesivas remodelaciones imposibilitaron la unidad estilística del conjunto.
Se mezclan elementos del barroco, neoclásico e italianizantes, las pilastras de la fachada, lisas y de gran sencillez son el único elemento del frontispicio que sobrevive de la idea original.
En 1806 se creó la Parroquia de San Pedro González Telmo, designándose a la iglesia de Nuestra Señora de Belén como sede de la misma. Se puede visitar de lunes a sábado de 8 a 12 y de 16,30 a 20 y domingos de 8 a 20 y en la misma funciona un comedor de caritas.

FICHA DE CLASIFICACION N° 11

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	**Jerarquía**
Mercado de San Telmo	Folklore	Ferias y Mercados		4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Calle Defensa 961.

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: Fundado en el año 1891. Diseñado por el italiano Giovanni Buschiazzo. Es un mercado tradicional, construido con una enorme estructura de hierro y vidrio.
La fachada presenta características de estilo italiano y su interior está compuesto por una excelente estructura de hierro con techos de chapas y vidrio, siendo el último que funciona en la.ciudad. Durante varios años funcionó en su sótano una fábrica de cerveza.
En los distintos puestos se venden frutas, verduras y productos de almacén, y también, en su entrada por Defensa, hay puestos con antigüedades y artesanías. Horarios: De lunes a sábado de 7 a 13 y de 16 a 20 y domingos de 9 a 14hs.

FICHA DE CLASIFICACION N° 12

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Museo de Arte Moderno	Museos y manifestaciones culturales	Museo	Arte	4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Avenida San Juan 350

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: Este edificio es del año 1918 y fue antiguamente una fábrica de tabaco, S.A..Manufactura de Tabacos Picardo y Cía Ltda., y se recicló conservando su arquitectura original, de estilo "utilitario". En este lugar tiene su sede el museo que presenta exposiciones de los artistas plásticos más representativos del arte contemporáneo que dan lugar a variadas expresiones artísticas -concretistas, informalistas, neofigurativos- en formatos que abarcan desde la pintura en tela hasta grabados, esculturas, instalaciones, fotografía y diseño gráfico. El Museo alberga colecciones como la colección Ignacio Pirovano. Se puede visitar los Martes a viernes, de 10 a 20; los sábados, domingos y feriados, de 11 a 20. Visitas guiadas: martes, miércoles, viernes y domingos, a las 17.

FICHA DE CLASIFICACION N° 13

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Museo Histórico Nacional	Museos y manifestaciones culturales	Museo	Historia	4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Parque Lezama. Entre las calles Brasil, Defensa, M.Garcia y Paseo Colon.

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 4-9-10-22-24-54-61-65-70-74-93-168-159-186

CARACTERÍSTICAS: museo argentino fundado el 24 de mayo de 1889. Sus líneas responden a la arquitectura italiana. En un principio dependió de la Municipalidad de Buenos Aires, pero cambió de sede en hasta cuatro ocasiones durante sus primeros años de existencia, debido al incesante incremento de sus colecciones. En 1897, dependiendo ya del gobierno central, fue trasladado a su actual ubicación, una vieja estancia criolla situada en el Parque Lezama del barrio de San Telmo**.** El Museo alberga piezas históricas procedentes de otro museo (fundado con anterioridad por Bernardino Rivadavia) y de donaciones realizadas por Bartolomé Mitre y por descendientes de próceres que habían participado en las guerras de emancipación y en las posteriores luchas civiles. Entre los valiosos objetos que se pueden contemplar en su interior se encuentra el sable del general José de San Martín. Una extraordinaria pinacoteca con 1.200 óleos. Se exhiben más de 57.000 piezas. Se pueden observar el catre de campaña de San Martín, banderas tomadas a los españoles en las batallas de Suipacha y Montevideo, el sillón y la guitarra de Juan Manuel de Rosas, el tintero que utilizaron los representantes de las provincias para firmar la Constitución Nacional en 1853 relacionadas directamente con la historia Argentina, hasta 1950, comenzando por el periodo virreinal. También es depositario de dos importantes colecciones de armas y muebles, así como de material documental que abarca un periodo comprendido entre el descubrimiento del río de la Plata y finales del siglo XIX. Hoy se puede visitar de martes a viernes de 10,30 a 17 hs, y los sábados y domingos de 13 a 18 hs **.**

FICHA DE CLASIFICACION N° 14

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	*Jerarquí*
Museo Penitenciario	Museos y manifestaciones culturales	Museo	Arquitectura e Historia	3

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Humberto Primo 378

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: Aquí se halla el museo y la capilla de Nuestra Señora del Carmen, un Monumento Histórico Nacional que ocupa una parte de lo que fue una antigua residencia jesuítica, construida según planos de Antonio Masella en 1760. Tras la expulsión de la orden, el lugar fue, sucesivamente, asilo de mujeres, hospital, cuartel, polvorín hospicio, facultad de medicina y cárcel de mujeres. Finalmente se instaló la Academia Superior de Estudios Penitenciarios y el Museo Argentino Antonio Balvé, donde se encuentra la evolución del servicio carcelario en la Argentina. Hay réplica de celdas, uniformes de Regimiento de Patricios, de Bomberos y Agentes, trajes de internos, elementos utilizados para fugas, etc. En el interior se encuentra la Capilla de Ntra. Señora del Carmen creada en **1735**, una construcción jesuítica del siglo XVII. **en 1982 declarado monumento histórico nacional.**

FICHA DE CLASIFICACION N° 15

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Los patios de San Telmo	Folklore	Arquitectura Popular Espontánea	Casas	4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Pasaje San Lorenzo 319

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 2-9-10-20-22-24-28-29-45-86-26

CARACTERÍSTICAS: Los Patios de San Telmo son una típica casa con tres patios sucesivos transformada en talleres de artistas y pequeños cafes.
Es una antigua edificación, del 1800, estilo colonial con una con planta colonial y tres patios sucesivos. Se puede visitar de lunes a sábado.

.

FICHA DE CLASIFICACION N° 16

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Parque Lezama	Acontecimiento Programados	Otros	Parques de recreación	3

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Entre las calles Brasil, Defensa, M.Garcia y Paseo Colon

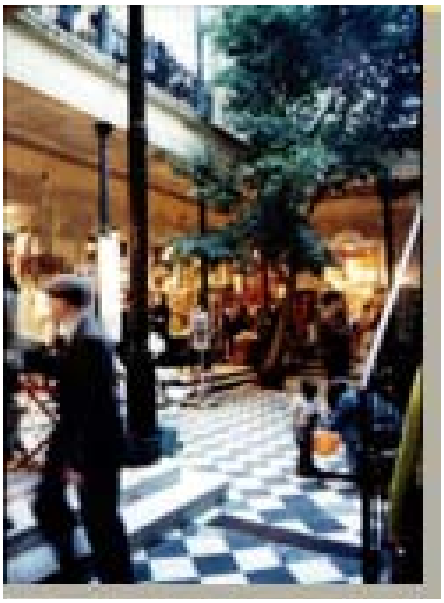
MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 4-9-10-22-24-54-61-65-70-74-93-168-159-186

CARACTERÍSTICAS: Según algunos historiadores es el lugar donde Pedro de Mendoza fundó por primera vez la ciudad de Buenos Aires, en 1536. El parque perteneció al inglés Daniel Mackinlay y luego al norteamericano Carlos Ridgely Horne, quien construyó una casa sobre la calle Defensa. A fines del siglo XVIII, la Real Compañía de Filipinas instaló en el parque el depósito de negros esclavos . En 1857, el salteño José Gregorio Lezama comprador del predio, amplió la mansión, contrató un paisajista, colocó estatuas en los senderos, y logró el parque más impactante de Bs. As. A su muerte, su viuda Angela Alzaga, lo cedió a la municipalidad con la condición que fuese un espacio público de paseo y llevara el nombre de su esposo. El parque conserva esa atmósfera finisecular, enriqueciéndose con las perspectivas a distinto nivel de su antigua barranca. El clima del Parque, seduce al escritor Ernesto Sábato que le hace adquirir un rol protagónico en su obra "Sobre Héroes y Tumbas". En la esquina de Defensa y Brasil, en el sendero en diagonal que marca el ingreso al Parque se levanta el monumento a Pedro de Mendoza. Por este mismo sendero hacia la derecha, encontramos la escultura de la mítica Loba amamantando a Rómulo y Remo: Es una réplica donada por el rey de Italia Vittorio Emanuelle con motivo del centenario de 1910. Avanzando hacia Av. Martín García está el cruceiro que a juicio de algunos historiadores marca el lugar exacto donde Pedro de Mendoza realizó su fundación en 1536. De origen gallego, fue donado por esa comunidad a la ciudad, en el IV Centenario de su Segunda Fundación. El cruceiro es una columna dé granito con un capitel y un crucifijo que lo corona, tradicional en aquella región de España.

FICHA DE CLASIFICACION N° 17

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Pasaje de la Defensa	Folklore	Arquitectura popular espontánea		4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES



UBICACIÓN: Defensa 1179

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: En una tradicional casona de fines de siglo pasado, que fue residencia de la familia Ezeiza. La casa es de dos plantas, compuestas por varias habitaciones que dan a una galería lateral, que convoca a diferentes espacios. Su estructura responde a las llamadas "casa chorizo" que provienen de la colonia española, con amplios patios internos y habitaciones a sus costados En la planta baja, podemos visitar 3 patios. El patio del Tiempo, el Patio del Árbol y el Patio de los Ezeiza. En la planta alta tiene un Patio general. Hoy funciona como galería comercial.

FICHA DE CLASIFICACION N° 18

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Pasaje San Lorenzo	Folklore	Arquitectura popular espontánea	Casas	4

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Calle Pasaje San Lorenzo al 300.

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 2-9-10-20-22-24-28-29-45-86-26

CARACTERÍSTICAS: Este pasaje fue hasta la segunda mitad del siglo pasado el límite físico de San Telmo, pues por ahí corría el arroyo Tercero del Sur, que nacía donde está hoy la Plaza Constitución. Se lo entubó en 1865, siendo la primera obra de este tipo. Al entrar por este pasaje se podrán conocer numerosos ejemplos de la arquitectura doméstica del siglo pasado. Sobre este pasaje se ubican la casa mínima y los patios de San Telmo. Los días domingos funciona una feria artesanal.
Este pequeño pasaje, que aparece en los mapas más antiguos de la Ciudad, vio marchar a las columnas del ejército inglés en la primera invasión de Buenos Aires en 1.806, y en la segunda invasión, al año siguiente, vio esconderse a los soldados de ese ejército dentro del arroyo, ante la defensa del Pueblo de la Ciudad

FICHA DE CLASIFICACION N° 19

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Plaza Dorrego	Museos y manifestaciones culturales	Lugares Históricos		5

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Entre las calles Bethlem, Defensa, Don Alselmo y Humberto 1°.

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 9-10-20-22-24-28-29-45-74-86-126

CARACTERÍSTICAS: Es la más antigua después de Plaza de Mayo. Es llamado El antiguo Hueco del Alto o también Alto de las Carretas, llamado así por ser el sitio donde se detenían a principios del siglo XIX estos grandes vehículos arrastrados por bueyes, preparándose para el cruce del arroyo Tercero del Sur (actual pasaje San Lorenzo) en su marcha hacia el centro de la ciudad. Más tarde fue llamado el Alto de San Pedro y, desde 1822, Plaza del Comercio. Allí levantó la Municipalidad su tercer Mercado de Abasto, demolido en 1897. Esta plaza se inaugura con el nombre del ilustre militar y pensador Manuel Dorrego el 15 de mayo de 1900 en su parte central se encuentra el mástil donado por la Fuerza Aérea a un costado un aljibe en su frente el escudo del barrio. De esa época datan los árboles existentes; su actual nombre lo tiene desde se 1905, fue remodelado en 1990. En las casas que rodean la plaza, muchas transformadas en elegantes comercios de antigüedades, se mantienen fieles a su aspecto original, gracias a la protección que les brinda la Comisión del Museo de la Ciudad.
La plaza tiene 4 escaleras de piedra 2 desniveles, en la parte mas baja se encontraban 2 baños públicos subterráneos hasta 1990, año en que se remodeló toda la plaza.
Los domingos entre las 10 y las 17 en la Plaza se instala la Feria de Antigüedades donde se venden los más diversos objetos: ropa, mantelería, revistas, discos, vajilla, lámparas, adornos y artículos de uso cotidiano. Rodeando la plaza, artesanos, fileteadores, mimos, cantantes y bailarines de tango despliegan sus habilidades y una serie de bares y restaurantes completan el paseo.

FICHA DE CLASIFICACION N° 20

Atractivo	***Categoría***	***Tipo***	***Subtipo***	Jerarquía
Tangódromo	Folklore	Música y danzas		5

FOTOGRAFIAS Y OBSERVACIONES

UBICACIÓN: Ubicado en Centro Cultural Plaza Defensa, Defensa 535.

MEDIOS DE ACCESO: Colectivos 2, 22, 24, 28, 29, 33, 54, 61, 62, 64, 74, 86, 93, 126, 130, 143, 152, 159.

CARACTERÍSTICAS: El tango tiene su tabernáculo mayor en el Centro Cultural Plaza Defensa. En el "Tangódromo" –neologismo forjado por sus entusiastas seguidores– convergen las más variadas expresiones del sentir tanguero. Allí, se presentan prestigiosos solistas y orquestas que cada domingo animan la milonga. Su creciente fama convoca semanalmente a vecinos y turistas de todas latitudes. También ofrece clases de tango gratuitas –de 17 a 18 hs.– a cargo de Julio Galetti. Ademas, en su nueva Galería, la propuesta se completa con la presentación de muestras de fotografía y artes plásticas. Entrada: gratis. Días y horarios: todos los domingos de 17 a 21 hs.

1) Alojamiento

- Alojamiento Hotelero

  - Hoteles (1)
  - Hosterías (2)
  - Moteles (3)
  - Pensiones (4)

Nombre	*Tipo*	*Hab.*	*Cama*	*Baño priv.*	*Baño comp*	*Com*	*Club Noct*	*Salón*	*Dep*	*A/C*	*$*
Los 2 Chinos	*1*	*90*	*180*	*90*		*Si*	*Si*	*Si*	*Si*	*Si*	
Gran Boulevard Hotel	*1*	*70*	*160*	*70*		*Si*	*No*	*Si*	*Si*	*Si*	
Los Tres Reyes	*1*	*44*	*102*	*44*	*1*	*Si*	*No*	*No*	*No*	*Si*	
Internacional Hotel	*1*	*34*	*72*	*34*		*Si*	*Si*	*No*	*No*	*Si*	
Brisas Hotel	*1*	*40*	*85*	*40*	*1*	*Si*	*No*	*No*	*No*	*Si*	
Los duendes	*3*	*12*	*18*	*6*	*2*	*No*	*No*	*No*	*No*	*Si*	*$15*
Lama Pedro	*3*	*10*	*15*	*5*	*2*	*Si*	*No*	*No*	*No*	*No*	
Hotel Varela	*1*	*25*	*40*	*25*		*Si*	*No*	*No*	*No*	*Si*	
Hotel mi hospedaje Panama	*1*	*30*	*50*	*30*	*1*	*Si*	*No*	*No*	*No*	*Si*	
Emilia	*1*	*25*	*45*	*25*		*Si*	*No*	*No*	*No*	*Si*	
Brisas del mar	*1*	*30*	*60*	*30*	*1*	*Si*	*No*	*No*	*No*	*Si*	
Cabarga Angel Hotel	*1*	*15*	*30*	*15*		*No*	*No*	*No*	*No*	*Cal.*	
The hostel inn	*1*	*30*	*100*	*30*		*Si*	*Si*	*Si*	*No*	*Si*	
El Hostal de San Telmo	*2*	*9*	*36*		*4*	*Si*	*No*	*No*	*No*	*Si*	*$10*

- Alojamiento Extrahotelero

  - Albergues (1)
  - Casas de familias (2)
  - Viviendas en alquiler (3)

Nombre	Tipo	*Hab.*	*Cam.*	*Baños*	*Cap. Comedor*	*Espacios*	*Precio*
Asociación Argentina de Albergues de la juventud	*1*	*22*	*90*	*4, dividido por sexos.*	*100 per.*	*Salón (100 pers.) y patio.*	*$ 10*
Residencia Universitaria	*1*	*15*	*60*	*2 vestuarios y baños*	*60 personas*	*Terraza y patio*	*$12*
The garden house	*1*	*4 pers.y 2 pers.14 hab.*	*44*	*44*	*50 personas*	*Terraza, patio, biblioteca y salón.*	*U$U 7 U$U 20 U$U 16 U$U 6*
Mandinga	*1*	*22*	*80*	*2*	*80 pers.*	*Patio y salón*	
Defensa once once	*2*	*6*	*12*	*Incluye baños solo la Suite*	*15 personas*	*Salón de baile, living, biblioteca muy lujoso*	*Simple USD15 Doble USD20*
San Telmo Colonial	*3*	*Departamentos de uno y dos ambientes.*	*10*	*10*		*Salón para 10 personas.*	

2) Alimentación

- Restaurantes

Nombre	*N° de mesa*	*Tamaño del comedor*	*N° de mesero*	*Tipo de comida*	*Bar*	*Precio y Menues*	*Aire*	*Cal.*	*Otros*
Nikkai	*25*	*Med.*	*4*	*Japonesa*	*Si*	*Excesivo*	*Si*	*Si*	

Almá fuerte	*48*	*Grande*	*8*	*Minutas*	*Si*	*Econ.*	*Si*	*Si*	
Burzaco	*20*	*Chico*	*4*	*Europea*	*Si*	*Medio*	*Si*	*Si*	*Celta*
El Jimmy	*50*	*Grande*	*5*	*Parrilla*	*No*	*Light $6 Fijo $8 Ejec $10*	*Si*	*No*	*Delivery*
Moliere	*+ 60*	*Grande (2)*	*6*	*Internacional*	*Si*	*Niños $8 Alm. $15 Cena $18*	*Si*	*Si*	*Shows y Baile.*
Ana y el Ángel	*48*	*Grande*	*5*	*Minutas*	*Si*	*Econ.*	*No*	*Si*	
Los Gauchos	*12*	*Chico*	*1*	*Parrilla*	*No*	*Econ.*	*No*	*No*	
El refugio del arlequín	*52*	*Grande*	*6*	*Internacional*	*Si*	*Medio*	*Si*	*Si*	
Nicole de Marseille	*25*	*Chico*	*2*	*Francesa*	*Si*	*Medio*	*Si*	*Si*	*Buena decor.*
Sr. Telmo	*30*	*Med.*	*3*	*Pizza*	*No*	*Fijo $8*	*Si*	*Si*	
Gómez	*38*	*Med.*	*4*	*Fusión*	*Si*	*Medio*	*Si*	*Si*	
El farol de san Telmo	*15*	*Chico*	*2*	*Picadas*	*Si*	*Econ.*	*Si*	*Si*	*Informal*
El desnivel	*26*	*Chico*	*3*	*Parrilla*	*No*	*Eco.*	*No*	*No*	
Mi Tío	*25*	*Chico*	*2*	*Pizza*	*No*	*Econ.*	*Si*	*Si*	
La vieja rosticería	*38*	*Med.*	*4*	*Parrilla*	*No*	*Medio*	*Si*	*Si*	
La casa de E. Luca	*44*	*Grande*	*4*	*Internacional*	*No*	*Medio*	*Si*	*Si*	
El paraíso	*45*	*Med.*	*3*	*Internacional*	*No*	*Medio*	*Si*	*Si*	*Esp. Locro*
Perro andaluz	*40*	*Chico*	*3*	*Tapas*	*Si*	*Fijo $11*	*Si*	*Si*	*Jazz*
Poseidón	*16*	*Chico*	*2*	*Regional*	*No*	*Medio*	*Si*	*Si*	
Pappa deus	*36*	*Chico*	*4*	*Fusión*	*Si*	*Excesivo*	*Si*	*Si*	
La pérgola	*28*	*Chico*	*3*	*Internacional*	*No*	*Fijo $15*	*Si*	*Si*	
Todo mundo	*60*	*Med.*	*4*	*Picadas y pizza*	*Si*		*Si*	*Si*	*Buena decor.*
Primo Humberto	*58*	*Med.*	*3*	*Minutas y regional*	*Si*	*Fijo $10*	*Si*	*Si*	
Telmo bar	*12*	*Chico*	*2*	*Minutas*	*No*	*Eco.*	*No*	*No*	
La brigada	*20*	*Chico*	*3*	*Parrilla*	*No*	*Econ.*	*Si*	*Si*	
La farmacia	*26*	*Chico*	*3*	*Fusión*	*Si*	*Medio*	*Si*	*Si*	
Cancún	*16*	*Chico*	*2*	*Mexicana*	*No*	*Eco.*	*Si*	*No*	
Antigua tasca de cuchilleros	*32*	*Med.*	*3*	*Parrilla*	*No*	*Medio*	*Si*	*Si*	
Asociación Sueca	*50*	*Grande*	*4*	*Europea*	*Si*	*Medio*	*Si*	*Si*	
Candembe	*48*	*Med.*	*4*	*Regional*	*No*	*Medio*	*Si*	*Si*	*Show*
Claroscuro	*38*	*Chico*	*3*	*Fisión*	*SI*	*Medio*	*Si*	*Si*	
El gran Luciano	*42*	*Med.*	*4*	*Regional*	*No*	*Econ.*	*Si*	*Si*	
El remanso	*52*	*Med*	*4*	*Internacional*	*No*	*Med.*	*Si*	*SI*	
El virrey de	*46*	*Grande*	*4*	*Internacional*	*No*	*Med.*	*Si*	*Si*	*Mariscos*

Telmo									
Hostal de canigo	*38*	*Med.*	*4*	*Catalana*	*Si*	*Med.*	*Si*	*Si*	
Geronimo	*36*	*Med.*	*3*	*Criolla*	*No*	*Med.*	*Si*	*Si*	
Lezama	*45*	*Chico*	*4*	*Regional*	*No*	*Eco.*	*Si*	*Si*	
Riitz	*44*	*Med.*	*3*	*Internacional*	*No*	*Med.*	*Si*	*Si*	
La glorieta	*40*	*Med.*	*4*	*Parrilla*	*No*	*Med.*	*Si*	*Si*	
Fettuchini	*50*	*Med.*	*5*	*Internacional*	*No*	*Med.*	*Si*	*Si*	*Pastas*
El goce pagano	*44*	*Chico*	*3*	*Internacional*	*Si*	*Med.*	*Si*	*Si*	
La concencion	*42*	*Med.*	*4*	*Internacional*	*No*	*Med.*	*Si*	*Si*	
Pizza plaza	*32*	*Chico*	*3*	*Pizza*	*No*	*Eco.*	*No*	*No*	
Taberna Baska	*28*	*Chico*	*2*	*Europea*	*Si*	*Med.*	*Si*	*Si*	
La posada di regio	*42*	*Med.*	*3*	*Criolla*	*No*	*Eco.*	*Si*	*Si*	
La parrillita	*20*	*Chico*	*2*	*Parrilla*	*No*	*Eco.*	*Si*	*No*	
Freiburger Horf	*32*	*Med.*	*3*	*Alemana*	*Si*	*Med.*	*SI*	*Si*	
Hesperia	*45*	*Grande*	*4*	*Internacional*	*No*	*Med.*	*Si*	*Si*	
Reencuentro	*48*	*Med.*	*4*	*Pastas*	*No*	*Med.*	*Si*	*Si*	

- Bares, cafeterías y confiterías

Nombre	*N° de mesas*	*Butacas*	*Tipo de servicio*	*Aire*	*Cal.*	*Otros*
Caracol	*25*	*10*	*Meseros*	*Si*	*Si*	
Clásico	*18*	*12*	*Meseros*	*Si*	*Si*	
Café del arbel	*34*		*Meseros*	*Si*	*Si*	*Buena ambientación*
De Joan	*48*		*Meseros*	*Si*	*Si*	*Ambientación Bizarra*
Plaza Dorrego bar	*54*		*Meseros*	*Si*	*Si*	*Ambientación c/ fotografías*
Patio cervecero	*40*	*15*	*Meseros*	*Si*	*Si*	*Cerveza saborizada*
Aconcagua	*50*		*Meseros*	*Si*	*No*	*Minutas*
Fin del mundo	*12*		*Meseros*	*No*	*No*	
El federal	*52*		*Meseros*	*Si*	*Si*	*Buena ambientación*
Birdou de las luces	*36*		*Meseros*	*Si*	*Si*	
Británico bar	*30*	*8*	*Meseros*	*Si*	*Si*	*Ambientaron antigua*
Pepper bar	*28*		*Meseros*	*Si*	*Si*	
Mr. Mate	*20*		*Meseros*	*Si*	*Si*	*Declarado lugar de interés turístico de la CBA*
Antojos	*18*		*Meseros*	*Si*	*Si*	

3) Esparcimiento

- Clubes nocturnos

Nombre	Mesa	**Mes.**	**Show**	**Pista de baile**	**Cena**	**Precio**	A/C
El Viejo Almacén	*150*	*10*	*Tango. Abierto de Lunes a Viernes al mediodía y todas las noches para cenar*	*Si*	*Cena 20hs Show 22hs*	*Show $85 con 2 bebidas nacionales libres. Cena-Show $120 con bebida incluida*	*Si.*
Taconeando	*120*		*Tango.*	*Si.*	*Comienzo del Show 22:30 hs. Lun a Sábados 22 hs*	*Cena-Show $100 Viernes y sábado.*	*Si*
El Querandí	*90*	*8*	*Tango*	*Si*	*Cena - show:*	*Lunes a sábados a las 22:15hs. Cena y show: $98 Sólo show: $65.-*	*Si*
Teatro Margarita Xirgú			*Combina danza y canto de la música ciudadana*	*Si*	*Sin cena viernes y sábado 22,30 domingos 20,00*	*Plateas $ 30, localidades altas a $ 20 y $ 15Días y Horarios:*	
Bar Sur	*100*		*Piano y violín, y cantante de tango.*	*Si*	*Todos los días de 20 a 04 hs. Continuado*	*$45 Con pizza, picadas y empanadas libre*	*Si*
La Ventana			*Tango y folklore*	*Si*	*Menú a elección con bebidas incluidas Lunes a*	*Cena -show $90; sólo show con dos consumiciones $55*	*Si*

					dom. Desde las 20 hs		
Buenos Aires del 40'	*70*		*Tango, canto, baile, música y humor*	*Si*	*Cena y picadas. Menú a la carta*	*Lunes a Sábados desde las 22*	
Caminito			*Show de tango y otros ritmos.*	*Si*	*Todos los dias 20.30 hs*	*Precio $ 15 (incluye una consumición)*	*Si*
Casablanca	*80*		*Tango*	*Si*	*Canilla libre Menu a la carta.*	*$ 40 por persona*	*.*
Michelangelo	*100*		*Cena show Supertangoo rquesta y ballet de doce bailarines*		*Si. Lunes a Domingos Cena 21.00 hs Show 22.15 hs.*	*Precio Show y bebidas $ 50. Cena show $ 75*	*Si.*
A Media luz			*Piano bar, tango y bailes.*	*Si.*	*Sin cena Todos los días de 23.00 a 02.00 hs.*	*Precio: $ 25 (incluye dos consumiciones) .*	
La Cumparsita El Rincón de Los artistas			*Café Concert de Tango y Show*	*Si*	*Aperitivos Todos los dias*	*Precio: $ 30 (incluye una bebida y una picada).*	
Guevara			*Pub rock*	*Si*	*Bar y picadas*	*los viernes y sábados.*	
Megafón			*Recitales, rock.*	*Si*		*Los viernes Entrada $ 5.*	
Café French	*60*		*Shows tango y jazz*			*Consumición*	*Si*
Mitos	*40*		*Pub bailable*	*Si*		*Viernes y sábado $10 con una consumición*	*Si*
Piano Bar			*Canto bar*	*Si*	*Pizza*		*Si*
Café Moliere	*60*		*Pub bailable con ritmos latinos*	*Si*	*Cena y show*	*25 $*	*Si*
La leyenda			*Baile y rock and roll*	*Si*		*$ 5 con consumición*	*Si*
Museo rock			*Rock,*	*Si*		*Entrada con consumición*	

- CINES Y TEATROS

Nombre	Butacas	AA	Funciones diarias	Precio de entrada	Otros
Colonial		No			
Celcit			No.	Platea:$5.Estudiantes jubilados:$3	Talleres de formación y perfeccionamiento
Comp. teatral Margarita Xirgu,.		Si	No.	Jueves populares a $ 10 Sábados y Dom $15.	
Caliban		No		$12. 50% des. Jub y Estudiantes	
La Carbonera		Si	No.	Sábados 15 $. Domingos, 5 $.	

4) Otros servicios

- Comercios turísticos

Nombre	Artículos en Vta.	Empleados	Precio	Otros
Pase de compras San Telmo	Antigüedades	1 por puesto	Variables	Aproximadamente 25 puestos
Pueblo Indio	Artesanías indígenas	2	Altos	2 locales en la zona
Il vechio enpo di mare	Arte restaurado	Dueño	Variables	
La maia	Antigüedades	1	Variables	
San Telmo chico	Antigüedades	2	Variables	
Juguetes antiguos	Juguetes viejos	Dueño	Variables	Solo juguetes
Chamote	Artesanías	1	Variables	
El buen árbol	Antigüedades	1	Altos	
Galería 888	Antigüedades	1	Variables	
La gran aldea	Antigüedades	1	Variables	Gran variedad
Emioter	Antigüedades	2	Variables	
Dersu	Antigüedades	1	Altos	
Tozzeli	Antigüedades	1	Variables	
Galery Guevara	Antigüedades	Dueño	Variables	Muebles
El cofre de San Telmo	Medallas antiguas	Dueño	Variables	Espadas y condecoraciones
Mirinaque	Antigüedades		Altos	
Pallarois	Objetos orfebres	2	Variables	Platería
Calvaresi	Antigüedades	Dueño	Altos	Mármoles
Federico Morino	Antigüedades	1	Variables	
Churrinche	Juguetes viejos	2	Variables	
Aladino	Antigüedades	Dueño	Variables	
Alambra	Antigüedades	2	Variables	Ant. exóticas

Portobello	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Simpson	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Arte Antica	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Cluny	*Antigüedades*	*Dueño*	*Altos*	
Roberto Estefano	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Norberto Medrano	*Joyería*	*1*	*Altos*	*Esmeraldas y rubíes*
Defensa 121	*Antigüedades*	*2*	*Variables*	
Gil	*Ropa antigua*	*1*	*Variables*	*Vestidos de novias*
Las pulseras de popea	*Joyería*	*Dueño*	*Variables*	
Tienda urbana	*Ropa*	*2*	*Variables*	*Ropa de cuero*
Finarte	*Obras de arte*	*2*	*Altos*	*Obras finas*
Ariel Kullosk	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Pantin	*Antigüedades*	*1*	*Altos*	
Davis	*Cuadros*	*1*	*Altos*	
Biazzi	*Objetos de tango*	*1*	*Económicos*	
Lo tenia mi abuela	*Antigüedades*	*Dueño*	*Variables*	*Gran variedad*
Sabatinni	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Lopreito	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
La yapa	*Antigüedades*	*2*	*Variables*	*Gran variedad*
Belem	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Ant. María Soula	*Antigüedades*	*2*	*Variables*	
Hilda Ant.	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Duarte	*Antigüedades*	*Dueño*	*Variables*	
Ponte	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Olimpo	*Antigüedades*	*2*	*Variables*	
Antigüedades Pedreira	*Antigüedades*	*2*	*Variables*	*Gran variedad*
Benoit	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Joe camello	*Antigüedades*	*Dueño*	*Variables*	*Mates de plata*
Versa	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Almacén de tangos	*Objetos de tango*	*2*	*Económicos*	*CD, discos, fotos, posters, adornos.*
La ballesta	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	
Antigüedad Luis	*Antigüedades*	*Dueño*	*Variables*	
Hernani	*Artesanías*	*1*	*Económicos*	
Arcano	*Antigüedades*	*1*	*Variables*	

PRESENTACION DE IDEAS BASICAS Y SUGERENCIAS DEL PROYECTO DE INVERSION

Presentación de las ideas básicas de Dulzuras de mi Argentina

El material que se expone a continuación, se presenta en forma de sugerencias e ideas básicas del proyecto y puesta en marcha de Dulzuras de mi Argentina.
Entre ellas se propone y se exponen los productos a comercializar, tanto los principales como los secundarios, se sugiere el nombre de la marca y la imagen o el logotipo que llevaran los productos de la empresa, se detalla toda la ambientación que seria la ideal para el local, con una breve descripción de los horarios de atención, también de especifican los distintos medios publicitarios básicos que se utilizaran, se realiza un análisis acerca del envasado de los productos junto con la presentación de los mismos, y se presentan los planos o croquis de cómo seria el interior de local una ves amueblado y decorado.
También se analizan los objetivos a corto, mediano y largo plaza que tendrá la empresa y se explica brevemente el posible impacto que podrá tener la realización del proyecto.
A su vez, se analizan los procesos de elaboración de las materias primas, la producción, y la distribución de los productos.

Dulzura
de mi
Argentina
Reposteria Regional Artesanal

Producto principal:

El producto principal de Dulzuras de mi Argentina, es la repostería artesanal dulce representativa de nuestro país.
La misma esta compuesta por un amplio grupo de postres y productos dulces, los cuales son representativos de distintos productos diferentes entre si.
De todos los productos que conforman los principales dulces representativos de nuestro país, podemos mencionar como los más clásicos al Dulce de leche y diferentes artículos de pastelería, como ser los conocidos Pastelitos Criollos, Colaciones, Alfajores y otros.

Región Centro:

1) * Dulce de leche criollo, con bananas y caramelos
2) * Alfajores
3) * Alfajor de maicena
4) * Colaciones cordobesas
5) * Ensaimada de San Pedro
6) * Pastelitos criollos
7) * Ambrosía
8) * Guarapo
9) * Licor Argentino

Región del Norte:

1) * Turrón de caña y caramelos
2) * Dulce de cayote
   Dulce de zapallo
   Dulce de tuna
3) * Gaznates
4) * Alfeñiques
5) * Capias
6) * Chicha
7) * Aloja de tuna y caña

Región Cuyo:

1) * Dulce de uva
   Dulce de durazno
2) * Alfajores mendocinos
3) * Tapitas mendocinas
4) * Quesadilla
5) * Aloja de uva
6) * Api

Región Noreste:

1) Dulce de membrillo
   Dulce de quinoto
   Dulce de mamon
   Dulce de guaraya
   Dulce de banana
2) * Anchi
3) * Huevos quimbos
4) * Tortas fritas
5) * Mate
6) * Te
7) * Licor de yatay
8) * Aloja de guaraya

Región de la Patagonia

1) * Dulce de morilla
   Dulce de frutilla
   Dulce de cassis
   Dulce de arandanos
   Dulce de calafate
   Dulce de rosa mosqueta
2) * Chutney
3) * Torta galesa
4) * Torta patagónica
5) * Pudines patagónicos
6) * Licor de calafate
7) * Licor polar

Productos Adicionales

Artículos de Librería

* Colección Gastronomía Argentina

El Mate Argentino
La Carne Argentina
Los Vinos Argentinos
La Cocina Argentina

* La Gastronomía Argentina

* Postres y Dulces Argentinos

Accesorios de cocina

* Delantales estampados artesanalmente

Los mismos estarán decorado con diferentes motivos relacionados a la gastronomía Argentina y paisajes del campo.

Artesanías

* Mates
* Facones

Presentación de los productos: Packaging

El envasado y la presentación de los productos será de suma importancia no solo para la imagen de la empresa sino también para generar la motivación de compra de los potenciales clientes.
Todos los productos tendrán un envasado artesanal y ecológico, en base cintas de seda con los colores de la bandera argentina, etiquetado en papel ecológico color madera y recetarios artesanales en distintos idiomas.
Los productos que integren el marco de los licores y las infusiones, serán embotellados en envases de vidrio transparente, en tamaños chico (500 CC) y mediano (750 CC), y serán decorados con una cinta de los colores de Argentina, virola de arpillera y la etiqueta artesanal impresa en papel ecológico.
Las jaleas y los dulces serán envasados de la misma forma pero en frascos chicos (250 CC) y medianos (500 CC).
Los panificados y otros productos de pastelería serán envasados en cajas de cartón ecológico, atados con la cinta correspondiente, la etiqueta y los recetarios. Las cajas serán de tamaño chico y mediano (6 y 12 unidades respectivamente).
Los productos sueltos, serán empaquetados en papel celofán y decorado de la misma manera.
El dulce de leche, producto principal para los turistas, será envasado en frascos de vidrio (250, 500 y 1000 gr.) con todas las características de los demás productos adjuntando una etiqueta con la historia del mismo.
Por medio de la presentación del producto se tratara de ofrecer una imagen familiar, calida y artesanal que atraiga la atención del cliente, sobre todo del turista extranjero, el cual realiza la compra de los mismos, en la mayoría de los casos para poder llevarse un recuerdo o un souvenir de su visita al país.

Ambientación

La ambientación de Dulzuras de mi Argentina, estará íntimamente relacionada con la cultura de nuestro país y sus tradiciones, tratando de brindar un ambiente familiar, rustico que de alguna manera este íntimamente representado el vivir campero.

La decoración del lugar, estará compuesta por todo tipo de objetos campestres, tales como ser vestimentas tradicionales, facones, ponchos, tapices, muebles de campo como la famosa Cocina Económica, lámparas de hierro y madera, alfombras en imitación de pelo vacuno, faroles a kerosén, vajilla antigua, las viejas fotografías color sepia, la tradicional bomba manual de agua haciendo de lámpara de pie, una araña confeccionada con rueda de carreta y por cierto los infaltables almanaques de nuestro gran Molina Campos referidos al tema.
El objetivo es dar una imagen cálida, autóctona y familiar para los visitantes, y que a su vez, los mismos puedan experimentar sensaciones de curiosidad por toda nuestra cultura gastronómica.
El local estará provisto de repisas de madera rustica, en donde se exhibirán los productos.
En las mismas, también se dispondrán las artesanías, las que podrán estar a la venta, o bien al solo efecto decorativo.
Los pisos están cubiertos con alfombras de cuero, en tanto que en las paredes penderán tapices regionales.
En cuanto a la iluminación, estará pensada para resaltar sectores mediante focos dirigidos expresamente con haces del tipo dicroico o reflectivo.
A los efectos de disipar la generación de calor lumínico y obtener un mayor confort del cliente, se dispondrá de climatización de aire. El local contará con música funcional de fondo, la cual hará sonar tangos clásicos y folklore tradicional.
Uno de los espacios del local, estará destinado a la comodidad del cliente con el fin de que pueda hojear los libros ofrecidos, informarse sobre las recetas de los productos que elabore Dulzuras de mi Argentina y eventualmente degustar un producto determinado con el fin de incentivar el consumo del mismo.
Todo el personal de atención al público estará vestido de manera tradicional, o sea las mujeres con ropas de paisana y los hombres como gauchos.
La idea general es que la ambientación logre captar la atención del visitante, lo incite a investigar el interior del local ingresando al mismo, y que una vez dentro descubra toda una tradición en un entorno cálido, acogedor, familiar y muy relacionado con toda nuestra cultura "de tierra adentro", y no sólo con la gastronómica.

Días y horarios

El local permanecerá abierto en los siguientes horarios:

Lunes a Jueves:	de 10 am. a 20 pm.
Jueves a Sabados:	de 11 am. a 23 pm.
Domingos y feriados:	de 12 am. a 20 pm.

Publicidad

Los principales medios de publicidad que implementara Dulzuras serán analizados a continuación.

Folletería Artesanal

La folletería artesanal será repartida en distintos restaurantes de la zona, y otros comercios, como también en edificios y entidades culturales como ser museos o edificios históricos.
La misma tendrá los datos informativos sobre el local, horarios de atención al público, una descripción de los principales productos ofrecidos y estará realizara en papel reciclado con impresión offset.

Catálogos Especiales

Los mismos serán de exclusividad para los hoteles y residencias turísticas, con la intención de la promoción y difusión de local y sus productos. Los catálogos serán exhibidos en atriles dispuestos al costado de las conserjerías de los hoteles y residencias, de modo tal que estén a la vista y disposición del visitante.
Los catálogos incluirán todos los productos ofrecidos con un detalle individual de su lugar de origen, composición básica y presentación, además de un mapa indicativo del lugar.

Página Web

Dulzuras de mi Argentina tendrá a disposición de los clientes una página Web editada en no menos de tres idiomas, realizada con creatividad y "gancho" para lo que se contratara a personal idóneo en el tema. En la misma se podrá encontrar un catalogo con todos los productos ofrecidos a la venta con la correspondiente descripción, además de la historia de nuestra gastronomía, regionalismos gastronómicos y un amplio recetario.
Entre las distintas secciones del sitio Web, se incluirán la sección de contacto, con todos los datos del lugar, como ser dirección física, teléfonos y dirección de mail, además de un mapa virtual con los medios de acceso al lugar. A su vez, habrá una sección especial dedicada a la solicitud de compra de los diferentes productos, para que los mismos puedan ser pedidos y vendidos a través del sistema de compra directa por Internet. De este modo los productos se podrán enviar a distintos hoteles, restaurantes y hogares de la ciudad de Buenos Aires, al mismo tiempo que clientes que hayan regresado a su país de origen, también podrán tener la oportunidad de degustar alguno de nuestros productos adquiriéndolos por esta form

Elaboración y Producción

La empresa terciarizará la producción de los productos a comercializar usando el criterio de mínima inversión con máxima rentabilidad.
La gestión de producción será prácticamente nula, limitándose la misma a la terminación del pakaging final. De esta forma se pretende minimizar la complicación e infraestructura necesaria que implica desarrollar un proceso productivo.
Dulzuras de mi Argentina, adquirirá en su gran mayoría los productos a comercializar ya elaborados y en su etapa de finalización, exigiéndose en todos y cada uno de los casos la garantía total y absoluta de la calidad 1 de todas las materias primas, inclusive los certificados de atoxicidad y salubridad emitidos por SENASA o autoridad competente, ya que solo venderá productos " Premium" en su categoría pues la oferta estará destinada a un sector de mediano a alto poder adquisitivo.
Los mismos serán comprados al por mayor en la Asociación de Artesanos y Comerciantes de la Feria de Mataderos o similares regionales, las cuales cuentan con diferentes rubros en el área de la gastronomía.
Los productos serán adquiridos ya envasados siendo almacenados en el depósito del local, para su posterior decoración y etiquetado previo a la venta.
El pakaging final del producto será el valor agregado de la imagen que se quiere presentar ante el potencial comprador.
Todo lo que se refiera a licores y bebidas artesanales, también serán adquiridos de este modo, recibiendo igual tratamiento posterior.

Distribución

La empresa contara con una pequeña cadena de distribución del producto terminado.
La misma constara de un servicio de delivery o atención a los clientes, solo para hoteles, restaurantes y puntos de venta de orientación turística.
Los pedidos se tomaran por teléfono, en persona en la empresa o se levantaran de la página Web.
La empresa poseerá un medio de locomoción, con el cual realizara la recolección de los productos y materias primas que se compren, y a su vez con el mismo se efectuara el servicio de delivery o atención a clientes (hoteles, etc.) en la Capital Federal.
La oferta vía Internet se hará ofreciendo la entrega vía algún currier internacional del tipo de Federal Express o DHL a nivel de consumo personal en tanto que a nivel comercial o mayorista se puede canalizar mediante representantes y/o distribuidores

Ventas y atención al cliente

Dulzuras de mi Argentina, tiene como idea principal, no solo brindar sus productos a los turistas y visitantes de la zona, sino también entablar y crear relaciones comerciales con otro tipo de clientes inclusive a nivel internacional.
Los mismos serán hoteles y restaurantes zonales con los que se establecerá relación a los efectos de presentar la propuesta de exposición y venta de los productos Dulzuras de mi Argentina.
De este modo se lograra la exhibición de producto y catalogo en lobbys o recepciones de los hoteles, al igual que en los comedores o bares sitos en ellos, para ser adquiridos por los huéspedes llegado el caso.
Se dispondrá de una especie de stand o canasta artesanal, sumamente decorativa y bien arreglada, en donde se exhibiran los productos y su catalogo.
En algunos lugares estarán a la venta, por lo que habrá un acuerdo de precios con el hotel o el restaurante a los que se le venderán al por mayor, en que en otros solo estarán como exposición y publicidad.
Se proveerá folleteria y tarjetas del local, para que sean tomados por los visitantes y turistas.
De la misma forma que se entablara relación con los hoteles y restaurantes de la zona, se realizaran acuerdos comerciales con guías locales del barrio de San Telmo.
El acuerdo comercial constara de una comisión que la empresa le ofrecerá al guía turístico local, a cambio de que el mismo facilite la visita al establecimiento por parte de los turistas que integran su contingente.

Competencia

San Telmo es una zona altamente turística y con una gran oferta gastronomica, que incluye diferentes estilos de cocina.
Cuando se realizo el estudio de localización del proyecto en la zona, además de los inventarios turísticos que incluyen los atractivos que posee la misma y la planta turística, se ha podido analizar que no hay en ella un competidor directo que ofrezca productos iguales o similares a los de Dulzuras.
Sin embargo, más allá de gran oferta de artículos relacionados con el mate (mates de plata, bombillas, etc.) se ha podido identificar un posible competidor en cuanto a algunos productos dulces, que no obstante reitero, no son representativos de la línea a desarrollar, por lo cual no seria una gran amenaza para la empresa.
La empresa observada lleva el nombre de Mr. Mate y se ha tomado como conocimiento de ella la información detallada a continuación.

Nombre: Mr. Mate.

Rubro: Gastronomico.

Ubicación: EE.UU. 523.

Apertura: Año 2001.

Producto diferenciador: El mate.

Descripción operativa: La empresa se dedica a promocionar todo lo relacionado con la cultura del mate.
Esto incluye la degustación del producto en el lugar, junto con la opción de probar otros artículos con los que se acompaña del mismo. También ofrece la posibilidad del consumo de pizzas en el lugar y bebidas alcohólicas.
Se realizan espectáculos la mayoría a la gorra, de narraciones, cuentos, peñas folklóricas, y espectáculos de Tango. Se incluye la venta de mates, bombillas, y yerba.

En base a la información adquirida de la posible competencia ubicada en la zona, y considerando a los productos que ofrecerá Dulzuras y al tipo de cliente que se quiere captar, se detallan a continuación las distintas estrategias de venta que utilizara la empresa para la venta de sus productos.

Estrategias de Venta y atención al cliente

La empresa tendrá en cuenta una serie de opciones de venta, las que estarán implementarlas a modo tal de obtener una mayor atención por parte del potencial cliente, sean estos hoteles, restaurantes o turistas que pasean por la zona.

Dentro de ellas se destacan las siguientes:

- Días miércoles y sábados, promociones 3 x 1 (llevando 3 productos, 1 es gratis).
- Días Domingos, espectáculos de tango en la vereda del local.
- Degustación de productos en la puerta del mismo.
- Descuentos según la moneda en que se abone.
- Entrega de material informativo, a modo de obsequio (recetario artesanal, etc.).
- Entrega en domicilio según la cantidad de productos que el cliente adquiera.
- Promociones en días especiales (día de la independencia, de la bandera, etc.)
- Vestimenta especial y diferentes espectáculos en la vereda del local en días festivos nacionales.
- Cupones de descuento (incorporados en la folleteria)
- Bonificación de una compra gratuita trimestral para hoteles o restaurantes que realicen adquisiciones permanentes.
- La misma política se aplicara para aquellos guías de turismo que muestren permanencia. El incentivo seria una duplicación de las comisiones.

Compras:

Se encargara de la adquisición de las materias primas y productos ya elaborados o semi elaborados como a su vez de los distintos insumos de decoración que hagan al quehacer diario.

Venta y atención al cliente:

Venta directa a clientes en el local, atención a hoteles y restaurantes.
Servicio de delivery.
Promociones y publicidad.

Producción:

Envasado, etiquetado y decoración de los productos.

Administración:

Pago a proveedores, gestión de cobro.
Sueldos y jornales.
Gestión bancaria, pagos y contribuciones nacionales y provinciales.

Objetivos de Dulzuras

A continuación se plantean los objetivos a corto, mediano y largo plazo que tratara de cumplir la empresa.

- Corto Plazo:

  Posicionamiento en la zona.
  Relaciones comerciales con hoteles y guías turísticos, a fin de generar más flujo de visitantes al local.
  Participación en ferias y exposiciones del rubro

- Mediano Plazo:

  Implementación de confitería / bar dentro del local.
  Auspicio de programas culinarios.

- Largo Plazo:

  Apertura de sucursales y/o franquicias.
  Exportación de los productos.
  Reconocimiento ante la secretaria de turismo para que el local se declare como lugar de interés turístico para los visitantes a la zona.

Nota:

Dulzuras también tiene como fin que todas las sobras del fraccionamiento de los productos o aquellos que posean fechas próximas a caducar y no se puedan comercializar al público, sean donados a comedores infantiles y centros de la tercera edad de la zona.

Proyección posible de Impactos

Las posibles proyecciones en base a la puesta en marcha de Dulzuras de mi Argentina son óptimas y positivas.
Los impactos no solo pueden ser de índole económica sino también social y cultural.
Económicamente, con un adecuado gerenciamiento y dentro de un entorno de estabilidad manejable, el futuro es favorable, desde la óptica laboral seria una nueva fuente de trabajo que iría incrementándose en la medida en que lo haga la Pyme.
En cuanto a aspecto socio /cultural, el impacto también sería favorable, debido a que Dulzuras generaría una revalorización de toda la cultura gastronomita regional dulce, una nueva forma de mostrar lo nuestro, ignorado por muchos, incluyendo a los propio argentinos.
Turisticamente, el impacto podría ser mas que favorable.
Dulzuras de mi Argentina quiere ser un nexo entre el turista y la gastronomía regional dulce, la tarea principal es poder brindarle al visitante la experiencia de compartir y conocer texturas, gustos, formas, colores, y aromas desconocidos, o quizás no tan desconocidos, pero en todo caso, productos deliciosos elaborados con toda la intención de poder satisfacer las exigencias mas altas.
Dulzuras estaría ambientado en su totalidad para motivar y atraer principalmente al visitante extranjero, y dado que las proyecciones de incremento de visita turística son buenas mas sumado a una adecuada política de turismo nacional aun en desarrollo, es evidente que el futuro del emprendimiento es promisorio.

CONCLUSION FINAL DE LA ELABORACION DEL TRABAJO

Conclusión final

La realización del presente trabajo, incluyendo a cada una de sus partes, estudios, análisis e informes, fue de suma satisfacción y se han alcanzado los objetivos principales que se plantean en la investigación metodologica, ya que la información recogida mediante la misma, ha sido la esperada y además se han podido realizar los estudios que se tenían previstos antes de comenzar el trabajo.
La realización del mismo aporta e incluye información diversificada de notoria importancia la cual será utilizada al momento de la realización de Dulzuras de mi Argentina.
La puesta en marcha de Dulzuras se culminara en un futuro luego de la realización de los estudios económicos y financieros pertinentes, como ser análisis de costos entre otros, además de otro tipo de análisis que también deben incluirse, como ser estudios legales, sanitarios y otros, los cuales no fueron incluidos en este trabajo ya que seguramente se necesitaría de apoyo externo y de expertos en las áreas ya mencionadas para la realización de los mismos.
No obstante, es amplia y satisfactoria la experiencia personal de haber podido realizar y culminar esta primera parte del proyecto de inversión Dulzuras de mi Argentina, la cual se ha elaborado con dedicación y gran gusto.
Las conclusiones finales en cuanto a la elaboración del trabajo, son óptimas y han sido las esperadas.
Se ha podido realizar un trabajo de investigación, en el cual se han obtenido los resultados esperados, y se ha podido realizar un estudio de localización, para luego presentarse las ideas y sugerencias básicas para la implementación del proyecto.
Se ha corroborado el objetivo principal de la investigación del trabajo, el cual es corroborar la existencia de un mercado potencial de productos gastronómicos regionales dulces en el barrio de San Telmo, como así también se han alcanzado los objetivos secundarios de la misma, como ser poder identificar cuales serian los productos preferidos por los futuros compradores, y también se identificaron los principales motivos de incitan a la compra de los productos ofrecidos.
A su ves, se ha podido analizar la localización geográfica del proyecto, y se ha seleccionado información detallada sobre distintos aspectos del proyecto de inversión, como consecuencia de esta información se ha realizado la presentación de las propuestas básicas del mismo, en donde se incluyen y detallan los productos a comercializar, los instrumentos publicitarios que se utilizaran, se pronosticaron los impactos económicos y sociales, se estudio la producción y elaboración de los productos, se propuso un packaging artesanal y temático y se plantea como sería la ambientación y los planos internos del local, una vez constituido.
Mediante este trabajo se han podido realizar los estudio y análisis que han sido los deseados desde el inicio de la realización de este proyecto.
La propuesta de inversión sobre la puesta en marcha de Dulzuras, no tiene como objetivo culminar en estas instancias, sino que por el contrario, se espera terminar correctamente las etapas y análisis restantes para poder lograr en tiempos futuros que Dulzuras de mi Argentina deje de ser un proyecto, para convertirse en realidad.

FUENTES UTILIZADAS
Y ANEXOS

Fuentes Primarias

Literatura gris (informes de investigación obtenidos de diversas instituciones y organismos)

Informes de Investigación

- INFORME DE COYUNTURA TURISTICA
  Encuesta de turismo receptivo en la ciudad de Buenos Aires. Numero 7. Enero 2003. Programa de estadísticas e impacto económico del turismo PEIET. Centro de estudios para el desarrollo económico metropolitano CEDEM.
- Turismo y patrimonio en el siglo 21. Centro de investigaciones y estudios en turismo CIET. Informe Gastronómico de la revista digital N°3. Buenos Aires. Turismo y patrimonio cultural. La gastronomía de la región pampeana de Regina G. Schlüter. Gastronomía. La herencia olvidada de Alicia Bernard y Patricia Domínguez. Los sabores del patrimonio. Complejo Museo del Inmigrante - Buenos Aires, Argentina de Cristina Padilla Dieste.

Libros

- Producto Turístico, Fabio Tabares, Ed. Trillas, año 1998.
- Proyect9s turisticos, formulacion y evaluacion, Hernandez Diaz, Ed. Trillas, año 1976.
- Las actividades turísticas y recreacionales, Roberto C. Boullon, Ed. Trillas, año 1983.
- Tuorism, Past, Present and Future, Burkart A.J and Medlik S.,Ed, Heinemann, London, año 1981.
- Mercadotecnia para Hoteleria y Turismo, Kloter, P., Bowen, J., Makens, J., Ed. May Hispanoamérica, México, año 1997.
- Geografia de la Argentina, Horacio Lorenzini y Raul Rey Balmaceda. Ed. A-Z, Argentina, año 1995.
- Gran libro de la cocina Argentina, Olga Estévez, Ed. AyB, Argentina, año 1983.

Encuestas

Se han realizado 100 encuestas en forma personal en el barrio de San Telmo, en cercanías a la plaza Dorrego durante el mes de Julio del año 2003.

Fuentes secundarias

Bases de datos

- Dirección nacional de estadísticas y censos

Internet

- www.SAGPyA.mecon.ar. Dirección de industria alimentaría.
- www.INAL.goc.ar. Instituto Nacional de Alimentación.
- www.ciet.org.ar. Centro de investigaciones y estudios en turismo CIET
- www.bue.gov.ar. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- www.INDEC.gov.ar
- www.sectur.gov.ar. Secretaria de turismo de la Nación.
- www.pasqualino.net
- www.folkloredelnorte.com.ar
- www.sepyme.gov.ar
- www.elgourmet.com.ar
- www.folkloreargentino.com.ar
- www.mujose.org.ar
- www.argentinaonline.com.ar
- www.argentina-net.com.ar
- www.recetasdelmundo.com.ar