



**Universidad Abierta
Interamericana**

***“ESTUDIO DE MERCADO DE UN HOTEL
BOUTIQUE TEMÁTICO”***

Alumna: Di Rienzo, Valeria Lilian

Título: Licenciatura en Hotelería

Carrera: Licenciatura en Hotelería y Hospitalidad

Numero de Matricula: 23662

Mail: valerial.dirienzo@gmail.com

Junio 2018

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	4
PARTE I – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	6
CAPÍTULO I – Planteamiento de la Investigación	6
Tema	6
Justificación	6
Formulación del Problema	7
Objetivo de la investigación	8
Limitaciones	8
Antecedentes	8
Tipo de investigación	9
Elaboración de hipótesis	10
CAPÍTULO II – Marco Teórico y Marco Referencial	11
Fundamento	11
Marco Teórico	11
Marco Referencial	17
San Telmo	19
TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES	20
Turismo Cultural	20
Evolución histórica del turismo Cultural en Argentina	21
Las Ciudades como oferta cultural	22
La Ciudad Autónoma de Buenos Aires y su rol cultural	23
Economía y turismo	23
Características de la demanda	24
Beneficios del turismo cultural	25
Perfeccionamiento del idioma	25
Impacto Económico Cultural en 2016	27
Representación en referencia al Producto Bruto Geográfico	37
CAPÍTULO III –ESTUDIO DE MERCADO	38
OFERTA HOTELERA EN EL BARRIO DE SAN TELMO Y HOTELES BOUTIQUE TEMÁTICOS QUE REPRESENTAN LA COMPETENCIA EN LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES	38
Localización	38

Alojamientos que representan la oferta hotelera	38
Análisis Comparativo	45
Análisis de la competencia	45
Canales de distribución	55
Descripción del Hotel Boutique Temático propuesto	55
PARTE II – MARCO METODOLÓGICO	57
CAPITULO IV – DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	57
Identificación de Unidades de Análisis y Variables	57
Unidades de análisis	57
Encuestas	61
Entrevistas	68
CAPÍTULO V – PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS	71
Análisis de la información de los datos relevados: Encuestas	71
Conclusión General de las encuestas realizadas	82
Análisis de la información de los datos relevados: Entrevistas	84
Conclusión General de las entrevistas realizadas	88
CAPÍTULO VI	89
Conclusiones	89
Recomendaciones	91
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	95

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo presentar un Estudio de Mercado de un Hotel Boutique Temático para turistas, localizado en el Barrio de San Telmo, enfocado en el patrimonio histórico cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Es una propuesta que abarca Hotelería, gastronomía y turismo cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El Hotel será ubicado en uno de los barrios más turísticos de la Ciudad, en el barrio de San Telmo, donde hay una diversidad de oferta gastronómica, hotelera y una gran variedad de atractivos culturales e históricos.

El Hotel Boutique Temático propuesto tendrá la particularidad de ser un hotel que brindará charlas informativas a los turistas que se alojen en el mismo y donde se pondrá a disposición material de lectura acompañados de charlas por la mañana sobre diferentes tópicos para, a posteriori, ir por las tarde al lugar y visitar lo que fue explicado previamente sobre los atractivos.

La propuesta de la estadía es fusionar aprendizaje teórico con aprendizaje práctico, teniendo en cuenta que la teoría que no va de la mano de una parte práctica no es asimilada y viceversa. Es por ello que en el Hotel Boutique Temático se brindarían charlas donde cada día se dividirá en 2 bloques: Mañana charla informativa y tarde “práctica”, es decir salida a campo.

Al comienzo del trabajo se llevó a cabo un estudio donde se investigó y recopiló toda la información teórica pertinente a fin de respaldar la sustentabilidad del Hotel Boutique Temático.

En dicho estudio se aporta información económica recopilada del “Anuario Estadístico de la Ciudad de Buenos Aires” sobre el porcentaje que representa en el PBI total del País el Turismo Cultural y estadística con datos representativos de la demanda cultural de turistas extranjeros y residentes en la Ciudad de Buenos Aires; sus preferencias, sus motivos por el cual elige el país y más aún la ciudad.

Se buscó definir la demanda potencial en un mercado donde coexisten Hoteles Boutique Temáticos como oferta, proponiendo una temática y una propuesta diferente.

Durante la investigación se analizará la demanda potencial del producto ofrecido a partir de instrumentos de recolección de datos y la oferta existente en el mercado, la posible competencia y los servicios que los mismos brindan. Finalmente junto con los resultados de la parte metodológica se formulará un análisis y propuesta.

A su vez, al concluir el trabajo se exponen las conclusiones y, al ser un Estudio de Mercado sólo se presentan los datos correspondientes a dicho estudio, por ende se harán las recomendaciones pertinentes para que en un futuro, quien esté interesado en llevar a cabo el proyecto, pueda continuar el mismo realizando un Estudio definitivo de Factibilidad y así poder determinar la viabilidad económica del Hotel Boutique Temático propuesto.

El presente trabajo de grado estará estructurado en dos partes; una parte que aborda el Planteamiento del problema y Marco Teórico y la segunda parte en la que se desarrollará el Marco Metodológico.

Además la primera parte se dividirá en tres capítulos, donde el primero abordará el planteamiento de la investigación y luego se desarrollarán dos capítulos donde cada uno representará un objetivo específico a ampliar, es decir el capítulo dos aborda temas como: el marco teórico, el marco referencial y el turismo cultural en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el capítulo tres se llevará a cabo el estudio de mercado para la posible apertura del hotel planteado.

Luego, el desarrollo del Marco Metodológico se dividirá en cuatro capítulos, donde se desarrollará el diseño de investigación, el procesamiento y análisis de los datos recopilados y para finalizar las conclusiones, recomendaciones y la descripción de las actividades culturales e históricas propuestas a realizar.

PARTE I – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I – Planteamiento de la Investigación

Tema

Estudio de Mercado de un Hotel Boutique temático en atractivos históricos y culturales, en el barrio de San Telmo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Justificación

El trabajo final propone mediante un Estudio de Mercado, la creación de una propuesta para la apertura de un Hotel Boutique temático en atractivos históricos y culturales de la Ciudad, el cual surge de analizar los datos del Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires donde se visualiza que hay una demanda de turistas que, al optar por viajar a una ciudad, buscan conocer la cultura y la historia de la misma, así como su arquitectura, museos y otras actividades.

Así mismo, a los turistas les sirve ya que quienes se interesan en lo que es el turismo cultural es la opción ideal para poder conocer en forma organizada, sistemática y didáctica los componentes históricos y culturales de los barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, además de contar con acompañamiento de una persona, quién dicta las charlas informativas durante una estadía completa.

Dicho Hotel Boutique Temático, basado en un alojamiento con una ambientación particular, pues dispondrá de un salón de eventos donde se brindarán las charlas informativas y la decoración estará referida al patrimonio histórico cultural de la Ciudad.

A diferencia de una excursión con un guía de turismo, en dicho hotel se podrá vivir la experiencia completa de aprendizaje fusionado con hospitalidad y todo enmarcado en un espacio ambientado a tal fin, donde además quien dé las charlas informativas será la misma persona que recorrerá con los huéspedes los diferentes lugares del programa que se acordará, con lo cual es un acompañamiento que hace que el turista vivencie una estadía diferente y personalizada.

Esta investigación puede tener como propósito realizar un aporte a los organismos competentes como la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina

A.H.T, a la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina F.E.H.G.R.A y para el organismo de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Así mismo, el presente trabajo puede significar un aporte para empresarios, visionarios e inversionistas, como forma de abrir campos alternativos para ser explotados y lograr así ganancias.

Además, es una forma de generar trabajo a la comunidad local, y poder utilizar el hotel como un atractivo complemento para promocionar el barrio.

Formulación del Problema

De acuerdo con Mendicoa (2003) “en el planteamiento del problema de una investigación no es necesario que sea una pregunta única global, sino que se puede plantear en una o más preguntas sobre el tema que se desea estudiar, porque muchas veces sucede que al intentar colocar todo en una sola pregunta el objetivo de la investigación se desvíe, y esa no es la intención”. (p.33)

¿Cuáles son las posibilidades desde el punto de vista del mercado para la apertura de un Hotel Boutique Temático en atractivos históricos y culturales, en el barrio de San Telmo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

Interrogantes derivados del Problema

- 1 ¿Cuál es el perfil de la demanda de los turistas que realizan turismo histórico y cultural en la Ciudad de Buenos Aires?
- 2 ¿Cuál es el perfil de la oferta de Hoteles Boutique en el barrio de San Telmo?
- 3 ¿Cuál es la posible competencia compuesta por los Hoteles Boutique Temáticos y los precios de la misma en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?
- 4 ¿Cuáles son los canales de distribución?
- 5 ¿Qué características va a tener el Hotel Boutique Temático?
- 6 ¿Qué recomendaciones se deberían hacer para un futuro estudio de factibilidad de dicho Hotel Boutique Temático?

Objetivo de la investigación

Objetivos generales:

- ❖ Indagar sobre las posibilidades desde el punto de vista del mercado para la apertura de un Hotel Boutique Temático en atractivos históricos y culturales, en el barrio de San Telmo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Objetivos específicos:

- ❖ Conocer cuál es el perfil de la demanda de los turistas que optan por hacer turismo histórico y cultural en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- ❖ Conocer cuál es el perfil de la oferta de los Hoteles Boutique en el Barrio de San Telmo.
- ❖ Determinar posible competencia compuesta por los Hoteles Boutique Temáticos y los precios de la misma en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- ❖ Indagar los canales de distribución.
- ❖ Desarrollar las características que va a tener el Hotel Boutique Temático.
- ❖ Describir las recomendaciones para continuar dicho Hotel Boutique Temático.

Limitaciones

Las limitaciones son referentes a que la autora no es especialista en Marketing.

Antecedentes

Si bien hay una variedad de Estudios de Mercado desarrollados para la apertura de Hoteles Boutique Temáticos, existe un Trabajo Final de Grado desarrollado de un Hotel Boutique Temático en la enseñanza de comedia musical.

Por otro lado en la actualidad en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires existen Hoteles Boutique Temáticos como Tanguero Hotel Boutique, el cual está situado en el Barrio de San Nicolás y ofrece un producto que hace referencia a la historia del tango. A su vez, el Hotel Boutique Legado Mítico está situado en el Barrio de Palermo y ofrece un producto temático con decoración inspirada en las personalidades relevantes de Argentina, como ser el “Che” Guevara, Mafalda y Gardel.

Además, el hotel Boca, de categoría 5 estrellas, ubicado en el Barrio de San Telmo, es el primer hotel temático de fútbol. Las Cepas Hotel, es un hotel boutique temático sobre vinos argentinos donde además se pueden hacer catas y aprender sobre el mismo y está ubicado en el barrio de Monserrat.

Para finalizar el Hotel Boutique temático Mansión Dandi Royal Tango, el cual está ubicado en el Barrio de San Telmo y más allá de ser temático además ofrece clases de Tango y apunta no sólo a recrear un ambiente y una decoración afín a la temática sino que también busca enseñar a los turistas que se alojen allí.

Tipo de investigación

Tal como indica el autor Sampieri (2006) “La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno” (p.22).

Según el enfoque metodológico es una investigación descriptiva. Como indica Sampieri (2006) “el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

Por otro lado, según afirma Sampieri (2006) “ el proceso cuantitativo, parte de una idea que va acotándose y una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis” (p.23).

Dicho enfoque es utilizado en el trabajo cuando a través de los instrumentos como la encuesta, se corroboran los resultados mediante mediciones en valores numéricos, para analizarse posteriormente con un enfoque cualitativo y extender los resultados a un universo más amplio.

Así mismo, el autor Sampieri (2006) indica que “el enfoque cualitativo se basa en métodos de recolección de los datos no estandarizados. No se efectúa una medición numérica, por lo tanto, el análisis no es estadístico. La recolección de datos consiste en

obtener las perspectivas y punto de vista de los participantes. Además su propósito consiste en reconstruir la realidad tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido” (p.27).

Dicho enfoque es utilizado puesto que en la recolección de datos se usan técnicas que no pretenden medir ni asociarse con números, si no que hacen, mediante la observación no estructurada, entrevistas a informantes claves seleccionados y revisión de documentos.

Las observaciones se conducen básicamente en ambientes naturales, donde los participantes se comportan como en la vida cotidiana.

La recolección de datos está influida por las preferencias de los turistas, donde los significados no necesitan traducirse a números ni estadísticas.

Según los objetivos es una investigación descriptiva, puesto que en los estudios de las encuestas realizadas a potenciales clientes se realizará una descripción sistemática, objetiva y precisa.

Según fuentes:

Primarias: Se conocerá de forma directa, como lo es encuestar a turistas, sobre gustos, preferencias y motivaciones; y opiniones con respecto a la innovadora idea del Hotel Boutique Temático. Además se llevarán a cabo entrevistas con informantes claves tanto del sector hotelero como del sector de turismo.

Secundarias: Análisis de datos brindados por el Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires.

Bibliográficas: Se tomará información de libros relacionados a hotelería y turismo, que sirvan como referente para el abordaje de ciertos temas a tratar.

Elaboración de hipótesis

El Estudio de Mercado para la apertura de un Hotel Boutique Temático, puede concluir que sea de interés.

CAPÍTULO II – Marco Teórico y Marco Referencial

Fundamento

El presente capítulo se divide en dos partes, en las cuales se desarrolla la demanda turística de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y por otro lado la oferta hotelera boutique del barrio de San Telmo y la competencia respecto de los Hoteles Boutique temáticos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Marco Teórico

Hotel: se entiende por hoteles aquellos establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin servicios complementarios, ocupan la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo constituyendo sus dependencias un todo homogéneo con entradas, ascensores y escaleras de uso exclusivo, y reúnen los requisitos teóricos que establece la presente reglamentación. Recuperado de: <https://www.buenosaires.gov.ar>

Hotel boutique: El día 4 de Julio de 2013 se modificó el marco regulatorio de los alojamientos turísticos, incluyendo los hostels, hoteles boutique, entre otros. Pues desde el año 1980, era la Ordenanza N° 36.136 donde se establecía el marco regulatorio de los alojamientos turísticos de la ciudad. Una Ordenanza que resultaba desfasada en función de las nuevas modalidades de alojamiento.

Hasta Julio de 2013 los hostels, bed & breakfast y hoteles boutique no estaban categorizados, por lo cual, no tenían la posibilidad de ser habilitados, ni inspeccionados como tales, pues la legislación no los comprendía. Por ende, se inscriben con la nomenclatura de “estrellas”.

De esta forma la totalidad de la actividad de alojamientos turísticos queda con la posibilidad de ser regulada por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

De acuerdo a la ley 4631/13, donde se expone la regulación de alojamientos turísticos y no turísticos, en el artículo n°3 en el cual se define qué es un servicio de alojamiento turístico como “aquel que se presta en establecimientos de uso público, en forma habitual o temporaria, por una tarifa y un periodo determinado, al que pueden sumarse otros servicios complementarios, siempre que las personas alojadas no constituyan domicilio permanente en ellos. Solamente se puede ofrecer y/o brindar el servicio de alojamiento turístico en establecimientos autorizados, clasificados, categorizados e

inscritos en el Registro de Prestadores Turísticos, creado por la ley 600 (BOCBA 1229).

A su vez en el título III, capítulo I, Art-. 11 - se lleva a cabo una clasificación y categorización de los alojamientos turísticos, donde se expone que “un hotel es un establecimiento que brinda servicio de alojamiento u otros complementarios, conforme a los requisitos que se indican para cada categoría, en habitaciones con baño privado y ocupa la totalidad o parte independiente de un inmueble”.

Además se establece que un hotel boutique es un “Establecimiento de alojamiento definido por la caracterización de un estilo único, que brinda alojamiento con servicios complementarios, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, que posee características especiales, peculiaridad en sus instalaciones o en sus prestaciones de servicios, sean de nueva construcción o no, destacándose por el valor artístico del inmueble, su diseño, ambientación, o la especialización; a este efecto se tendrá en cuenta la unidad entre la arquitectura, la decoración, las actividades y/o servicios o cualquier otro factor similar que determine su diferenciación.”

El Hotel Boutique Temático propuesto en el trabajo posee peculiaridades y tiene un estilo único con características especiales e innovadoras, ya que es un concepto diferente y nuevo.

Mercado: El autor Baca Urbina Gabriel (2001) indica que mercado es; “Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”. (p.14)

Investigación de Mercado: Baca Urbina Gabriel (2001) dice que “Estudio de Mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y estudio de la comercialización”. (p.7)

A su vez el autor Baca Urbina Gabriel (2001) afirma que “El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado... Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿Existe un mercado viable para el

producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva el estudio continuará”.
(p.8)

Baca Urbina Gabriel es un autor elegido como guía para la elaboración del Estudio de Mercado.

Tipos de Estudio de Mercado: Como indica Randall Geoffrey (2003) “Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos; Los estudios cualitativos se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones. Además, son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia”.

“Los estudios cuantitativos: Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud” (p. 120).

Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).

El enfoque en este trabajo será un estudio cualitativo, puesto que es realizado al principio del proyecto y se llevarán a cabo entrevistas a informantes claves. Por otro lado también tiene un enfoque cuantitativo, dado que se realizan encuestas para medir la actitud y motivación de los potenciales huéspedes.

Según Kotler, Bloom y Hayes (2004), un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas (p.98):

1. Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

2. Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.
3. Búsqueda de información primaria:
Se suele realizar de las siguientes maneras:
 - Investigación basada en la observación
 - Entrevistas cualitativas
 - Entrevista grupal
 - Investigación basada en encuestas
 - Investigación experimental
4. Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una conclusión significativa para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.

Philip Kotler es el autor seleccionado como referente para el desarrollo de los pasos a seguir en el Estudio de Mercado, que se pretende realizar en el siguiente trabajo.

Estudio definitivo de Factibilidad: Según indica el autor Hernández Díaz Edgar Alfonso (1996) los objetivos de un estudio de Factibilidad son “Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de una futura inversión, destacando aquellas que exhiban mayores niveles de complejidad y estableciendo con toda claridad si el resultado analítico garantiza la factibilidad de su ejecución y operación” además de “demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos nacionales comprometidos en el proyecto a través de su correcta comparación con otras alternativas intra o extra sectoriales”. (p.48)

Hernández Díaz Edgar Alfonso es el autor seleccionado para exponer los pasos a seguir a fin de continuar con el Estudio de Mercado desarrollado y efectuar a posteriori un Estudio definitivo de Factibilidad.

Oferta: Enrique Ortega (2003) define oferta “en términos económicos como la cantidad de mercancías (bienes) o servicios que entran en el mercado consumidor a un precio dado por un período determinado”.

Los bienes que se producen son acumulables, a diferencia de los servicios que, si no son consumidos en su tiempo de duración, se pierden, porque los servicios no vendidos no se pueden acumular para el día siguiente.

Tanto los servicios como la demanda son transitorios, por lo que es esencial que el consumidor potencial conozca el producto para que éste se convierta en oferta turística y pueda entrar en el mercado por un período determinado.

Oferta turística: Enrique Ortega (2003) especifica oferta turística como “el objeto del turismo es el destino que motiva el desplazamiento, el conjunto de elementos de la planta turística- que facilita el traslado y la estadía- y algunos bienes no turísticos que se comercializan en el sistema; esto conforma la oferta turística dentro del mercado. Esta oferta se transforma en producto después de haber sido consumida”.

Turismo cultural: El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. El concepto de "lo cultural" está fuertemente vinculado a una idea de "patrimonio" - entendido este, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales".

Turismo cultural es visitar otra comunidad en cuanto "portadora de cultura", esto es, de otro sistema cognitivo-valorativo que implica modos humanos de actuar distintos de los del turista, y donde los sistemas simbólicos son también parte de la experiencia que hace del turismo una experiencia estética. Recuperado de: <https://www.buenosaires.gov.ar>.

Turismo cultural: Santa María Victor (2002) explica el turismo cultural “basado en la amplia oferta cultural de la ciudad, por su patrimonio y por la realización de eventos, exposiciones y espectáculos. Enumera y detalla la cantidad total de museos por especialidad, de monumentos y lugares históricos según su tipo, de cines y de teatros, y de espectáculos artísticos realizados”.

El turismo cultural o histórico es una modalidad de turismo que resalta los aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país.

Este tipo de turismo precisa una alta cantidad de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

El turismo cultural está considerado parte del grupo de turismo alternativo. Es cuando los turistas se concentran en la cultura de los lugares a donde van. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_cultural

En el presente trabajo se puede observar que el turismo cultural es el punto destacado como oferta atractiva y distintiva de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, debido a su diversidad de monumentos y lugares ricos en historia, eventos, ferias, espectáculos y por ende el hotel boutique temático propone un programa basado en charlas informativas para aprovechar el interés que pueden despertar estos atractivos en el potencial cliente.

Perfil de la demanda: para fijarlo se recurre a la segmentación, que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran aglomerado de consumidores que conforman la demanda. Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables que son: Socioeconómicas, Geográficas, Motivacionales y de hábitos de consumo.

Motivación: Los autores Kotler y Armstrong Gary (2000) explicaron “que se pueden dividir las motivaciones en tres tipos: Negocios o actividades profesionales, vacaciones o uso del tiempo libre, y Congresos, convenciones y/o reuniones.

El análisis de la oferta consistirá en seleccionar aquellos establecimientos gastronómicos que sean “inmediatamente sustitutos”, esto es, aquellos que según el tipo de establecimiento y calidad ejercerá una efectiva competencia sobre el proyecto”.

Competencia: Kotler y Armstrong indicaron (2000) “en el caso de inversiones novedosas, debe considerarse como competencia a las empresas similares que estén ubicadas en áreas distantes”.

Marco Referencial

Ubicación Geográfica



Cómo se puede observar en el mapa, Argentina, llamado oficialmente República de Argentina, es un país soberano de América del Sur, ubicado en el extremo sur y sudeste de dicho subcontinente. El país es un Estado federal descentralizado integrado por 23 provincias, sumada la Ciudad Autónoma de Buenos Aires designada como Capital Federal del país. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Argentina>.

En la República Argentina las raíces culturales son predominantemente europeas, y eso se ve expresado en su arquitectura, música y literatura. Posee una intensa actividad cultural reflejada en festividades, exposiciones, cines, teatros, recitales y conciertos.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, posee una multiplicidad de cines, teatros, festivales, salas de exposiciones, museos, gran variedad de espectáculos que la convierten en una de las ciudades de más intensa actividad cultural de América Latina.

En los centros culturales Borges, Recoleta y General San Martín se expone la dinámica cultural del país y del mundo. En el Teatro Colón, que se encuentra entre las tres mejores salas líricas del mundo, se destaca por su arquitectura y posee una acústica perfecta. En ella se dan cita las más prominentes figuras del mundo de la música clásica, el ballet y la ópera. Otro teatro de envergadura es el Nacional Cervantes.

La pintura y la escultura poseen un lugar de importancia, reflejado en las prestigiosas galerías de arte existentes en la ciudad.

La música característica de la ciudad de Buenos Aires es el Tango y es mundialmente conocido. El folklore posee variados ritmos y estilos de acuerdo a las diferentes regiones del interior del país, que se pueden disfrutar en las peñas.

La comida típica argentina es el asado, además de las empanadas, los tamales, la humita y el locro. Buenos Aires cuenta con "parrillas" donde se pueden saborear las exquisitas carnes locales, como así también restaurantes especializados en las comidas mencionadas.

No obstante ello, y debido a la importante corriente inmigratoria que pobló el país, existe una muy variada cocina internacional: española, italiana, francesa, alemana, escandinava, griega, inglesa, suiza, húngara, holandesa, chilena, mexicana, vasca, árabe, judía, rusa, ucraniana, china, japonesa, tailandesa y peruana.

La bebida característica de nuestro país es el mate (infusión). La calidad de sus carnes y sus vinos son reconocidos mundialmente, y la nueva cocina argentina ha adquirido nivel internacional destacándose con ilustrados chefs.

La ciudad Autónoma de Buenos Aires, está subdividida en 48 barrios. El presente trabajo se situará en el barrio de San Telmo.

San TelmoDensidad

Habitantes/km²: 19.331,7. Población Total: 23.198

Mujeres: 12.470 Varones: 10.728

Fuente: DGESC, en base a datos censales, año 2001.

Historia

Durante los siglos XVII y XVIII Buenos Aires empezó a habitar este barrio del sur, identificado con el nombre de Alto de San Pedro, por su posición elevada. En el año 1600 sucedió la aparición del culto a San Pedro González Telmo, patrono del viejo convento de Santo Domingo. El mismo se ubicaba en la manzana de Perú, México,

Bolívar y Chile. En 1734 fue fundada la iglesia por los jesuitas. Luego se realizó la construcción de la Iglesia de Nuestra Señora de Belén, en el terreno donado por don Ignacio Bustillo y Zeballos. El conjunto adoptó el nombre de "La Residencia", el cual se extendería luego también al barrio y a la plaza del Alto. La plaza en 1900 fue denominada de Coronel Dorrego. La casa de Ejercicios comenzó ya por entonces a ser usada como cárcel, función con la cual sobrevivirá hasta nuestros días. El barrio fue despoblado por las familias más pudientes, luego de la epidemia de la fiebre amarilla en 1871, ya que se mudaron a zona norte en busca de mejores condiciones sanitarias. Forma parte del Barrio de San Telmo el Parque Lezama, el cual era conocido como "quinta de los ingleses", pues pertenecía desde 1812 al inglés Daniel Mackinlay y luego a Carlos Ridgely Horne, quien luego la vendió a Gregorio Lezama, para que finalmente en 1894 fuera comprada por la Municipalidad. Recuperado de: <http://www.buenosaires.gob.ar/laciudad/barrios/santelmo>.

TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

Turismo Cultural

El turismo es uno de los motores que impulsan el desarrollo de la economía mundial, tanto en lo que se refiere al comercio internacional de servicios como a la generación de empleo. La organización Mundial de Turismo (OMT) lo define como: "un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o profesionales".

La globalización y la posmodernidad han puesto en crisis el concepto de sociedad, los imaginarios vinculados a lo colectivo y a los derechos de igualdad. En este marco las identidades sociales se encuentran absolutamente fragmentadas. La producción cultural, en cambio, se ha desarrollado y multiplicado como refugio de identidad para enfrentar la crisis. La cultura es el espacio donde nos encontramos y nos reconocemos, atraviesa nuestros hábitos y nuestras producciones. Por ese motivo, se torna una herramienta fundamental para la transformación personal y social, revirtiendo el proceso de fragmentación para convertirlo en uno de inclusión social. Resulta así imprescindible consolidar y estimular la producción de las industrias culturales. Estas industrias son un

poderoso generador de empleo que incorpora personal con alto nivel de formación técnica y cultural.

Evolución histórica del turismo Cultural en Argentina

La globalización genera en las culturas receptoras, la necesidad de redescubrir, fortalecer la identidad cultural y resignificar el patrimonio como factor de unidad. Por parte de los turistas surge una renovación por el interés hacia la cultura, la cual ha motivado el nacimiento del turismo cultural.

A partir de 1990 en Argentina se origina un proceso de transformación del modelo económico caracterizado por la crisis del esquema agro productivo local tradicional con el desdibujamiento del fuerte modelo económico agroexportador del país, el cambio en los modos de producción, la tecnificación del campo y la racionalización ferroviaria.

Como consecuencia, las administraciones municipales y provinciales, comenzaron a diversificar sus economías y a planificar estrategias para subsistir.

Algunas comunidades redescubrieron en su patrimonio una potencial fuente de recursos, debido a las nuevas demandas turísticas relacionadas con la autenticidad y la vuelta a los orígenes.

Así es como surgen nuevos productos turísticos en el mercado, por ejemplo, pueblos que recatan la memoria de los inmigrantes confeccionando una puesta en valor de su patrimonio.

Se comienzan a llevar a cabo programas a nivel nacional, bajo la modalidad de turismo cultural. Se rescataron programas de la llegada de los primeros colonos a Argentina llamado "Argentina Mosaico de Identidades", el cual se enfoca en fortalecer, preservar y desarrollar el patrimonio cultural, étnico y religioso de Argentina. Por otro lado, se propuso generar estrategias para desarrollar y potenciar las particularidades de cada lugar. Para esto se desarrollaron nuevos productos sustentables, como una alternativa a ofrecer a través del turismo cultural.

Además, se creó un programa a partir de la convicción de que la verdadera identidad de la Argentina es su diversidad y pluralidad, generado por las diferentes corrientes migratorias en el país.

En dicho programa se realizó el proyecto Shalom Argentina "Huellas de la Colonización Judía" que a través de doce circuitos distribuidos en siete provincias: Buenos Aires, Chaco, Entre Ríos, La Pampa, Río Negro, Santa Fe y Santiago del Estero, proponía un recorrido por las colonias judías asentadas en el país, y la experiencia de la colonización agrícola.

Otra opción era el Programa Argentino de Turismo Rural "Raíces", el cual comenzó en el 2000, fomentado por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación y la Secretaría de Turismo la Nación, basado en la búsqueda del desarrollo regional e involucrando a pequeños y medianos productores rurales y permitiéndoles diversificar sus ingresos.

La implementación de estos programas, no sólo ha impulsado el desarrollo turístico, sino que también ha promovido la recuperación y conservación del patrimonio local. Así mismo ha generado nuevas "industrias culturales locales", generando nuevas formas de trabajo y empleo. Estas se caracterizan por tener un alto valor agregado, pues se produce a pequeña escala; utilizando mano de obra y materia prima local, con una intensa participación comunitaria. Recuperado de: http://fleo.usal.edu.ar/archivos/ima/otros/a_ocio-08.pdf.

[Las Ciudades como oferta cultural](#)

Las ciudades son el actor que aparece revalorizado en este nuevo contexto mundial, generando identidades y valorizando "lo urbano" en sí, estableciendo nuevos circuitos de producción y consumo, insertadas en el mercado internacional. La tendencia actual se caracteriza por pensar no solo acerca del consumo cultural en las grandes ciudades, sino además, y correlativamente, el consumo de la ciudad y lo urbano como producto cultural en sí mismo. En este sentido, diversas ciudades europeas han enfocado planes estratégicos para sus ciudades poniendo como eje lo cultural, haciendo de la cultura el principal agente de cambio, locomotora de la transformación de una ciudad de servicios o post-industrial en una metrópolis del conocimiento. Recuperado de: <https://www.scribd.com/document/2487204/Industrias-Culturales-en-Argentina>.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires y su rol cultural

Esta tendencia ha sido especialmente notable entre las ciudades industriales en declive que necesitaban desplazar la base de sus economías de la producción al consumo de servicios, así como la urgencia de la remodelación de sus estructuras urbanas. En Glasgow, por ejemplo, se ha aprovechado la oportunidad de ser elegida capital europea de la cultura para realizar esa profunda transformación urbana.

Buenos Aires tiene algunas ventajas comparativas, ya que es una ciudad, orientada a los servicios, donde lo cultural tiene un peso social y económico de gran importancia. La articulación de las mismas con el turismo cultural y el diseño potenciarían aquel impacto dado que en conjunto representan **más del 10 % del PBI (Producto Bruto Interno) y el 8% del empleo de la ciudad** aproximadamente.

Es indudable que la ciudad respira cultura y sus manifestaciones son múltiples: desde la actividad teatral, la explosión de escuelas y estudiantes de cine, el crecimiento notable del diseño en los últimos años, la renovada vigencia del tango, entre otras.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires tiene un importante rol cultural en el contexto de América Latina. Es percibida como la más "europeizada" de las ciudades de América, su patrimonio arquitectónico, su diversidad cultural, su música son un recurso invaluable de atracción. Esto se ve reflejado en los resultados de una encuesta realizada por la Secretaría de Turismo de la Ciudad en donde se observa que **cuando se les pregunta a turistas extranjeros con que identifican la ciudad, el 69 % responde: "Tango, fútbol y cultura"**.

El tango tiene una proyección internacional que debemos considerar para aquel esquema de globalización de las ciudades, atrayendo a numerosos extranjeros.

Recuperado de: <http://www.buenosaires.gob.ar/cultura/observatorio>

Economía y turismo

Generalmente se analiza la contribución que el turismo hace a la economía de un país como consecuencia de su capacidad para producir divisas.

El impacto económico que produce el turismo internacional que recibe un núcleo cualquiera tiene como consecuencia el ingreso de divisas. Las corrientes turísticas dentro del propio país no son fuente de divisas, es decir no se genera una riqueza nueva

pero sí produce un movimiento de la moneda nacional provocando así una distribución de la renta.

Los gastos generados por los turistas extranjeros generan ingresos respecto de producción y salarios. Generalmente los empleos generados por el turismo son producto del gasto del visitante y por lo tanto los mismos se generan no sólo en el propio sector turístico y en los sectores proveedores de éste, sino que este gasto da origen también a empleos adicionales que se derivan de los efectos multiplicadores, fundamentalmente en aquellos relacionados con la construcción de la infraestructura y el desarrollo de facilidades turísticas.

Características de la demanda

Luego de la segunda guerra mundial, nació el turismo de masas, en relación con factores sociales e institucionales, como la organización del trabajo, la segmentación del mercado y la existencia de muchos sucedáneos.

Por otro lado, en los países más desarrollados se ha transformado en un bien primario, cuya demanda continúa creciendo. La experiencia del ocio está condicionada por género, edad, estilo de vida, raza y localización geográfica, y el consumo turístico tiene alto grado de complementariedad. Entre las características de la demanda se citan:

- Crecimiento constante
- Heterogeneidad en las motivaciones para efectuar el viaje: El tipo de viaje.
- Concentración en el tiempo y el espacio: La estacionalidad.

La segmentación de la demanda puede analizarse por tipo de demandante, (entre ellos veraneantes, aventureros, culturales, deportistas, recreacionistas), como por el tipo de viaje (complejos turísticos y circuitos, viajes cortos, enfocados al medio ambiente y cultura, viajes de negocios, cruceros).

En Argentina, los productos de la naturaleza son el fuerte, seguidos por la oferta cultural. Los principales segmentos en que se diversifica la oferta turística son: turismo de aventura, congresos y convenciones, turismo cultural, ecoturismo, ski, pesca, turismo rural, turismo termal, sol y playa y circuitos. Asimismo, hay nuevos productos en proceso de desarrollo, entre ellos trenes turísticos, turismo religioso, turismo minero, turismo de incentivos, turismo científico (astrofísica, paleontología, geología, espeleología), golf.

Respecto de los tipos de turismo cultural podemos destacar:

- Perfeccionamiento del idioma. La mayoría de las principales universidades alrededor del mundo promueven alguna forma de viaje al extranjero para sus estudiantes. Las experiencias de estudios en el extranjero ofrecen a los estudiantes desde sesiones intensivas de 6 semanas hasta un año completo de estudios de inmersión lingüística y cultural. Los estudiantes a menudo viajan no solo al país de su elección, sino que lo recorren turísticamente.
- Vacaciones de seminarios.
- Cruceros educativos. Estos cruceros combinan toda la diversión de un crucero con lecturas en temas específicos. Los cruceros educativos tienen la ventaja de que la gente que los toma tiende a tener intereses en común y por tanto tiene una mayor posibilidad de hacer nuevas amistades mientras adquiere un nuevo conocimiento.

El turismo educativo ofrece otra gran ventaja. No necesita depender del clima, una comunidad no necesita alguna geografía particular y usualmente la mayoría de la infraestructura que necesita ya está en su lugar.

Beneficios del turismo cultural

El turismo cultural tiene su mayor impacto en el aspecto económico, pero es importante destacar su papel como fuente de estímulo del interés de los residentes por la propia cultura, dada la revalorización de sus tradiciones, costumbres y patrimonio. Lo cual conlleva a la recuperación del patrimonio etnográfico (costumbres, fiestas, gastronomía), y la recuperación de oficios y producciones tradicionales.

Perfeccionamiento del idioma

Según los últimos datos disponibles de la Asociación de Centros de Idiomas (SEA), alrededor de 50 mil personas por año llegan al país para perfeccionar el idioma español. Así, la Argentina quedó sólo detrás de España, que recibe anualmente 250 mil estudiantes.

Europeos y norteamericanos, pero también cada vez más brasileños, desembarcan atraídos sobre todo por la oferta turística y de entretenimientos. Conocer los distintos paisajes que ofrece el territorio nacional durante la estadía de estudios es un clásico en

cualquier grupo de alumnos extranjeros. Independientemente de donde se asienten, en cada espacio donde existe oferta educativa, hay un recorrido asociado.

Buenos Aires es el lugar que les ofrece la mayor diversidad en términos de oferta cultural y de entretenimiento, a la par de variedad de programas educativos. Según INPROTUR los extranjeros Eligen la Argentina como destino histórico y a Buenos Aires como ciudad europea en Latinoamérica. La tendencia empezó en 2004 debido a que el valor del cambio monetario favorecía a ciertos turistas e inmigrantes. La Argentina resultaba un destino barato, y era también un lugar económico para estudiar. Pero luego fue ganando popularidad por lo que ofrecen, tanto la Argentina como Buenos Aires como 'puerta de entrada'.

En ese marco, los expertos consultados concuerdan en que la inflación que experimentó la economía argentina en los últimos años no hizo mella en el arribo de personas ávidas de aprender el español, que se mantuvo en un nivel estable. Fuera de estas variables tradicionales, la llegada de extranjeros buscando capacitarse en el idioma responde a varios factores. Uno de ellos es la creciente importancia del español en el mundo como forma de acercarse a países emergentes en Latinoamérica.

De acuerdo a los testimonios relevados, los turistas que vienen a aprender el idioma generalmente son jóvenes de entre 25 y 35 años que trabajan o estudian en la Argentina. Pero también hay quienes vienen por turismo por períodos cortos y deciden además perfeccionarse en esa materia.

En el laboratorio de español de la UBA hay entre 2500 y 3000 alumnos extranjeros por año. También hay muchos alumnos en la franja de los 70 años o mayores. Para algunos, el español es un pendiente que tuvieron toda su vida.

Muchos de estos extranjeros se sorprenden por las particularidades que encuentran en el español del Río de la Plata, como el "voseo" o las palabras en lunfardo. Muchos eligen estudiar en el país por el acento argentino, que consideran muy interesante y atractivo.

En este sentido podemos citar a la escuela VOS (Club cultural de español en Buenos Aires) que, por ejemplo, tiene un programa "100% porteño" de una o dos semanas de duración, 20 clases por semana, alojamiento y visitas guiadas todos los días de la estadía.

Impacto Económico Cultural en 2016

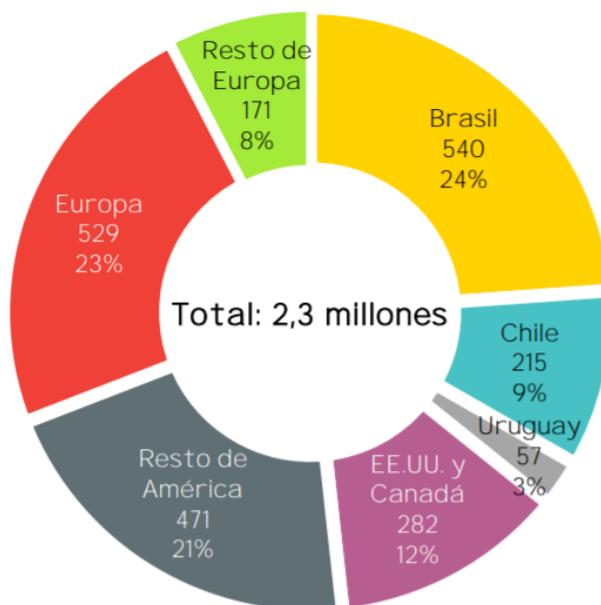
Debido a que los últimos datos disponibles en el Anuario realizado por el Observatorio Turísticos del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires datan de 2016, se tomará dicho relevamiento como base de análisis de los datos referentes al flujo de turistas, preferencias e impactos económico y social en la ciudad.

Durante el año 2016 arribaron 5,6 millones de turistas internacionales a Argentina por las diferentes vías de acceso (aéreo, fluvial y terrestre) y se estima que efectuaron un gasto en el país superior a los US\$4.476 millones.

En 2016, las principales variables asociadas al turismo receptivo argentino mostraron un desempeño desfavorable. El total de turistas internacionales ingresados al país por Ezeiza y Aeroparque se redujo 1,8% y las pernoctaciones aumentaron 2,1%, al compensarse la menor afluencia con un alza de 3,9% anual de la estadía media. De este modo, el aumento de la estadía y en el gasto promedio llevó a que el gasto total por turismo desde esos pasos ascendió a US\$2.655M y que el gasto promedio diario fuera de US\$ 92,2.

Tomando a modo de referencia únicamente los turistas que ingresaron por Ezeiza y Aeroparque durante el 2016, el mercado brasileño fue el de mayor tamaño (en relación al total), representando el 23,9% de los turistas totales, lo que equivale a hablar de 540 mil turistas llegados desde ese país. El mercado europeo se posicionó como el 2do mercado en importancia, con 528,9 mil turistas que visitaron Argentina en 2016 (23,4% del total de arribos). Por su parte, el Resto de América retrocedió un lugar y se ubicó 3ro en importancia, concentrando el 20,8% de los turistas. EE. UU. y Canadá, representó el 12,4% del total de turistas, ganando participación, y el mercado de Chile el 9,5%.

Gráfico 3. Llegada de turistas por Ezeiza y Aeroparque según país de origen (en miles y % del total). Año 2016.



Fuente: Elaborado por el Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires en base a ETI-INDEC.

La estadía más corta corresponde a los turistas ingresados por el Puerto de Buenos Aires (4,6 noches) y, en general, corresponden en su mayoría a turistas provenientes de Uruguay. Las pernoctaciones totales de los turistas internacionales que eligieron como destino turístico Argentina durante el 2016 ascendieron a 33 millones. Nuevamente, casi la totalidad (95%) correspondió a turistas ingresados por Ezeiza y Aeroparque. Las pernoctaciones en hoteles de CABA ascendieron a 11,2 millones. De este total, 6,2 millones corresponden a turistas nacionales y 5 millones a turistas internacionales. La Ciudad de Buenos Aires se destaca por su importancia como destino turístico: concentró el 24,5% del total de las pernoctaciones en hoteles de los turistas nacionales e internacionales que eligieron como destino turístico alguna región de Argentina. La Patagonia y la Provincia de Buenos Aires fueron la segunda y tercera región en importancia, concentrando el 19,5% y el 14,5% de las pernoctaciones totales, respectivamente. Sin embargo, dentro de cada región la composición de las pernoctaciones según origen de los turistas pone en relieve el atractivo de CABA hacia el turismo global. Por ejemplo, en la Provincia de Buenos Aires las pernoctaciones de turistas residentes representaron un 99,3% del total y en la Patagonia el 78,3%.

Gráfico 4. Pernoctes por región (en miles). Total 2016.

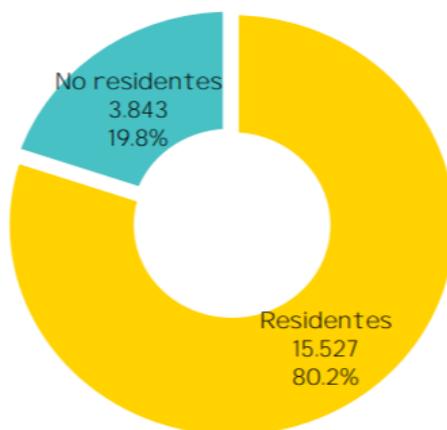


Fuente: Elaborado por el Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires en base a EOH-INDEC.

TURISMO INTERNO

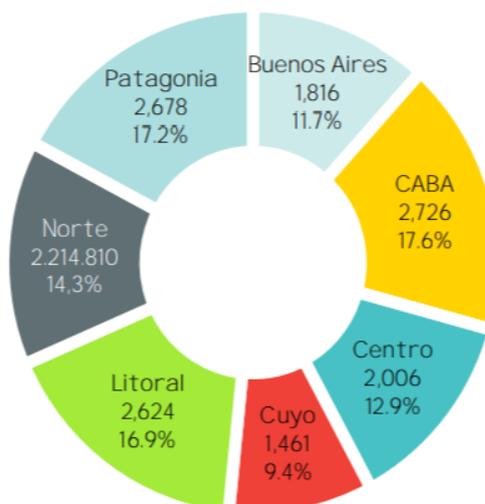
Según la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), en 2016 el turismo interno nacional fue de 15,5 millones de viajeros, lo que representa el 80,2% de los viajeros hospedados en establecimientos hoteleros.

Gráfico 6. Viajeros hospedados en Argentina (en miles). Total 2016.



Si se consideran las diferentes regiones del país, la Ciudad de Buenos Aires fue la que más viajeros residentes hospedó en el 2016 (2,7 millones, lo que representa el 17,6% del total). En segundo lugar, se ubica la Patagonia, con 17,2% del total.

Gráfico 7. Viajeros residentes hospedados en Argentina (en miles). Año 2016.



EL TURISMO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

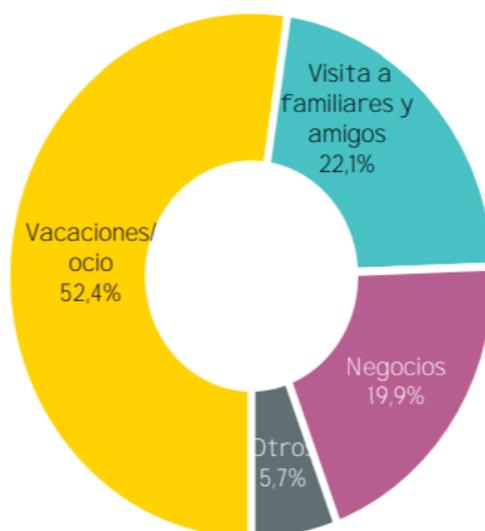
En 2016, según estimaciones del Observatorio Turístico, la Ciudad de Buenos Aires recibió un total de 10.600.096 turistas y un gasto total de US\$ 3.043 millones, considerando al turismo receptivo internacional y nacional en todas las modalidades de alojamiento. La Ciudad de Buenos Aires es un destino turístico urbano, centrado en su **oferta cultural**, tanto por la calidad y variedad de su patrimonio como por los eventos y actividades que anualmente se llevan adelante. En este marco, el Gobierno de la Ciudad impulsa como principal estrategia el desarrollo de eventos calendarizados y productos que diversifiquen la oferta tradicional, incluyendo nuevos espacios y actividades vinculadas al **turismo cultural**.

TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

Durante el 2016 arribaron a la Ciudad de Buenos Aires 2.079.980 turistas internacionales por Ezeiza, Aeroparque y el Puerto de Buenos Aires.

La composición de los turistas internacionales a lo largo del año estuvo explicada principalmente por aquellos que vinieron con motivo de Vacaciones/Ocio, un 52,4% del total. Los motivos Negocios y Visita a familiares y amigos explicaron el 19,9% y el 22,1% de los ingresos respectivamente.

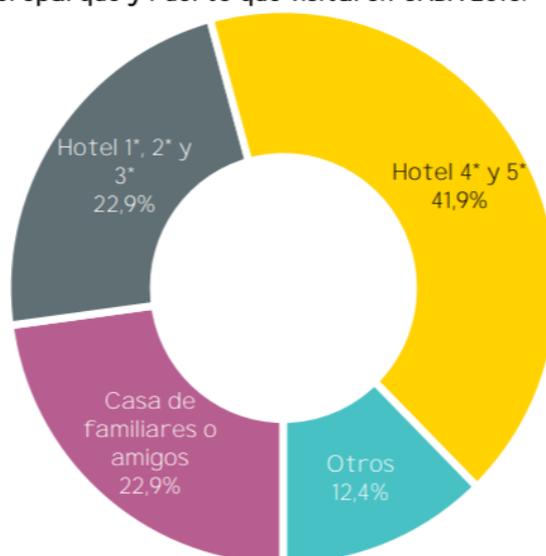
Gráfico 3. Motivo del viaje de los turistas internacionales ingresados por Ezeiza, Aeroparque y Puerto que visitaron CABA 2016.



ALOJAMIENTO

El 64,8% de los turistas internacionales se alojó en hoteles, principalmente de 4 y 5 estrellas (41,9%). Luego se destaca el pernocte en casa de amigos o familiares, que alcanza a 22,9%, mientras que el 12,4% elige otro tipo de alojamiento.

Gráfico 5. Tipo de alojamiento de los turistas internacionales ingresados por Ezeiza, Aeroparque y Puerto que visitaron CABA 2016.



Al analizar la variación interanual, se observa que los turistas alojados en hoteles de 1 a 3 estrellas subieron un 9,5%, mientras que, a la inversa, los alojados en hoteles de 4 y 5 estrellas experimentaron una merma de 10,1%. La categoría de turistas alojados en casas

de familiares y amigos registró una suba menor, de 1,2% frente al 2015, y finalmente, los turistas que eligieron otros tipos de alojamiento se vieron reducidos en 2,2%.

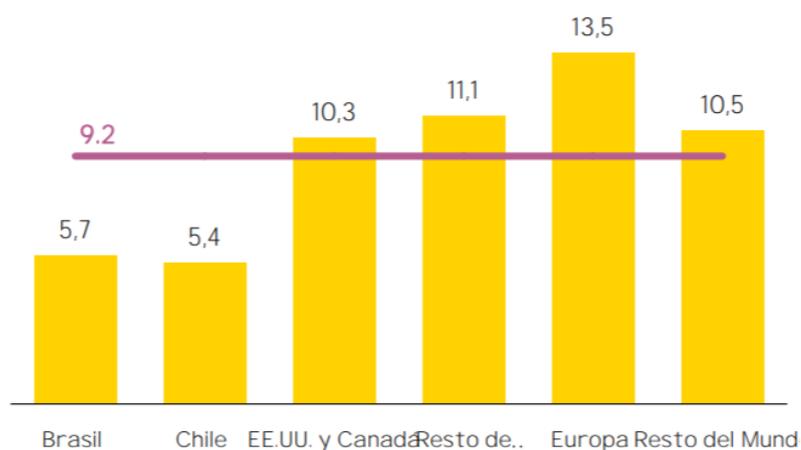
ESTADÍA

La estadía media total de los turistas ingresados por Ezeiza, Aeroparque y el Puerto en 2016 fue de 8,9 noches. Sin embargo, los turistas hospedados en hoteles no superaron las 5 noches, mientras que los turistas alojados en casas de familiares y amigos tuvieron una estadía promedio de 15,5 noches en la Ciudad.

Al hacer el análisis por motivo del viaje, se observa que los turistas por vacaciones y negocios realizaron estadías por debajo de la media, con 6,1 y 6,6 noches, respectivamente. Los que visitaron a familiares y amigos se quedaron, en promedio, 14,1 noches.

Si se analiza la estadía promedio de los turistas internacionales ingresados por Ezeiza y Aeroparque a la Ciudad de Buenos Aires se puede observar que, como es de esperarse, los turistas que provienen de lugares más lejanos presentan las estadías más prolongadas. Así, los norteamericanos y europeos se quedan alrededor entre 10,3 y 13,5 noches en la Ciudad, mientras que los brasileños y chilenos muestran estadías levemente inferiores a las 6 noches. La estadía media total de los turistas ingresados por estas vías fue de 9,2 noches.

Gráfico 9. Estadía promedio (en noches) de turistas Internacionales Ingresados por Ezeiza y Aeroparque, según origen. Año 2016.



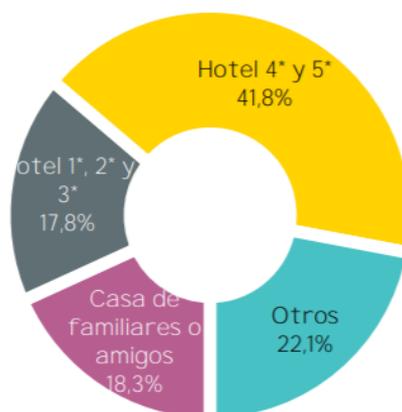
El total de pernoctaciones depende de los mercados emisores de turistas a Buenos Aires. Considerando como vías de ingreso los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque, se destaca

una relación directa entre estadía y distancia geográfica entre Buenos Aires y el país emisor de turista. Las menores estadías están asociadas, en promedio, a los turistas de países limítrofes. Por lo tanto, la mayor cantidad de pernотaciones no fue realizada por los turistas brasileños, sino por los turistas europeos (29,8% de las pernотaciones) y por los provenientes del resto de América (27,3%), que ocuparon más de la mitad de las pernотaciones totales en forma conjunta. Los brasileños quedaron en tercer lugar con un 15,1% del total, seguidos de cerca por los turistas provenientes de Estados Unidos y Canadá (13,4%).

GASTO

Por motivo de viaje, el mayor gasto promedio por día fue el realizado por turistas de negocios (US\$ 158,8) que efectuaron el 24,9% del gasto total (US\$434 millones). Le siguen los turistas que visitaron la ciudad por vacaciones, que concentraron un 44,7% de las erogaciones, con un gasto diario de US\$ 116,4. En el caso de los turistas que visitaron a familiares y amigos gastaron, en promedio, US\$ 55,3 por día, muy por debajo de la media, por lo que su participación (20,9%) se redujo respecto a la llegada de turistas.

Gráfico 19. Gasto total de los turistas ingresados por Ezeiza, Aeroparque y Puerto que visitaron CABA, según tipo de alojamiento. Año 2016.

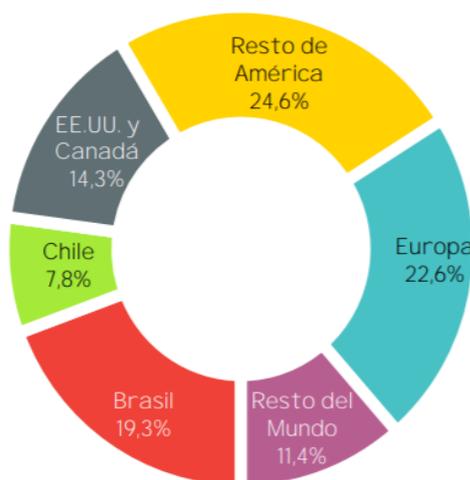


Desagregando por formas de alojamiento, el 59,6% del gasto fue realizado por turistas que se alojaron en hoteles (US\$ 519 millones). En consecuencia, se observa una gran diferencia en la proporción del gasto realizado por los turistas que se alojan en hoteles, en comparación con la proporción de las pernотaciones realizadas por los mismos (34,6%), lo que está explicado, principalmente, por el pago de tarifas hoteleras. Al

estudiar el gasto por tipo de alojamiento, se observa que el gasto diario de los turistas alojados en hoteles de 4 y 5 estrellas (US\$ 183,2) estuvo por encima del promedio total. En tanto, el gasto diario de los que se alojan en hoteles de menor categoría fue de US\$ 128,1 diario, y el gasto promedio diario de los turistas alojados en casa de familiares y amigos fue de US\$ 43,2, lo que conlleva a un gasto del segmento de US\$318 millones, 18,3% del total.

El gasto de los brasileños representó el 19,3% del gasto total por turismo, y fue superado por el del resto de América, que lideró con una participación del 24,6%. En segundo lugar de importancia se ubicaron los turistas provenientes de Europa que concentraron el 22,6% del gasto total. Con menor participación se ubicaron Estados Unidos y Canadá, Chile y el Resto del mundo, que concentraron alrededor de un tercio del gasto total.

Gráfico 23. Gasto total de los turistas internacionales ingresados por Ezeiza y Aeroparque, según origen. Año 2016.



CONCLUSIONES

Buenos Aires es la principal ciudad turística de Argentina.

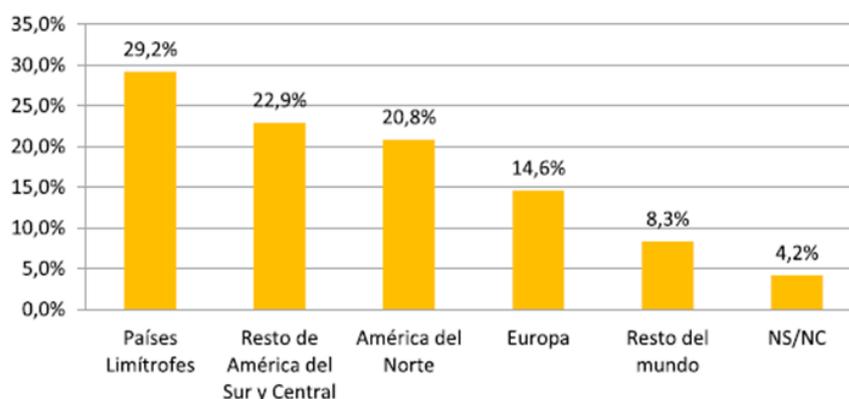
Al año se estima la visitan alrededor de 10.600.000 turistas entre nacionales e internacionales, lo que la posiciona como la ciudad más visitada del país. Durante los últimos años la dinámica del turismo nacional e internacional fue heterogénea. Mientras que la cantidad de turistas internacionales cayó sistemáticamente entre 2012 y 2016 (a excepción de 2014), el turismo nacional continuó creciendo en ese mismo período, a través de la política de feriados y la expansión del mercado interno. Las perspectivas

muestran una dinámica favorable para el turismo en la Ciudad de Buenos Aires con perspectivas optimistas en el mediano y largo plazo. Por un lado, las proyecciones muestran la recuperación y el crecimiento del turismo internacional en la Ciudad, sostenidas en un plan integral de crecimiento turístico: mayor conectividad aérea internacional, devolución del IVA a turistas extranjeros por servicios de alojamiento, inteligencia de mercado y una estrategia de comunicación y promoción más eficientes. A las iniciativas públicas se le suma la perspectiva de un contexto externo más favorable, a partir del crecimiento económico regional, especialmente de Brasil y un escenario cambiario que permitirá mantener la competitividad vía precios. En suma, el turismo será uno de los motores del crecimiento y desarrollo económico durante los próximos años, basado en políticas estructurales que permitirán mejorar la atracción turística de Buenos Aires, explorando nuevos mercados y desarrollando los que actualmente son los principales emisores de viajeros a Buenos Aires. La expansión del turismo permitirá crear mejores empleos, especialmente para jóvenes que quieran ingresar al mercado laboral.

OFERTA CULTURAL

Según los últimos datos ofrecidos por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que datan de 2014, en el festival y campeonato mundial de tango el 55,8% son de origen extranjero y el 44,2% de origen nacional. Un 29,2% de los turistas extranjeros provenía de países limítrofes, siendo Brasil el primer país de la lista con el 14,6%.

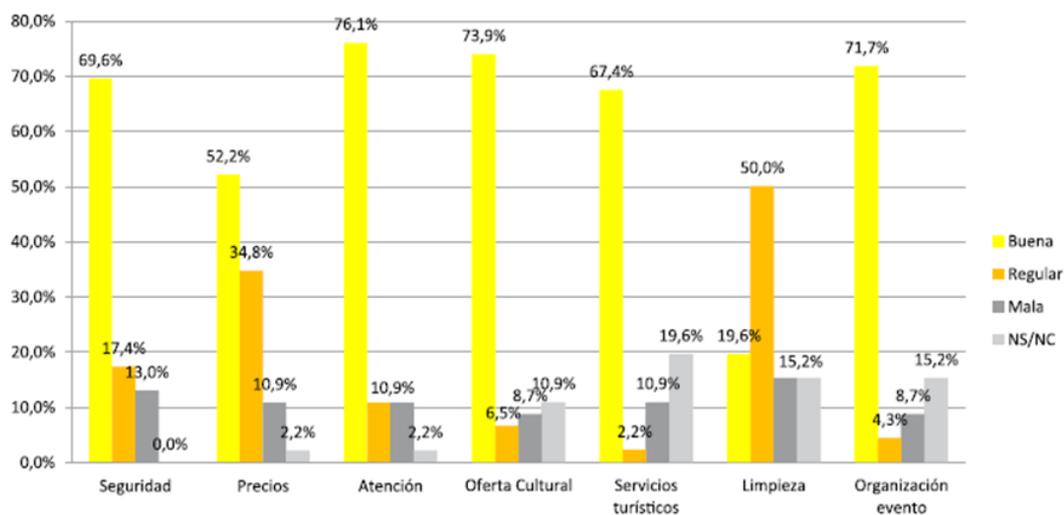
Gráfico 3.1: Lugar de residencia de los turistas extranjeros encuestados.



Consultados por el motivo de viaje, el 60,9% de los turistas extranjeros encuestados que respondieron la pregunta y el 34,5% de los nacionales visitaron la Ciudad especialmente para asistir al Festival y Campeonato Mundial de Tango.

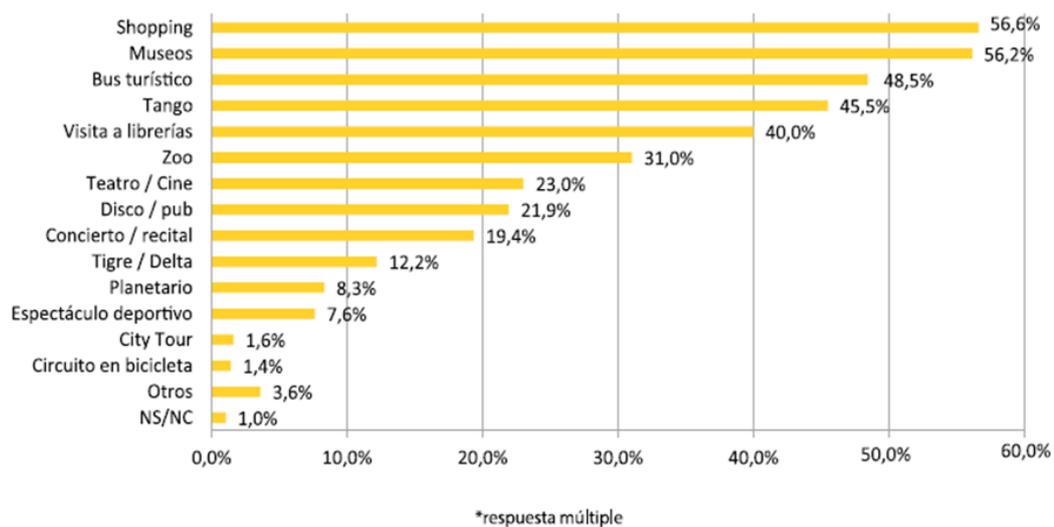
OPINIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE ARGENTINA.

Gráfico 3.9: Opinión sobre la Ciudad de los turistas extranjeros encuestados.



ACTIVIDADES ELEGIDAS PARA REALIZAR POR LOS TURISTAS

Gráfico 4.23: Actividades realizadas por los turistas extranjeros* encuestados.



Representación en referencia al Producto Bruto Geográfico

6,4% del Producto Bruto Geográfico en la CABA es generado por las denominadas Ramas Características del Turismo de manera directa.

De esta forma, la industria turística se presenta como la sexta en importancia en la creación de valor agregado dentro del ámbito de la Ciudad, siendo más importante que otras actividades tradicionales como la construcción, los servicios de salud y los servicios educativos, entre otros.

Por su parte, el estudio determina que a nivel nacional la CABA concentra el 30,5% de la generación de valor de las ramas características del turismo, constituyéndose en el distrito de mayor importancia a nivel país.

Desde 1990 a la actualidad, la cantidad de viajeros internacionales ha crecido en promedio 4,1% anual.

En términos de generación anual de ingresos por turismo internacional, las cifras son significativas llegando a USD 1.350 miles de millones. El crecimiento anual promedio se sitúa en 6,7% para el período de 25 años, lo que implica que se ha multiplicado por 6 el volumen de gasto por turismo internacional.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) se ha posicionado como uno de los destinos turísticos más importantes dentro de la región y del país. Así, el segmento turístico ha llegado a presentar una relevancia significativa dentro de la esfera económica de la Ciudad.

Finalmente, en virtud al importante crecimiento observado en los últimos años, podemos afirmar que el sector turístico representa un sector estratégico con un gran potencial de crecimiento, constituyendo uno de los ejes fundamentales para el desarrollo socioeconómico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado de; <https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/IMPACTO%20ECONOMICO%20DEL%20TURISMO%20EN%20LA%20CIUDAD%202015-2.pdf>

CAPÍTULO III – ESTUDIO DE MERCADO

OFERTA HOTELERA EN EL BARRIO DE SAN TELMO Y HOTELES BOUTIQUE TEMÁTICOS QUE REPRESENTAN LA COMPETENCIA EN LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

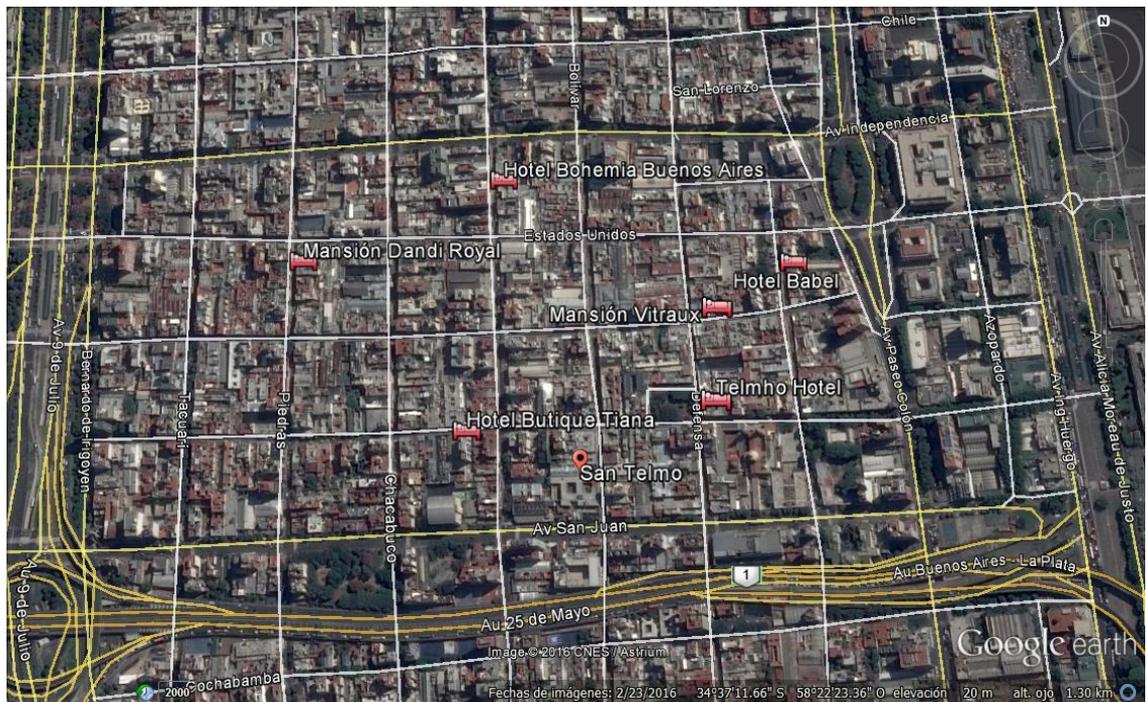
Localización

El Hotel Boutique Temático se localizará en el barrio de San Telmo, ubicado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires, Argentina.

Puntualmente se eligió el barrio de San Telmo pues es un barrio rico en cultura e historia y se encuentra en un punto cercano a distintos lugares turísticos culturales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como ser Caminito en La Boca, Plaza de Mayo, Casa Rosada, Puerto Madero, entre otros.

Además, San Telmo en sí mismo es un barrio emblemático de la Ciudad, el cual presenta la plaza Dorrego que es una de las plazas más antiguas donde con el paso del tiempo se fue construyendo a su alrededor una gran variedad de oferta gastronómica como bares, restaurantes y comercios en los cuales se puede comprar antigüedades características de la historia de nuestro país.

Alojamientos que representan la oferta hotelera



Hoteles Boutique en San Telmo

Nombre del Establecimiento: Mansión Vitraux		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Boutique
Dirección: Carlos Calvo 369		Teléfono: +54114300-6886
Mail: reservation@mansionvitraux.com		Web: http://www.mansionvitraux.com
		
Características: Posee un total de 12 habitaciones y está ubicado en Carlos Calvo a una cuadra de la Plaza Dorrego y a una cuadra del Mercado de San Telmo.		
Servicios: Pileta descubierta climatizada con nado contra corriente y jacuzzi, pileta cubierta climatizada, recepción 24hs, sauna y cardiogym, Wi-fi sin cargo, terraza con solárium, bicicletas y tablets disponibles sin cargo, pase para transporte público sin cargo. Las habitaciones disponen de caja de seguridad, amenities, aire acondicionado, TV, secador de pelo, teléfono inalámbrico. Servicio de lavandería, masajes y tratamientos de belleza con cargo.		
Tarifas: Habitación Urban; USD121,44.- por Noche para 2 pax.		
Tarifa habitación Glam: USD139,65.- por Noche para 2 pax.		

Nombre del Establecimiento: Telmho Hotel		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Boutique
Dirección: Defensa 1086		Teléfono: +54114307-9898
Mail: repcion@telmho-hotel.com.ar		Web: https://www.telmho-hotel.com.ar
		
<p>Características: Posee un total de 9 habitaciones y está ubicado en frente de la Plaza Dorrego.</p>		
<p>Servicios: LCD en todas las habitaciones, WI-FI, teléfonos, secador de pelo, aire acondicionado y calefacción, mini bar, incluye desayuno continental. Además cuenta con servicio de bar las 24hs.</p>		
<p>Tarifas: Suite individual; USD56,20.- por Noche.</p> <p>Tarifa habitación Doble Superior: USD60,00.- por Noche para 2 pax.</p> <p>Tarifa Suite Doble Deluxe: USD62,81.- por Noche para 2 pax.</p> <p>Tarifa Suite Triple Deluxe: USD101,53.- por Noche para 3 pax.</p>		

		
Nombre del Establecimiento: Hotel Babel		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Boutique
Dirección: Balcarce 946		Teléfono: +54114300-8300
Mail: info@hotelbabel.com.ar		Web: http://hotelbabel.com.ar
		
<p>Características: Posee un total de 9 habitaciones y dos Suites, además está ubicado en la calle Balcarce a dos cuadras de la Plaza Dorrego.</p>		
<p>Servicios: Seguridad y conserjería 24 horas, WI-FI, bar y room service, cajas de seguridad, desayuno buffet y a la carta, estación coffee permanente, secadores de pelo, aire acondicionado y calefacción individual. Servicios complementarios: lavandería, transfers, clases de tango, personal trainer, personal shopper.</p>		
<p>Tarifas: Standard; USD60,44.- por Noche para 2 pax..</p> <p>Tarifa habitación Superior: USD71,15.- por Noche para 2 pax.</p>		

Nombre del Establecimiento: Mansión Dandi Royal		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático de Tango
Dirección: PIEDRAS 922/936		Teléfono: 011 4307-7623
Mail: reservas@mansiondandiroyal.com		Web: http://www.mansiondandiroyal.com
		
<p>Características: La Mansión Dandi Royal Boutique Hotel, es un hotel temático orientado al Tango en el barrio de San Telmo, cuna de este característico baile porteño, declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO y cuenta con un total de 29 habitaciones.</p>		
<p>Servicios: Conserjería bilingüe 24 horas, servicio de habitación, restaurante, bar, desayuno Buffet, salas de reuniones, TV con cable, biblioteca, WI-FI en todo el hotel, Business Center, calefacción central, climatizador individual frío/calor, caja de seguridad, teléfono, guarda-equipajes, cunas para bebés, hotel libre de humo – área especial para fumadores, emergencias médicas 24 horas, terraza con solarium, piscina (Sólo en verano), mini gym, jacuzzi y clases de tango. Adicionales: Traslados desde y hacia el aeropuerto, lavandería y tintorería, paquetes turísticos, excursiones y paseos, venta de tickets a shows de tango, clases de tango privadas, personal shopper tanguero, guía acompañante a milongas, masajes y tratamientos faciales. Habitaciones: Estándar, Superior, Deluxe, Junior Suite, Dandi Royal Suite.</p>		
<p>Tarifas: Estándar USD 76.10.- Superior USD 95.22.- Deluxe USD 79.93.- Junior Suite USD 83.80.-</p>		

Nombre del Establecimiento: Hotel Bohemia			
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático de Tango	
Dirección: Perú 845		Teléfono: 011 4115-2561	
Mail: info@bohemiabuenosaires.com.ar		Web: http://www.bohemiabuenosaires.com.ar	
			
Características: se encuentra en el barrio de San Telmo y dispone de 22 habitaciones.			
<p>Servicios: Accesos adaptados, Bar-Cafetería, Conexión Wi-fi a internet, desayuno buffet, parking cubierto, Recepción 24 horas. Servicio de habitaciones, servicios de lavandería/tintorería, salón para eventos, aire acondicionado, amenities en el baño, caja de seguridad, secador de pelo, teléfono, TV.</p>			
<p>Tarifas: Habitación Doble: USD52,60.- Habitación Triple: USD 64,78.- Habitación Cuádruple USD 68,82.-</p>			

Nombre del Establecimiento: Hotel Boutique Tiana 		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático de Tango
Dirección: Humberto Primo 629		Teléfono: +54 11 43628663
Mail: info@tianabuenosaires.com.ar		Web: http://www.tianabuenosaires.com.ar
		
<p>Características: se encuentra ubicado a 200 metros de la Plaza Dorrego y posee un estilo colonial.</p>		
<p>Servicios: Aire acondicionado y calefacción independientes, TV LCD HD con cable, jacuzzi, hidromasaje, frigobar, amenities, secador de pelo, internet Wi-Fi, caja de seguridad, Room Service. Otros servicios incluidos: Amenities de bienvenida. Restaurante, Buffet, mesa exclusiva en zona VIP, personal bilingüe, recepción, seguridad.</p>		
<p>Tarifas: Habitación Clásica Doble o Twin: USD47,53.- Habitación de Lujo: USD 56,42.-</p>		

Análisis Comparativo

Como hemos observado el barrio de San Telmo posee una oferta hotelera compuesta por 6 hoteles Boutique, de similares características y servicios, ninguno de ellos es temático excepto la “Mansión Dandi Royal Boutique Hotel”, el cual es un hotel temático orientado al tango. Por otro lado, ninguno de ellos posee la estructura propuesta, por ende no puede realizarse una comparación de servicios cuando, el hotel boutique temático propuesto apunta a charlas informativas de la historia y la cultura de los principales atractivos a visitar de los barrios de la Ciudad de Buenos Aires.

Análisis de la competencia

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires existe una diversidad de hoteles temáticos. En el presente relevamiento se hará foco en los hoteles boutique y hoteles 5 estrellas temáticos de la Ciudad de Buenos Aires, los cuales representan la competencia.

Del total de los hoteles relevados solo Mansión Dandi Royal y el Hotel Boca quedan localizados en el barrio de San Telmo.

Se llevará a cabo un análisis de la competencia a través de las fichas de relevamiento, donde se expondrán los servicios brindados de cada hotel y sus respectivas características.

Los Hoteles temáticos relevados son los siguientes:

- Tanguero Hotel Boutique
- Legado Mítico
- Hotel Boca
- Las Cepas Hotel
- Mansión Dandi Royal Tango
- Abasto Hotel

El primer hotel relevado fue Tanguero Hotel Boutique y se puede observar que el mismo cuenta con 20 habitaciones y está ambientando desde el ingreso hasta sus habitaciones con temática de tango, además tiene una oferta gastronómica alusiva.

Nombre del Establecimiento: Tanguero Hotel Boutique		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático de tango
Dirección: Suipacha 780		Teléfono: +5411-43287006
Mail: info@tanguerohotel.com		Web: https://www.tanguerohotel.com
		
<p>Características: cuenta con un total de 20 habitaciones y 8 suites, con decoración alusiva al tango. Ubicado en el barrio de San Nicolás.</p>		
<p>Servicios: Recepción las 24hs, servicio de conserjería, guarda-equipaje, caja fuerte, habitaciones familiares, habitaciones insonorizadas, habitaciones no fumadores, calefacción, aire acondicionado, servicio de room service, mini bar, secador de pelo, servicio de despertador. Además cuenta con un bar de época “Tanguero Bar”, business center y salas de reuniones, spa con jacuzzi, gimnasio, sauna, centro de masajes y Restaurante El salón "Cuesta Abajo". Servicios que se abonan: lavandería, planchado, limpieza en seco, traslado y alquiler de coches.</p>		
<p>Tarifas: Suite; USD140,93.- por Noche para 2 pax.</p> <p>Tarifa habitación triple: USD155,73.- por Noche para 3 pax.</p>		

El segundo hotel relevado fue Legado Mítico y se puede ver que es un hotel boutique que a través de su decoración busca recrear la historia y la cultura de Argentina, donde cada sector, desde su recepción hasta las habitaciones, tiene cuadros de personajes que han sido importantes en nuestra historia. Además cuenta con una sala de estar, la cual

dispone de una biblioteca equipada con libros y objetos sobre Eva Perón, San Martín, Martín Fierro, Victoria Ocampo, Che Guevara, Mafalda, Jorge Luis Borges, entre otros personajes.

Nombre del Establecimiento: Legado Mítico		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático personalidades más relevantes de la historia Argentina.
Dirección: Gurruchaga 1848		Teléfono: 011 4833-1300
Mail: reservasbsas@legadomitico.com		Web: http://www.legadomitico.com
		
<p>Características: El hotel se encuentra en el barrio de Palermo Soho y posee 11 habitaciones con una decoración temática inspirada en personajes influyentes en la cultura y la historia argentina.</p>		
<p>Servicios: Desayuno buffet incluido, Wi-fi, bañera con hidromasajes, terraza con solárium, transfer al aeropuerto, habitación para no fumadores, recepción las 24hs, servicio a la habitación, caja fuerte, mini bar, lavandería y planchado con cargo, bar y bodega. Hotel adaptado para personas con movilidad reducida.</p>		
<p>Tarifas: Habitación Mítica clásica: USD 250 + Iva; habitación Mítica Superior: USD 300 + Iva; habitación Mítica de Lujo: USD 350 + Iva.</p>		

El tercer hotel relevado fue Hotel Boca by Design Suites y como se puede observar, el mismo más allá de contar con decoración temática con los colores y las figuras históricas del club, también ofrece paquetes que fusiona alojamiento con actividades

relacionadas al club Boca Juniors, como es ir a la cancha a ver un partido u obtener la camiseta autografiada.

Nombre del Establecimiento: Hotel Boca by Design suites		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático de futbol
Dirección: Tacuarí 243		Teléfono: +54 11 4896-6340
Mail: reservas.boca@gruposolanas.com		Web: http://hotelbocajuniors.com
		
<p>Características: Hotel 5 estrellas, ubicado en el barrio de San Telmo, siendo el primer hotel temático de futbol en el mundo, que cuenta con 85 Suites y 17 pisos.</p>		
<p>Servicios: Wi-fi sin cargo, caja de seguridad, mini bar, secador de cabello, amenidades de baño, servicio de limpieza, se puede contratar servicio de spa, piscina climatizada cubierta de 15mts de largo, gimnasio que cuenta con la posibilidad de solicitar personal trainer pago, estacionamiento con un cargo de \$200.- pesos por día. Cuenta con un restaurante, “La Boca” el cual tiene un diseño minimalista y un bar, “La Barra”. Además se puede contratar un paquete de estadía como por ejemplo: estadía más compra de entradas para ver un partido de boca o estadía más camiseta autografiada.</p>		
<p>Tarifas: Habitación clásica; USD99.90.-, habitación Junio Suite; USD114.30.-, Deluxe Suite; USD139.50.-</p>		

El cuarto hotel relevado es Las Cepas Hotel de Cata & Relax, donde se puede observar que dicho hotel no solo apunta a una decoración minimalista, sino que además dispone de un salón donde se llevan a cabo actividades tanto de clases de vinos, con catas

incluidas y por otro lado cuenta con una cava en el subsuelo con una gran variedad de vinos.

Nombre del Establecimiento: Las Cepas Hotel de cata & relax		
LAS CEPAS HOTEL DE CATA & RELAX		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático de vinos
Dirección: México 1471		Teléfono: +54 11 4292-7103
Mail: lascepas@argentinawinehotels.com		Web: http://www.argentinawinehotels.com
		
<p>Características: Hotel temático en cepas de vinos de Argentina, tiene 22 habitaciones con una decoración alusiva y una cava subterránea de vinos con más de 400 etiquetas de vinos diferentes, además posee un salón donde se brindan catas y clases de vinos. El mismo se encuentra ubicado en el barrio de Monserrat.</p>		
<p>Servicios: Habitaciones con baño privado, aire acondicionado, tv, mini bar para botellas de vinos, posee servicio de habitación y recepción las 24hs, además disponen de habitaciones acondicionadas para personas con movilidades reducidas. Por otro lado posee un Restaurante, el cual ofrece menú autóctono de diferentes zonas del país y a su vez ofrece un spa equipado con sauna seco, húmedo, ducha escocesa y jacuzzi para realizar vino-terapia.</p>		
<p>Tarifas: habitación doble USD102.57.-; Suite \$203.22.-; habitación triple \$156.33.-</p>		

El quinto hotel relevado, Mansión Dandi Royal, es el único hotel boutique ubicado en el Barrio de San Telmo y que apunta también tanto a una experiencia global, donde comprende una decoración estilo tanguera y la fusión de enseñanza al turista brindando clases de tango al turista, además de asistencia en general con excursiones y compra de tickets para eventos de tango.

Nombre del Establecimiento: Mansión Dandi Royal		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático de Tango
Dirección: Piedras 922/936		Teléfono: 011 4307-7623
Mail: reservas@mansiondandiroyal.com		Web: http://www.mansiondandiroyal.com
		
<p>Características: La Mansión Dandi Royal Boutique Hotel, es un hotel temático orientado al Tango en el barrio de San Telmo y cuenta con un total de 29 habitaciones.</p>		
<p>Servicios: Consejería bilingüe 24 horas, servicio de habitación, restaurante, bar, desayuno Buffet, salas de reuniones, TV con cable, biblioteca, WI-FI en todo el total, Business Center, calefacción central, climatizador individual frío/calor, caja de seguridad, teléfono, guardaequipajes, cunas para bebés, hotel libre de humo – área especial para fumadores, emergencias médicas 24 horas, terraza con Solarium, piscina (Sólo en verano), mini gym, jacuzzi y clases de tango. Adicionales: Traslados desde y hacia el Aeropuerto, lavandería y tintorería, paquetes turísticos, excursiones y paseos, venta de tickets a Shows de tango, clases de tango privadas, personal Shopper tanguero, guía acompañante a milongas, masajes y tratamientos faciales. Habitaciones: Estándar, Superior, Deluxe, Junior Suite, Dandi Royal Suite.</p>		
<p>Tarifas: Estándar USD 76.10.- Superior USD 95.22.- Deluxe USD 79.93.-Junior Suite USD 83.80.-</p>		

Para finalizar el sexto hotel relevado fue el Abasto Hotel, ubicado en el Barrio de Balvanera, es el primer hotel temático de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el cual más allá de estar decorado con una ambientación alusiva a la temática, también brinda clases de tango como su competencia, Mansión Dandi Royal, pero aquí es sin cargo y todos los días.

Nombre del Establecimiento: Abasto Hotel		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotelero	Subtipo: Temático de Tango
Dirección: Av. Corrientes 3190		Teléfono: (+54 11) 6311 4433
Mail: reservas@abastohotel.com		Web: http://www.abastohotel.com
		
<p>Características: Hotel 5 estrellas ubicado en la zona del Abasto del barrio porteño de Balvanera, de temática tanguera. Cuenta con un total de 126 habitaciones.</p>		
<p>Servicios: Desayuno continental, Wfi, frigobar, baño con hidromasajes, aire acondicionado, room service las 24hs, piscina y solárium, clases de tango sin cargo para los huéspedes todos los días a las 19hs, business center. Otros servicios con cargo adicional; estacionamiento, lavandería y tintorería, baby-sitter, instalaciones adaptadas para personas con movilidad reducida.</p>		
<p>Tarifas: Tango Suite USD375 + IVA, Balcony USD284 + IVA, Executive USD284 + IVA, Triple USD270 + IVA, Superior USD264 + IVA, Standard USD234 + IVA</p>		

Como se puede observar en el relevamiento llevado a cabo, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires cuenta con una oferta de hoteles temáticos y el tópico más propuesto es referente al “tango”, teniendo en cuenta que es un género musical característico de Argentina y generador de un gran atractivo para los turistas, quienes buscan aprender a bailar esta danza.

Además se puede ver que puntualmente los hoteles boutique temáticos cuentan con poca cantidad de habitaciones, donde se ofrece un servicio personalizado que acompaña la temática de su hotel, como por ejemplo el Hotel Las Cepas que brinda actividades referidas al vino y genera desde catas en su salón hasta servicios en el spa relacionados con tratamientos de vino-terapia.

Observando el mapa podemos notar que la competencia se encuentra en los siguientes barrios:



Análisis de los precios: Según indica el autor Gabriel Baca Urbina (2001) el término hace referencia a “la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p. 48).

En cuanto a los precios, se puede observar que los mismos son en dólares y están segmentados según las categorías de habitaciones seleccionadas y todas corresponden a tarifa por noche para 2 personas. Serían los siguientes (elaboración propia):

Tanguero Hotel	
Suite	USD140,93.-
Habitación Triple	USD 155,73.-

Legado Mítico	
Mítica Clásica	USD 250.-
Mítica Superior	USD 300.-

Hotel Boca	
Clásica	USD 99,9.-
Junior Suite	USD 114,3.-
Deluxe Suite	USD 139,5.-

Hotel Las Cepas	
Doble	USD 102,57.-
Suite	USD 203,22.-
Triple	USD 156,33.-

Hotel Las Cepas	
Doble	USD 102,57.-
Suite	USD 203,22.-
Triple	USD 156,33.-

Mansión Dandi Royal	
Estándar	USD 76,1.-
Superior	USD 95,22.-
Deluxe	USD 79,93.-
Junior Suite	USD 83,8.-

Abasto Hotel	
Tango Suite	USD 375.-
Balcony	USD 284.-
Executive	USD 284.-
Triple	USD 270.-
Superior	USD 264.-
Standard	USD 234.-

Tarifa Promedio Por Hotel	
Mansión Dandi Royal	USD 83,76.-
Hotel Boca	USD 117,9.-
Tanguero Hotel	USD 148,33.-
Hotel Las Cepas	USD 154,04.-
Legado Mítico	USD 275.-
Abasto Hotel	USD 285,16.-

En el Hotel Boutique temático planteado se propone flexibilizar la oferta brindando diferentes alternativas de paquetes posibles a contratar, según el interés del cliente potencial. A continuación se hace una descripción de las actividades culturales e históricas en cada opción posible:

- 1- Oferta propuesta a huéspedes no alojados en el Hotel Boutique temático; quienes estén interesados en participar y no se alojen en el Hotel Boutique Temático podrán hacerlo abonando el paquete compuesto por: Charla informativa + Visita a los lugares desarrollados + Almuerzo en restaurante elegido.
- 2- Oferta propuesta a huéspedes alojados en Hotel Boutique Temático, pero que estén interesados en formar parte de un día de charla en particular, podrán hacerlo abonando su tarifa rack que solo incluye la estadía, es decir la habitación y el desayuno y además, el paquete del día que sea de interés compuesto por: charla informativa + visita a los lugares + propuesta gastronómica temática (coffee break estilo Argentino y Almuerzo en lugar pre seleccionado que hace referencia a la temática que están viendo en las charlas).
- 3- Oferta propuesta como paquete “All Inclusive”, el cual incluye; Un programa de 4 noches compuesto por charlas informativas y visita a los lugares donde cada día se expone una temática diferente:
 - ✓ Charlas informativas sobre: historia argentina exponiendo los barrios emblemáticos y ricos en historia y cultura.
 - ✓ Charlas informativas sobre: arquitectura y las huellas que han dejado la influencia inmigratoria europea.
 - ✓ Charlas informativas sobre: museos, arte, fútbol, tango y turismo religioso (vida de Papa Francisco).

Al finalizar se llevará a cabo un desayuno de festejo con entrega de mates como souvenir, por haber participado y conocido en profundidad sobre la historia y cultura de nuestra Ciudad.

El paquete “All Inclusive” fue elaborado en función a la información recopilada anteriormente, sobre los gustos y preferencias que motivan a los turistas a conocer de nuestra Ciudad.

Las charlas informativas estarán a cargo de una persona especializada en la temática y dispuesta a acompañar en el recorrido ya sea a pie o en un transfer.

Canales de distribución

Para Philip Kotler y Gary Armstrong (2003), “un canal de distribución es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial” (p.398).

Cantidades de Intermediarios: El emprendedor debe decidir la cantidad de miembros del canal que se usarán en cada nivel. Existen tres estrategias:

- Distribución Intensiva: plantea que se debe tener en existencia el producto en tantos puntos de venta como sea posible.
- Distribución Exclusiva: propone conceder el derecho exclusivo de distribuir los productos de la nueva compañía en sus territorios a una cantidad limitada de distribuidores o agentes.
- Distribución Selectiva: uso de más de un distribuidor, pero menos del total disponible de intermediarios que están dispuestos a comercializar los productos del emprendimiento.

La distribución elegida para el Hotel Boutique es la selectiva, pues se apunta a un perfil determinado de cliente potencial.

Tipos de canales de Distribución:

- Directo: en el que el emprendimiento a través de su nueva organización atiende directamente a los consumidores a través de un equipo de ventas propio.
- Indirecto: el canal de marketing indirecto o convencional, es el esquema tradicional de distribución en el que existen uno o más intermediarios entre el productor y el consumidor final que actúan de manera independiente aun cuando existen esfuerzos para cooperar y coordinar sus actividades.

El tipo de canal de distribución seleccionado es indirecto.

Descripción del Hotel Boutique Temático propuesto

Producto: Es un Hotel Boutique Temático en atractivos históricos y culturales.

Objetivo y alcance: El Hotel Boutique Temático apunta a los turistas que deciden viajar a una ciudad con el fin de conocer la historia y la cultura de la misma. El objetivo es poder captar dicho interés ofreciendo una propuesta diferente puesto que la experiencia

que el hotel brinda, no solo apunta a una decoración temática sino que también comprende la mayoría de los servicios gastronómicos incluidos: desayuno, almuerzo y cena y las charlas informativas del programa con las respectivas visitas a los lugares elegidos.

Ubicación: El mismo será situado en el Barrio de San Telmo, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Descripción: Al ingresar al hotel se encontrará la recepción del mismo, la cuál será decorada con una pared pintada con los colores de la bandera de Argentina y en el lobby se ubicará una escultura de tamaño reducido representando el obelisco, monumento histórico considerado un ícono de la Ciudad de Buenos Aires. Por otro lado en todas las áreas de circulación se podrá escuchar música funcional representativa de Argentina: tango, folklore, rock de músicos reconocidos del país, etc.

El hotel contará con 20 habitaciones, las cuales serán temáticas representando diferentes atractivos destacados de cada uno de los barrios de Buenos Aires.

Cada habitación contará con mobiliario, cuadros y paredes con colores que las representen. De esta forma se podrá transmitir y recrear en la percepción del huésped de estar en un barrio porteño.

La sala donde se brindarán las charlas informativas cada mañana será ambientada con un seteo de mesas y sillas estilo escuela y alrededor habrá pantallas para poder proyectar. Hacia el frente de la sala habrá dos pantallas donde se podrá ver lo expuesto por la persona que está dando la charla y en las paredes del lado izquierdo y del lado derecho se proyectarán imágenes que decoren la sala, ambientándola como si estuviesen dentro del lugar del que se está hablando, de esta forma si por ejemplo se expone sobre el Teatro Colón las pantallas van a ir mostrando imágenes del lugar.

Gastronomía: El hotel brindará desayuno incluido en la tarifa de alojamiento y dicho desayuno será con pastelería tradicional argentina e infusiones típicas, como el mate.

Por otro lado, quienes contraten el día compuesto por la charla y la visita al mediodía tendrán incluido el almuerzo en un restaurante seleccionado referido a la temática del día. Caso contrario el hotel dispondrá de un Restaurante llamado “Mi Buenos Aires Querido” donde se podrá almorzar o cenar y el menú será a la carta, ofreciendo también platos característicos de la gastronomía Argentina.

PARTE II – MARCO METODOLÓGICO**CAPITULO IV – DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Tomando en cuenta las consideraciones del autor Philip Kotler, en el paso uno se consideró la formulación del problema y los objetivos del trabajo.

En el paso dos se llevó cabo el análisis de los datos secundarios utilizando como fuente la información provista por el Observatorio de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires en base al INDEC y en el paso tres, se llevará a cabo la búsqueda de información primaria a través de las encuestas y entrevistas para que finalmente, en el paso cuatro se efectúe el análisis de los datos y la conclusión.

En este capítulo se va a presentar el diseño de la investigación y el procesamiento y análisis de los datos.

Identificación de Unidades de Análisis y Variables

Aspecto metodológico:

Universo de Estudio: Los Hoteles Boutique.

Unidades de Análisis:

El turista que elige San Telmo con motivo de realizar turismo cultural.

Motivación: actividad más utilizada por los turistas, para realizar turismo cultural.

Los Hoteles Boutique del Barrio de San Telmo.

Unidades de análisis**OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES****CONTEXTO: Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

UNIDAD DE ANÁLISIS	VARIABLES	VALORES
El turista de San Telmo	Nacionalidad	Argentino

		Resto de Latinoamérica
		Europeo
		Asiático
		Africano
	Motivo del Viaje	Recreación-Ocio
		Visita a Familiares y Amigos
		Negocios
		Estudios
		Conocer la historia y la cultura del lugar
		Deportivo
		Gastronómico
	Tipo de Alojamiento optado	Hoteles 1*2*y3*
		Hoteles 4*y5*
		Hoteles Boutique
		Casa de Familiares o Amigos
	Estadía media.	1 a 3 noches
		4 a 5 noches
		5 a 6 noches
		Más de 6 noches

	Principal ocupación de los Turistas encuestados.	Profesional independiente
		Empleado en Relación de Dependencia
		Empresario
		Estudiante
		Jubilado - Pensionado
		Ama de Casa
		Docente
		Comerciante
		Otros
		Ns-Nc
	Grupo de Viaje de los turistas.	Solo
		En Pareja
		Familia
		Amigos
		Otros
		Ns-Nc
Motivación		
	Actividad elegida	Shopping
		Museos
		Bus Turístico
		Tango

		Visitas a Librerías
		Zoo
		Teatro-Cine
		Disco - Pub
		Concierto - Recital
		Tigre- Delta
		Planetario
		Espectáculo Deportivo
		City Tour
		Circuito en Bicicleta
		Otros
		Ns-Nc
	Opinión sobre la Ciudad	Seguridad
		Precios
		Atención
		Oferta Cultural
		Servicios Turísticos
		Limpieza
		Organización Eventos

Fuentes

Información Primaria: Para obtener información primaria específica y útil para el estudio de mercado, se utilizaron dos métodos:

- A los turistas de la zona de San Telmo, se abordará a partir de encuestas.

- A los informantes claves que brindarán información sobre las preferencias de los turistas en el rubro hotelero, las elecciones sobre actividades referentes a lo turístico y la opinión sobre el Hotel Boutique, a través de entrevistas.

Encuestas

Según el autor Gabriel Baca Urbina (2001) el término demanda se refiere a “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (p.17).

Respecto al cuestionario, Sampieri (1991) afirma que “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p.285).

Muestra: En el presente trabajo se realizará un muestreo no probabilístico de tipo casual, donde se va a encuestar a los turistas y visitantes del Barrio de San Telmo.

Como indica Sampieri (1991), “en la muestra no probabilística, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características del investigador o del que hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico, ni en base a fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de una persona o grupo de personas, y desde luego, las muestras seleccionadas por decisiones subjetivas tienden a estar sesgadas” (p.213).

Las encuestas están constituidas por una breve introducción, en donde se llevó a cabo una presentación de la investigación y se les ha explicado a las personas encuestadas el por qué se realizará la misma, y cuáles son los objetivos.

A modo de finalización, se realiza un agradecimiento y hay un espacio para que puedan dejar, en caso que lo deseen, algún tipo de comentario.

Se hará un total de 60 encuestas de tipo exploratorio.

A continuación, se detallan los tipos de preguntas que se confeccionaron en las encuestas.

Tipos de preguntas

- Cerradas con varias alternativas de respuestas.
- Cerradas dicotómicas – con dos alternativas de respuestas.
- Semicerradas (incluyen la opción otros).

- Abiertas.

Salida a Campo

La salida a campo se llevó a cabo en el barrio de San Telmo, más precisamente sobre la calle Humberto 1° y Defensa, ya que se encuentra ubicada la Plaza Dorrego, y es un punto de afluencia de turistas tanto locales como extranjeros.

El tiempo que se utilizó para la realización de las encuestas, fue de dos fines de semana, en los cuales se llevaron a cabo las acciones pertinentes para recabar la información necesaria.

Debajo se presenta el modelo de encuesta y luego, se podrá observar las respuestas de cada integrante con su respectivo análisis y conclusiones generales.

HOTEL BOUTIQUE ESCUELA PARA TURISTAS

Buenas tardes soy Valeria Di Rienzo, estudiante de la carrera Licenciatura en Hotelería de la Universidad Abierta Interamericana y estoy realizando una investigación acerca de intereses y motivaciones de los turistas en los Hoteles Boutique. La información que se recoja en los cuestionarios es anónima.

Muchas gracias por su colaboración.

1- Indique su sexo

Femenino

Masculino

2- Indique el grupo de edad al que pertenece

1. Entre 20 y 29 años

2. Entre 30 y 39 años

3. Entre 40 y 49 años

4. Entre 50 y 59 años

5. Mayor de 60 años

3- Indique su nacionalidad

- Argentino
- Resto de Latinoamérica
- Europeo
- Asiático
- Africano

4- ¿Cuál es el motivo principal de su visita a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

- Vacaciones
- Por Negocios
- Estudio
- Conocer la historia y la cultura del lugar
- Visita a familiares/ amigos
- Deportivo
- Gastronómico

5- ¿Cuál es el motivo principal de su visita al barrio de San Telmo?

- Recreación
- Por Negocios
- Estudio
- Conocer la historia y la cultura del lugar
- Visita a familiares/ amigos
- Deportivo
- Gastronómico
- Otros

6- ¿Duración de la estadía?

- 1 a 3 Noches
- 4 a 5 Noches
- 5 a 6 Noches
- Mas de 6 Noches

7-¿Con quien realiza el viaje?

- Grupos familiares
- Parejas
- Personas solas
- Grupos de amigos
- Otros

8-¿Tipo de alojamiento optado cuando viene a Buenos Aires?

- Hoteles 1*2*y3*
- Hoteles 4*y5*
- Hoteles Boutique
- Hostels
- Casa de Familiares o Amigos

9- ¿Ha tenido la experiencia de alojarse en un Hotel Boutique?

- Si
- No

9.1- En caso afirmativo ¿Cuál es el grado de satisfacción en el alojamiento en el Hotel boutique? (considerando que 5 es el grado máximo de satisfacción)

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

9.2- En caso negativo ¿Le interesaría alojarse en un Hotel Boutique?

- Si
- No

10- En el caso de estar alojado en el barrio de San Telmo ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la oferta hotelera en el barrio?(considerando que 5 es el grado máximo de satisfacción)

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

11- ¿Por qué?

Tu respuesta

12- ¿Cuál sería su interés en concurrir a un nuevo estilo de Hotel Boutique especializado en la enseñanza de la historia y la cultura de los principales atractivos a visitar de los barrios de Buenos Aires?

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

13- ¿Cuántos días se alojaría en un Hotel Boutique que brinde un programa de visita y de enseñanza de la historia y la cultura de los principales atractivos de los barrios de Buenos Aires?

- 1 a 2 Noches
- 3 a 4 Noches
- 5 a 6 Noches
- 7 o más Noches

14-¿Qué atractivos le interesaría conocer, teniendo en cuenta aspectos históricos y culturales de la Ciudad?

Texto de respuesta larga

Muchas gracias por su tiempo

Entrevistas

La entrevista según indica Sabino, (1992) “desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación” (p.116).

El formato de entrevista utilizado es semiestructurada pues tiene como objetivo conocer la opinión del informante clave y en la misma se incluirán preguntas abiertas, en las cuales el entrevistado puede expresarse con total libertad.

Sabino (1992) afirma que “una entrevista semiestructurada (no estructurada o no formalizada) es aquella en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas (p.18).

Las mismas fueron realizadas a través de mail, debido a la disponibilidad de los entrevistados.

Informantes claves

Con el fin de recabar información, se indagará como informante clave a través de una entrevista, a Diana Moschini, Gerente General de Hotel Feir's Park; a Mario Duarte, Gerente de Hostel Suites Florida; a Noelia Patti, propietaria de la Agencia de Turismo "Flor de Viaje"; y a Mercedes Fresno, coordinadora de Operación directa en Almundo.com. Es decir, un total de 4 personas, de las cuales dos personas trabajan en el rubro hotelero y dos personas en el sector de turismo.

Debajo se presenta el modelo de entrevista y luego se podrán observar las respuestas de cada integrante junto a una conclusión general.

Entrevista Hotel Boutique Escuela

Buenos días/Buenas tardes soy Valeria Di Rienzo, estudiante de la carrera Licenciatura en Hotelería de la Universidad Abierta Interamericana y estoy realizando una investigación acerca de intereses y motivaciones de los turistas en los Hoteles Boutique.
Muchas gracias por su colaboración.

*Obligatorio

Nombre *

Tu respuesta

Cargo

Tu respuesta

Empresa / Institución

Tu respuesta

1-¿Cuál es el perfil de los turistas que se alojan en el establecimiento?

Tu respuesta

2-¿Cuál es la estadía media de los turistas extranjeros y de los nacionales?

Tu respuesta

3-¿Cuánto cree que incide la oferta cultural de la Ciudad de Buenos Aires en la decisión de viaje?

Tu respuesta

4-¿Cuáles son las actividades a realizar en la Ciudad, más vendidas a los turistas extranjeros y nacionales?

Tu respuesta

5-¿Cuál es la principal ocupación de los turistas extranjeros que se alojan en el Hotel?

Tu respuesta

6-¿Cuál es el lugar de procedencia de los turistas extranjeros alojados en el Hotel?

Tu respuesta

7-¿Qué barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires elijen para visitar?

Tu respuesta

8-¿Qué aspectos históricos culturales le interesa a los turistas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

Tu respuesta

9-¿Que opina usted sobre la viabilidad de la apertura de un Hotel Boutique escuela, especializado en la enseñanza de la historia y los atractivos culturales de la Ciudad, para su posterior visita?

Tu respuesta

Muchas gracias por su respuesta

CAPÍTULO V – PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

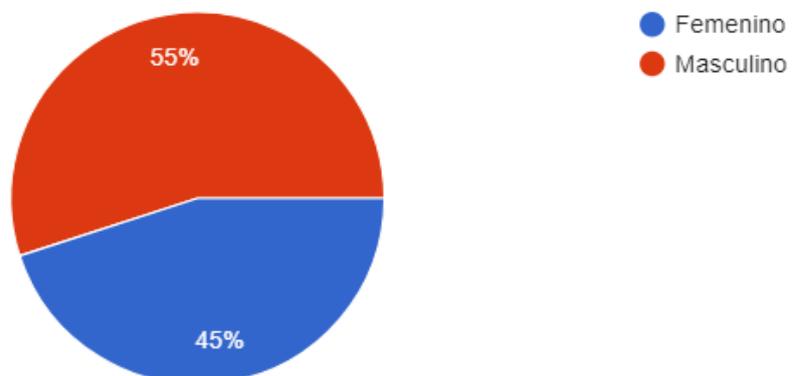
Análisis de la información de los datos relevados: Encuestas

Los datos recabados y analizados son producto de la muestra tomada en base a 60 turistas en el barrio de San Telmo en el mes de marzo de 2018, los cuales fueron encuestados en forma personal.

A continuación, se analizan los resultados obtenidos y representados automáticamente por la aplicación de Google "Google Form".

1- Indique su sexo

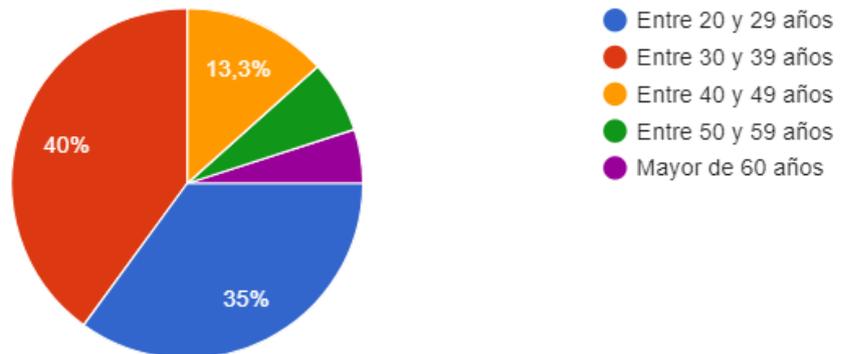
60 respuestas



Se puede observar que, sobre el total de muestras realizadas de 60 personas, un 55% son de sexo masculino y 45% femenino, lo cual destaca una mayor presencia de turistas masculinos en el barrio.

2- Indique el grupo de edad al que pertenece

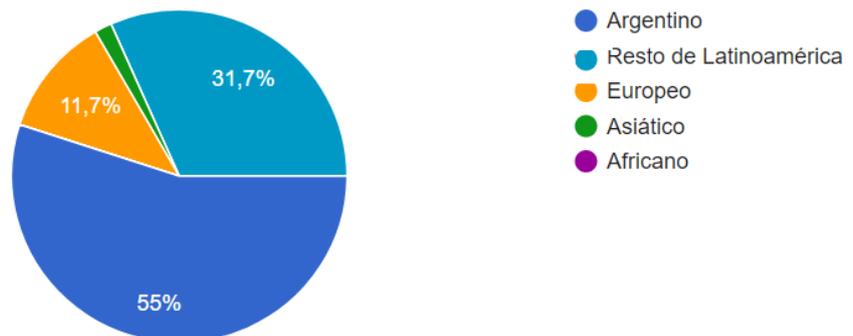
60 respuestas



Respecto al rango etario de cada uno, se observa una destacada proporción de un 40% de personas que oscilan entre los 30 y los 39 años, seguido por un 35% de personas que tienen entre 20 y 29 años y entre 40 y 60 años el porcentaje restante.

3- Indique su nacionalidad

60 respuestas

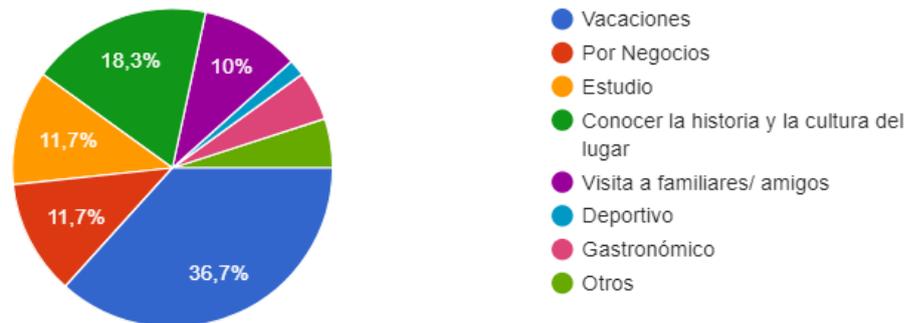


Mayoritariamente los turistas encuestados son de nacionalidad argentina, es decir, un 55% y un 31.7% son del resto de Latinoamérica, seguido por un 11.7% proveniente de

Europa. Con lo cual San Telmo es una gran atracción para los turistas locales, superando a los visitantes extranjeros.

4- ¿Cuál es el motivo principal de su visita a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

60 respuestas

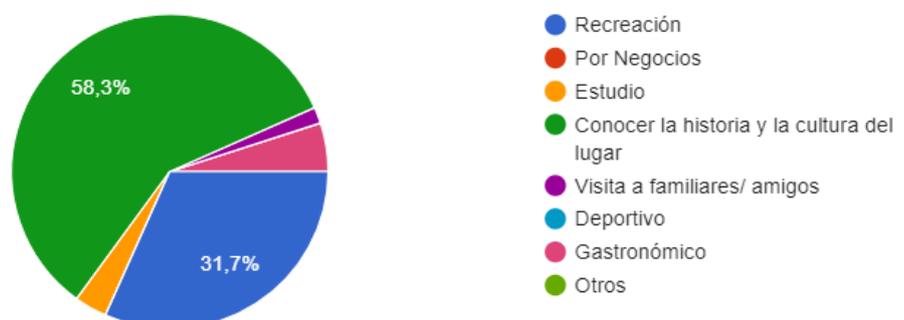


Entre las opciones disponibles que se les ofreció a las personas encuestadas, se puede observar que el motivo principal de la visita a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es por vacaciones, con un 36.7% sobre el total de los encuestados, seguido por los turistas que optan por la ciudad con el fin de conocer su historia y su cultura, con un 18.3%, un 11.7% por negocios y estudios y, por último, un 10.6% para visitar familiares/ amigos.

Con lo cual la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es un lugar elegido para pasar las vacaciones y conocer la historia y la cultura de dicha ciudad.

5- ¿Cuál es el motivo principal de su visita al barrio de San Telmo?

60 respuestas

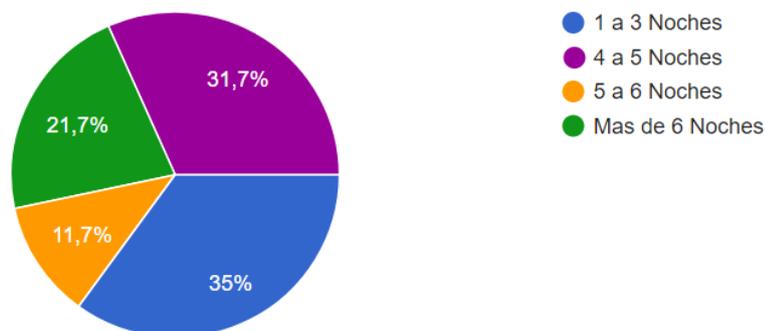


Entre las opciones disponibles que se ofrecieron a las personas encuestadas, se puede observar que el motivo principal de la visita al Barrio de San Telmo en un 58.3% es

para conocer la historia y la cultura del lugar, seguido por un 31.7% con fines de recreación. San Telmo es un barrio rico en historia y cultura, por ende, los turistas visitan el lugar con dicho fin.

6- ¿Duración de la estadía?

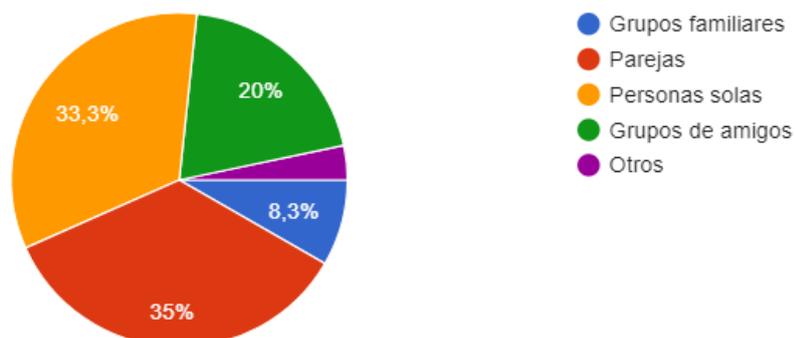
60 respuestas



Mayoritariamente los turistas que se alojan, optan por una estadía que ronda entre 1 a 3 noches, siendo un 35% del total de los encuestados; de 4 a 5 noches, es elegido por un 31.7%; más de 6 noches 21.7% y por último un 11.7% entre 5 a 6 noches.

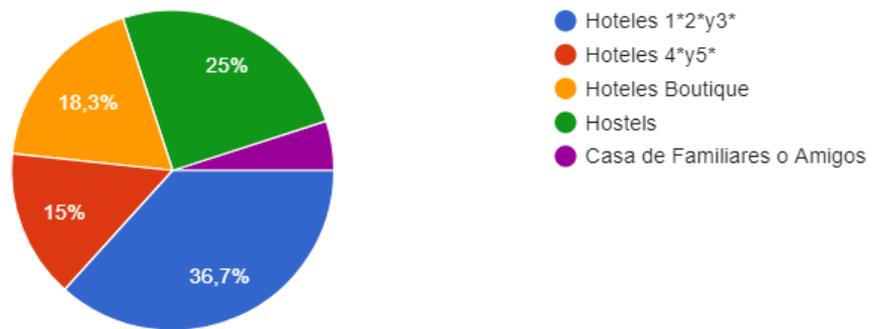
7-¿Con quien realiza el viaje?

60 respuestas



Un gran porcentaje de los encuestados viene con sus parejas de viaje (35%) y como segundo gran porcentaje, son las personas que viajan solas (33.3%). Por otro lado, un 20% viaja con amigos y un 8.3% viene con familiares.

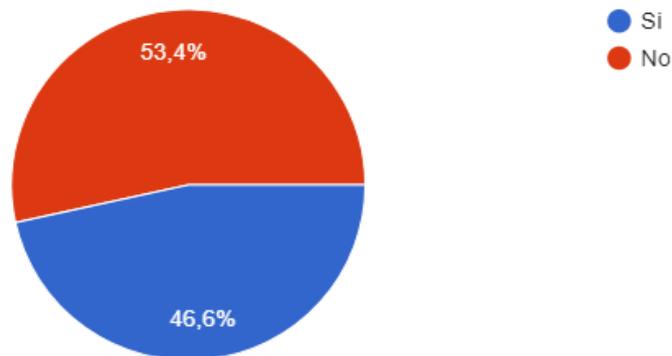
8-¿Tipo de alojamiento optado cuando viene a Buenos Aires?



El alojamiento más optado por los turistas, siendo un 36.7% sobre el total de los encuestados, son los hoteles de 1*2*y 3* estrellas, a su vez los hostels son el segundo tipo de alojamiento más elegido, siendo un 25%, hoteles boutique, en tercer lugar, con un 18.3%, y como últimas opciones, los hoteles 4* y 5* con un 15%.

9- ¿Ha tenido la experiencia de alojarse en un Hotel Boutique?

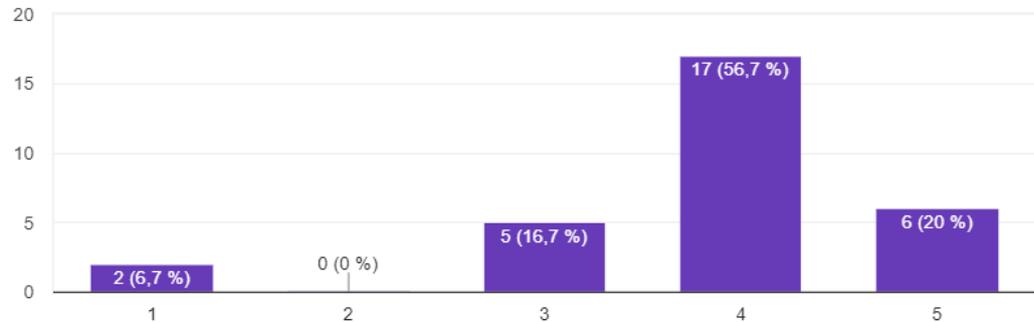
58 respuestas



No todas las personas encuestadas se han alojado en un hotel boutique alguna vez, de hecho un 53.4% dice no haber elegido nunca la opción de Hotel Boutique.

9.1- En caso afirmativo ¿Cuál es el grado de satisfacción en el alojamiento en el Hotel boutique? (considerando que 5 es el grado máximo de satisfacción)

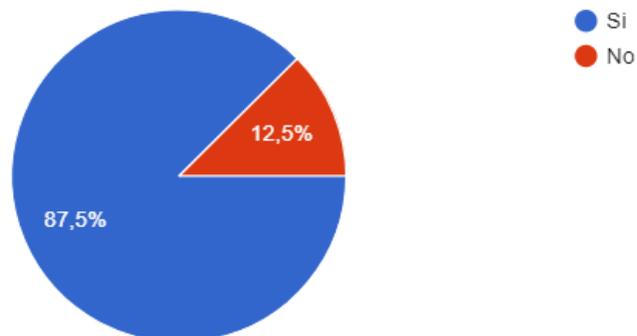
30 respuestas



En función al grado de satisfacción de las personas que sí se han alojado en un Hotel Boutique alguna vez, quienes puntuaron con un cinco, consideran que el grado de satisfacción es de un 20% mientras los que puntuaron con un cuatro representan el 56.7%.

9.2- En caso negativo ¿Le interesaría alojarse en un Hotel Boutique?

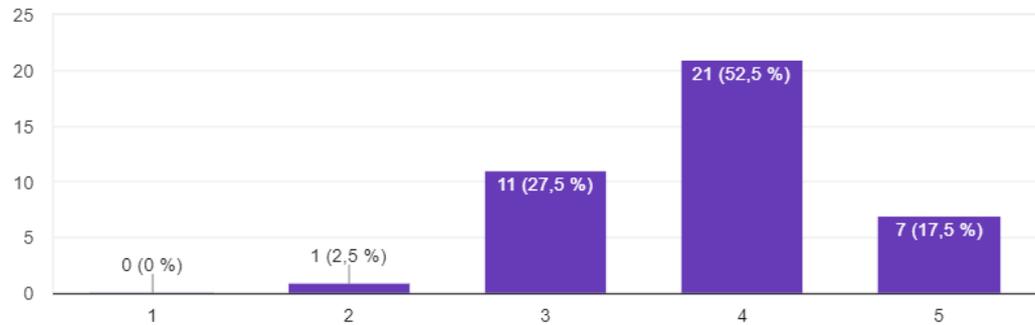
40 respuestas



Un 87.5% de las personas que respondieron que nunca habían experimentado una estadia en un Hotel Boutique, manifestó interés de alojarse en un futuro.

10- En el caso de estar alojado en el barrio de San Telmo ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la oferta hotelera en el barrio? (considerando que 5 es el grado máximo de satisfacción)

40 respuestas



Se advierte que, al consultar respecto del grado de satisfacción sobre la oferta hotelera en el barrio de San Telmo, la gran mayoría respondió con una calificación oscilando entre 3 y 5 puntos, con lo cual es un porcentaje que demuestra un grado elevado de satisfacción.

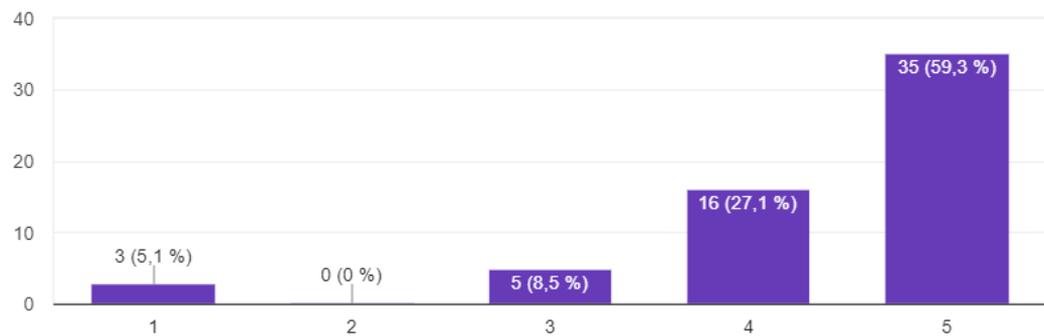
11- ¿Por qué?

36 respuestas

Falta mayor oferta hotelera,más infraestructura. (2)
Por la variedad de opciones (2)
La oferta gastronómica y el transporte
El lugar es pintoresco
La cercanía con lugares turísticos
Buenos servicios
Porque es variada y se encuentra a poca distancia de los puntos de interés
Porque ofrece diversidad en alojamiento
Me gustaría que haya más variedad, más opciones
Por la noche no es muy seguro y no lo avisan en los anuncios, además el hostel donde me hospedo no tiene una persona de seguridad
Los costos elevados
Opción de conocer la historia del barrio
Por variedad y calidad
Porque podría haber más variedad de hoteles a disposición
Variedad moderada
falta infraestructura urbana y espacio para que se pueda desarrollar mas oferta
Hace falta mas oferta
Relación costo- calidad no es buena
Muy buen lugar
Hoteles pequeños, dimensiones pequeñas.
Por atencion
Me gusta la variedad
Me gusta

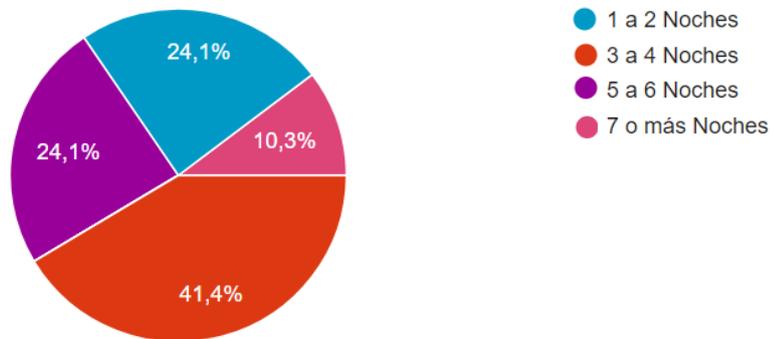
El estilo de los hoteles, son únicos
Hay variedad
Buena atención amabilidad, hospitalidad
Inseguridad y lejos de zonas de moda como Palermo Hollywood
No hay mucha estética ni inversión en los hoteles de san telmo
Cercanía con lugares culturales
Tiene muchos medios de transporte, gastronomía, cultura
Cercanía a lugares de interés
Gastronomía, movida nocturna
Ofrecen todas las comodidades
Es un barrio que tiene mucha oferta hotelera, gastronómica, cultural

12- ¿Cuál sería su interés en concurrir a un nuevo estilo de Hotel Boutique especializado en la enseñanza de la historia y la cultura de los principales atractivos a visitar de los barrios de Buenos Aires?



Al indagar sobre el interés de optar por un nuevo estilo de Hotel Boutique especializado en la enseñanza de la historia y la cultura de los principales atractivos a visitar de los barrios de Buenos Aires, un 8.5% puntuó con un 3, un 27.1% puntuó con un 4 y un 59.3% puntuó con un 5, siendo 5 el mayor grado de interés.

13- ¿Cuántos días se alojaría en un Hotel Boutique que brinde un programa de visita y de enseñanza de la historia y la cultura de los principales atractivos de los barrios de Buenos Aires?



Un 41.4% de los turistas dijo que se alojaría en un Hotel Boutique que brinda un programa de visita y enseñanza de la historia y la cultura de los principales atractivos de los barrios de Buenos Aires de 3 a 4 noches. De 1 a 2 noches un 24.1% al igual que de 5 a 6 noches y solo un 10.3% dijo que optaría por alojarse 7 noches o más.

14-¿Qué atractivos le interesaría conocer, teniendo en cuenta aspectos históricos y culturales de la Ciudad?

59 respuestas

Bares (2)
Ahondar sobre las transformaciones espaciales producidas en San Telmo y alrededores a través del tiempo y las influencias culturales recibidas. También profundizar sobre la convergencia de distintos estilos arquitectónicos, producto de esas influencias culturales europeas. Nada mejor que comprender esas transformaciones que contando con personal especializado que oriente al turista insitu, y en un lugar apropiado para tal fin como un Hotel Boutique de este tipo. (2)
La gastronomía (2)
Museos
Arquitectura
Bares y resto
Museos, lugares gastronómicos, teatros
Lugares gastronómicos, lugares históricos
Lugares histórico
Lugares históricos, lugares gastronómicos, museos
lugares turísticos, museos
Museos, parques, monumentos
Fundación de Buenos Aires, principales sedes de tango, estadios de fútbol y mejores puntos gastronómicos.
Caminito, el cementerio de la Recoleta, Plaza de Mayo, bares emblemáticos de la ciudad.
Los edificios emblemáticos. Casas de gobierno,
Arquitectura, museos
La Boca, Fundación Proa en el mismo barrio, el barrio de Palermo, Puerto Madero, el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, la cancha de River Plate
Teatro Colón
Barrios: La Boca, Recoleta, Palermo, Caballito, calle Corrientes, Ferias de San Telmo
Historia de cada rincón
Tanguerías, bares, museos
Época colonial, invasiones, gastronomía y música
Arte, música
mansiones y la historia de la ciudad su superficie antigua etc
Los barrios más emblemáticos, edificios antiguos
Palacio Barolo
Historia, edificaciones, gente del lugar.
Antigüedades
Bares/gastronomía
La cultura y la gente
La gente del lugar
Su cultura

gastronomía, sociedad, monumentos históricos
Su cultura en general
Bares de tango
Gastronomía y tango
La plaza Lezama, la casa de antigüedades, las callecitas, la feria famosa de antigüedades de los domingos, avenida caseros, Napoles bar, el mercado,
todo lo relacionado a la historia
Quizás recorrida de Bares característicos sin show, solo barra y charla
Caminito, diferentes puntos gastronómicos y centro culturales
Bares, teatros, museos, parques
Museos, arquitectura
Parques, lugares históricos, eventos culturales
museos
Bares, resto, eventos culturales
Museos, arquitectura, historia
Historia, museos, arquitectura
Actividades culturales
Gastronomía, tango, museos
Museos, casas históricas
historia y cultura
Lugares culturales
La cultura
Cultura, gastronomía, historia
Historia y cultura

Por lo que se puede observar las personas optaron por elecciones de actividades culturales e históricas como ser visita a museos, lugares culturales, festivales de tango, barrios históricos como Caminito, en La Boca, y Recoleta, además de gastronomía.

Conclusión General de las encuestas realizadas

A modo de conclusión se puede observar que las personas que se encontraban en el barrio de San Telmo al momento de la realización de la encuesta son casi en igualdad de proporción hombres y mujeres, siendo un 5% más turistas hombres. Por otra parte, el rango etario oscila entre los 20 y 40 años que viajan en pareja o solos la mayor proporción. Una gran cantidad de turistas son locales, seguidos por extranjeros provenientes del resto de Latinoamérica que eligen la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para pasar sus vacaciones y en particular el barrio de San Telmo por su riqueza

cultural e histórica, alojándose mayoritariamente en hoteles 1,2 y 3 estrellas, hostels y Hoteles Boutique quienes vienen de vacaciones, y hoteles de 4 y 5 estrellas quienes vienen por negocios. De los 60 encuestados más de la mitad dice no haber tenido experiencia en el segmento de alojamiento de hotel boutique sin embargo les interesaría en un futuro alojarse en uno. Con respecto al grado de satisfacción de la oferta del barrio de San Telmo, es alto, y al indagar los motivos muchas personas expresaron que desde dicho barrio pueden tener fácil acceso a diferentes puntos de interés, además de poder contar con variedad de oferta gastronómica y diversidad de actividades culturales. Sin embargo, dicen que la diversidad respecto a la hotelería propuesta es escasa y que por las noches no lo encuentran como un lugar seguro. Finalmente se observó que hay un alto grado de interés por alojarse y ser parte del programa brindado en el Hotel Boutique Temático propuesto, ya que les atrae la idea de conocer de una manera más profunda sobre la historia y la cultura de los principales atractivos de los barrios porteños, pero se alojarían de 3 a 4 noches y algunos hasta 6 noches. Los atractivos que más le interesan que formen parte del programa brindado son visitas a teatros, museos, bares, estadios de fútbol, ferias, tanguerías y lugares en general donde puedan ver arte, música, cultura, historia y arquitectura.

Análisis de la información de los datos relevados: Entrevistas

Nombre

Diana Moschini
Mario Duarte
Noelia Patti
Mercedes Fresno

Cargo

4 respuestas

General Manager
Gerente
Directora- Dueña
Coordinadora de Operacion Directa

Empresa / Institución

4 respuestas

Feirs Park Hotel
Hostel Suites
Flor de Viaje
El Tennis Pinamar - Al mundo.com

1-¿Cuál es el perfil de los turistas que se alojan en el establecimiento?

4 respuestas

70% corporativo, 30% tour & travel

Jóvenes y estudiantes de 25 a 35 años

Turismo emisor 90%, 10% receptivo el cual es mas que nada corporativo

ABC1

2-¿Cuál es la estadía media de los turistas extranjeros y de los nacionales?

4 respuestas

extranjeros, 3 días, nacionales 1,5 días

Extranjeros 2.9 noches
Nacionales 4.5 noches

extranjero 3- 5 días (buenos aires)

3.5 noches

3-¿Cuánto cree que incide la oferta cultural de la Ciudad de Buenos Aires en la decisión de viaje?

4 respuestas

creo que incide en un 50% muchos se quedan en buenos aires por que tienen conexiones con otras ciudades que visitan, otros por negocios y los turistas que se alojan en nuestro hotel disfrutan de la oferta cultural

un poco

muchisimo

Al estar ubicado en un destino de playa, y una ciudad pequeña, la oferta cultural no incide en la decision del viaje.

4-¿Cuáles son las actividades a realizar en la Ciudad, más vendidas a los turistas extranjeros y nacionales?

4 respuestas

tigre, city tour, show de tangos

Extranjeros: City Tour, Show de Tango, Nightlife
Nacionales: Tigre Tour; Teatros

city tour, tango, teatros, gastronomia, futbol

Cabalgatas - estadias en balneario- alquiler de cuatriciclos

5-¿Cuál es la principal ocupación de los turistas extranjeros que se alojan en el Hotel?

4 respuestas

Opción 1 (3)

empresarios que residen en Argentina

6-¿Cuál es el lugar de procedencia de los turistas extranjeros alojados en el Hotel?

4 respuestas

europa, EEUU, Chile, Uruguay, Paraguay, Brasil

Brasil, Uruguay, Colombia; Francia,

esta respuesta no puedo hacerla porque no tengo un volumen alto de turistas extranjeros

España- Chile- Uruguay

7-¿Qué barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires elijen para visitar?

4 respuestas

San Telmo, Palermo, Recoleta, La Boca

Recoleta
San Nicolas
San Telmo
Palermo

palermo, centro, la boca, san telmo

N/S

8-¿Qué aspectos históricos culturales le interesa a los turistas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

4 respuestas

museos, la historia, manzana de las Luces, futbol, polo, experiencias gauchas

Inmigración de Europea
Evita Peron
Historia y personajes del Cementerio de la Recoleta
Historia del Futbol Clubes y Clasicos

tango, inmigracion, poitica

Tango

9-¿Que opina usted sobre la viabilidad de la apertura de un Hotel Boutique escuela, especializado en la enseñanza de la historia y los atractivos culturales de la Ciudad, para su posterior visita?

4 respuestas

creo que podria funcionar ya que no creo que haya un hotel que se ocupe de ese nicho que podría ser interesante sobre todo para nuestros huéspedes europeos, creo que ahora esta por abrir un hotel pequeño que esta cerca de las manzanas de las luces que muestra parte de la historia arquitectónica de la ciudad y muestras de arte local.

Es una propuesta muy interesante para un segmento pequeño.

me parece excelente

Es una propuesta novedosa e interesante que puede sumar valor y cultura a la oferta hotelera y a la sociedad.

Muchas gracias por su respuesta

Conclusión General de las entrevistas realizadas

En primer lugar se aclara que la pregunta número nueve, hace referencia a un Hotel Boutique Escuela, *pues se había comenzado el Trabajo Final de Grado desarrollando un Estudio de Mercado para evaluar la viabilidad de un hotel que se enfocara en la enseñanza, luego al arribar a la conclusión que la temática no era la apropiada, se modificó el enfoque del Estudio de Mercado, para dirigirlo a un Hotel Boutique Temático.*

En dichas entrevistas llevadas a cabo se puede observar que quienes trabajan en el sector hotelero, es decir Diana Moschini como Gerente General de un Hotel 5 estrellas y Mario Duarte como Gerente de Hostel Suites sede Florida ambos coinciden en que el promedio de días de estadía de los turistas extranjeros que se alojan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es de 3 noches, que las actividades más requeridas son los city tours, los shows de tango y la visita a Tigre y que los barrios más elegidos para visitar son San Telmo, Palermo y Recoleta donde los aspectos históricos y culturales que más les interesa a los turistas son los museos, la historia y los partidos clásicos del fútbol, la historia y personajes del Cementerio de Recoleta, la Manzana de las Luces, el

Museo Evita Perón y la influencia de la inmigración europea. Para finalizar ambos creen que la propuesta del Hotel Boutique temático especializado en la enseñanza de la historia y los atractivos culturales de la Ciudad para su posterior visita, es interesante y podría funcionar.

Por otro lado quienes trabajan en el sector turístico, es decir Noelia Patti, como dueña de una agencia de viajes y Mercedes Fresno como Coordinadora de Operaciones en Almundo, coinciden que la estadía promedio de los turistas extranjeros y nacionales es de 3 a 5 noches, que las actividades que histórico culturales que más les interesa es el tango y la propuesta del hotel boutique temático la encuentran novedosa e interesante. A su vez Noelia, opina que la oferta cultural de la Ciudad de Buenos Aires incide mucho en la decisión de viaje de los turistas y que las actividades a realizar en la ciudad que más vende es el city tour, la visita a shows de tango, teatros, partidos de fútbol y puntos de interés gastronómico, por otro lado, Noelia dice que los barrios que más les interesa visitar son Palermo, Microcentro, La Boca y San Telmo. Finalmente, Mercedes no pudo dar respuestas en estos puntos pues, ella ejerce como Coordinadora en Almundo que se dedica a la venta de un Hotel que está ubicado en la costa, es decir en Pinamar.

CAPÍTULO VI

Conclusiones

Para comenzar cabe aclarar que el Trabajo Final de Grado en principio comenzó como un Hotel Boutique Escuela, que luego de haber investigado se llegó a la conclusión que el mismo no era adecuado. Por ende el Hotel se enfocó en un concepto temático referido a los atractivos históricos y culturales, en el barrio de San Telmo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La Ciudad de Buenos Aires es un destino turístico urbano, centrado en su oferta cultural, tanto por la calidad y variedad de su patrimonio como por los eventos y actividades que anualmente se llevan adelante. El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires diagramó como principal estrategia el desarrollo de eventos calendarizados y productos que diversifiquen la oferta tradicional, incluyendo nuevos espacios y actividades vinculadas al turismo cultural.

Según informa el Observatorio, durante los últimos años el turismo nacional continuó creciendo debido a la política de feriados y la expansión del mercado interno. Las

perspectivas muestran una dinámica favorable para el turismo en la Ciudad de Buenos Aires. Por un lado, las proyecciones muestran la recuperación y el crecimiento del turismo internacional en la Ciudad, sostenidas en un plan integral de crecimiento turístico: mayor conectividad aérea internacional, devolución del IVA a turistas extranjeros por servicios de alojamiento, el festival y campeonato mundial de tango, los avances tecnológicos que permiten una globalización en cuanto a la promoción de las ofertas culturales del país al extranjero y el desarrollo de una estrategia de comunicación y promoción más eficientes. Las recientes medidas con respecto al cambio relación dólar – euro versus el peso que permite una competitividad en cuanto a los precios para los turistas extranjeros.

Así mismo, en función del problema y los objetivos planteados se puede observar que los aspectos históricos culturales que les interesan a los turistas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires son: los nuevos circuitos culturales (Papa Francisco); la gran oferta cultural respecto de los festivales de jazz, teatro, cine, la feria del libro, Teatro Colón, fútbol, tenis; la oferta educativa, por el acceso a universidades públicas y-o privadas de alto nivel académico; la oferta gastronómica, que abarca desde comida nativa, étnica hasta internacional, (esto también incluye a los renombrados vinos).

Tal como indica el Observatorio de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires en base al INDEC, la actividad turística se presenta como la sexta en importancia en la creación de valor agregado dentro del ámbito de la ciudad, siendo más importante que otras actividades tradicionales como la construcción, los servicios de salud y los servicios educativos, entre otros.

La ciudad se ha posicionado como uno de los destinos turísticos más importantes dentro de la región y del país. Así, el segmento turístico ha llegado a presentar una relevancia significativa dentro de la esfera económica de la misma.

Sin embargo, lo que se afirmó en la Introducción con respecto a la duración del programa, que habría tenido una duración de una semana, luego de los resultados de las encuestas y las entrevistas con respecto a la estadía promedio, sería más atractivo que el programa brindado tuviera una duración de 4 noches y con un desayuno de festejo por la finalización del mismo. Asimismo, se planteó una descripción inicial de las actividades a realizar, otro aspecto que se tomó en cuenta es, quiénes pueden participar en las actividades que se ofrecerían, entonces se flexibilizó la oferta propuesta de

alternativas incluyendo tanto a los huéspedes alojados, como aquellos que desearían participar exclusivamente en las mismas, a fin de poder maximizar la posibilidad de captar huéspedes potenciales que opten por el producto expuesto.

Tal como indica Diana Moschini, Gerente General de un hotel 5 estrellas localizado en Retiro, “Creo que podría funcionar, ya que no creo que haya un hotel que se ocupe de ese nicho que podría ser interesante sobre todo para nuestros huéspedes europeos” o Mercedes Fresco, Coordinadora de Operaciones en Almundo “Es una propuesta novedosa e interesante que puede sumar valor y cultura a la oferta Hotelera y a la sociedad”.

Por todo lo expuesto y de acuerdo con lo visto en el Marco Teórico referente al turismo cultural, teniendo en cuenta la importancia y el rol que ocupa la cultura y la historia que ofrece la ciudad en cuanto a la atracción de turistas tanto nacionales como extranjeros; y considerando las opiniones que los potenciales huéspedes dieron en las encuestas realizadas, las entrevistas llevadas a cabo a los informantes claves seleccionados y la falta de un producto actual que satisfaga esta potencial demanda e interés, la apertura de un Hotel Boutique Temático en atractivos históricos y culturales en el barrio de San Telmo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es posible, desde el punto de vista del mercado. Ello corrobora lo afirmado en la hipótesis. Resulta de interés la creación de un hotel innovador que se destaque en el rubro hotelero como un producto diferenciador que aprovecha la riqueza de la ciudad y la brinda a los turistas de una manera personalizada, con el objetivo de transmitir la identidad de dicha metrópoli.

Recomendaciones

Tal como se indicó en la introducción, en el Trabajo Final de Grado, al ser un Estudio de Mercado, sólo se presentan los datos correspondientes a dicho estudio, por ende se harán las recomendaciones pertinentes para que en un futuro, quien esté interesado en llevar a cabo el proyecto pueda continuar el mismo realizando un Estudio definitivo de Factibilidad y así poder determinar la viabilidad económica del Hotel Boutique Temático propuesto.

Según indica el autor Hernández Díaz Edgar Alfonso (1996) “el esquema formal de un estudio definitivo de factibilidad es:

- Presentación general del estudio definitivo de factibilidad.
- Resumen e introducción técnica del estudio definitivo.
- Análisis o Estudio de Mercado.
- Análisis o estudio técnico.
- Análisis o estudio financiero.
- Estudio complementario.
- Evaluación financiera y socioeconómica”. (p.49)

Hernández Díaz Edgar Alfonso es el autor seleccionado para profundizar y desarrollar los pasos a seguir.

1. **Presentación del estudio general;** “Todo estudio definitivo de factibilidad requiere un pequeño apartado inicial que permita comprender a quien lo lee o analiza, cuál es el origen del mismo, que inversión pretende justificar, cuáles son los promotores de esta última y qué tramites cursará para lograr la ejecución y operación de la empresa que lo generó” (p.50)

Los tres objetivos específicos a cubrir en una presentación de estudio definitivo son:

- Presentar el proyecto
 - Facilitar los trámites y negociaciones para la realización de la obra en estudio
 - Presentar las características y cualidades administrativas, financieras y técnicas de la(s) entidad(es) responsable(s) del proyecto en sus fases preoperativas y operativas.
2. **Estudio de Mercado:** *Estudio desarrollado en el Trabajo Final de Grado expuesto. Cabe aclarar que el mismo servirá como fuente de información tanto para el estudio técnico como para el estudio financiero.*
 3. **Estudio Técnico:** “el objetivo central es definir las características de la futura empresa y de los productos que pondrá en el mercado. Para ello, sus áreas de análisis se concentrarán en seis campos que son:
 - ✓ Localización

- ✓ Programa arquitectónico
 - ✓ Dimensionamiento
 - ✓ Diseño
 - ✓ Costeo de obras
 - ✓ Calendarización de inversiones de activos. (p.75)
4. **Estudio Financiero:** “El análisis financiero actúa dentro de un estudio de preinversión como un sintetizador, concentrando de manera cuantitativa las principales conclusiones logradas durante el análisis de mercado y el técnico arquitectónico. Del primero recoge, principalmente, los datos relativos a la cantidad de demanda que cabría satisfacer mediante la inversión durante un cierto período, así como los precios y tarifas adecuados, en función de las posibilidades que demuestre la competencia y los futuros consumidores. En cuanto al estudio técnico, las variables de mayor trascendencia para la elaboración del estudio financiero se refieren tanto al monto de inversión en terrenos y construcciones como a calendario de obras y a las condicionantes de localización y dimensionamiento. Estas últimas influyen en los otros rubros de inversión (como equipos, mobiliarios, etc) y en el establecimiento de los costos y gastos preoperativos. Los apartados básicos para la elaboración de un estudio financiero son seis: 1. Presupuesto de inversiones 2. Calendario de inversiones 3. Estructura de capital 4. Pronóstico de ingresos 5. pronóstico de costos y gastos operacionales 6. Análisis de la posición financiera esperada: será necesario trabajar con instrumentos contables y financieros. En materia de proyectos se trabaja con: 1. El estado de resultado proforma 2. El balance proforma 3. El estado de cambio en situación financiera 4. El estado de origen y aplicación de fondos proforma 5. El flujo de caja (“cash flow”) proforma 6. El sistema de punto de equilibrio 7. Las razones o ratios financieros. (p.80)
5. **Estudio complementario:** “hace referencia a la problemática legal, social, política, cultural y ecológica, que envuelven a cada proyecto o se generan ante la presencia del mismo. Cuando el análisis de factibilidad no alcanza con suficiencia tales aspectos, además de quedar incompleto puede volverse contraproducente y riesgoso, ya que omite renglones capaces de eliminar la realización de las obras”. Los apartados básicos para la elaboración de un

estudio complementario son: 1. Problemática Legal 2. Problemática social 3. Problemática política 4. Problemática cultural 5. Problemática ecológica. (p.123).

- 6. Evaluación Financiera y socioeconómica de las inversiones:** La evaluación financiera se la conoce también con el nombre de privada, en tanto establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital, al comprometerse en un proyecto específico. En cambio, la evaluación socioeconómica, busca considerar la conveniencia de todos los factores productivos (capital y trabajo) a ser incluidos en el proyecto correspondiente, tomando en cuenta la problemática socioeconómica en la cual se desenvuelven. (p.129).

Para realizar la evaluación financiera se debe elaborar los siguientes estudios: - Valor cronológico del dinero; el cual se sustenta en dos elementos: el riesgo y la utilización rentable del capital - Costo de oportunidad; es decir el costo por no emplearse en la mejor alternativa que deseché ante una decisión – Valor Presente Neto (V.P.N); indicador que nos muestra el monto de beneficios reales que un proyecto aportaría al inversionista privado y contempla tanto el valor cronológico del dinero, como su costo de oportunidad. – Tasa Interna de Retorno (T.I.R); se dice que la TIR es aquella en la cual el VPN es igual a 0, o sea donde los ingresos netos y egresos de inversión se igualan en sus valores actualizados. – Periodo de recuperación; consiste en definir el momento en que la suma de beneficios netos equivale a la suma de inversiones, dependiendo del origen que tenga el capital.

Evaluación Económica Social: Criterios para la evaluación social; - Políticos – tecno económicos – físicos.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Baca Urbina Gabriel. “Evaluación de Proyectos” Ed. Mc Graw Hill, 2001
- Hernández Díaz Edgar Alfonso. “Proyectos Turísticos – Formulación y Evaluación”, tercera reimpression, editorial Trillas, año 1996.
- Hernández Sampieri Roberto, Fernandez Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar. “Metodología de la Investigación” Ed. Mc Graw Hill Interamericana, 1991.
- Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas. “El Marketing de Servicios Profesionales”, Primera Edición. Ed Paidós Ibérica S.A., 2004
- Kotler, Philip y Armstrong Gary. “Mercadotecnia”, 6° Ed Pearson educación, año 2000
- Mendicoa Gloria. “Sobre Tesis y Tesistas. Lecciones de Enseñanza-Aprendizaje”. Ed: Espacio, Buenos Aires, Argentina, 2003
- Ortega Enrique. “Investigación y estrategias turísticas”. Ed Thomson, 2003
- Randall Geoffrey. “Principios de Marketing”, Segunda Edición, Ed Thomson Sapin, 2003
- Sabino Carlos. “El proceso de investigación”, Ed Panapo, 1992
- Víctor Santa María. “El Turismo en la ciudad Autónoma de Buenos Aires”, 2002
- Internet:
- <http://www.buenosaires.gob.ar/laciudad/barrios/santelmo>.
- <http://www.scribd.com/document/2487204/Industrias-Culturales-en-Argentina>.
- <http://www.buenosaires.gob.ar/cultura/observatorio>
- <https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo>