



Observatorio Turístico Ciudad de Buenos Aires Informe Turismo Gastronómico Buenos Aires Market 2013

www.turismo.buenosaires.gob.ar @/buenosairesturismo



Buenos Aires Ciudad

EN TODO ESTÁS VOS

Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Ing. Mauricio Macri

Ministro de Cultura y Turismo

Ing. Hernán Lombardi

Directora Ejecutiva del Ente de Turismo

Lic. Patricia Pécora

Directora General de Investigación y Observatorio Turístico

Lic. Mónica Kapusta

Gerencia Operativa de Investigación Turística

Lic. María Cecilia de Salterain

Asistentes Técnicos

Lic. Rocha Florencia

Lic. Ricardo Latorre

Colaboradores y asistentes

Lic. Marta Pattin

Lic. María Inés Harrison

Téc. Sofía Pelaia

Silvana Cavallo

Índice

1. Introducción.....	4
1.1 Objetivo	4
1.2 Ficha Técnica.....	4
2. Resumen Ejecutivo	5
3. Resultados	7
3.1 Lugar de Residencia.....	7
3.2 Grupo familiar.....	9
3.3 Conoce Buenos Aires Market.....	9
3.4 Primera vez en la feria	10
3.5 Fuente de información	10
3.6 Lo que más gusta.....	11
3.7 Lo que menos gusta	11
3.8 Compras.....	12
3.9 Sectores gastronómicos.....	13
3.10 Cocinas de preferencia.....	15
3.11 Consumo.....	16
3.12 Frecuencia de consumo	18
3.13 Polo gastronómico	18
3.14 Comparación nivel gastronómico	19
3.15 Calificación	19
3.16 Perfil.....	20
4. Cortes Etarios	22
4.1 Edad por circuito gastronómico de preferencia.....	22
4.2 Frecuencia de consumo.....	23
4.3 Comparación de nivel gastronómico.....	24

1. Introducción

Buenos Aires Market se posiciona como un imperdible de la oferta gastronómica de la Ciudad de Buenos Aires. Durante 2013 se llevaron a cabo 9 ediciones, la última de ellas se instaló en Barrancas de Belgrano y reunió 30 mil personas, superando el promedio de 20 mil visitantes por fecha que había alcanzado en 2012.

Esta feria itinerante de alimentos saludables se transformó en un paseo para personas de todas las edades interesadas en la vida sana. Ofrece, además de talleres y clases de cocina, la posibilidad de almorzar o merendar en mesas comunitarias, con platos diversos (raw food, slow food, macrobióticos, orgánicos, veganos y gourmets) especialmente preparados para comer al paso y disfrutar de un mercado al aire libre, cada mes en un barrio diferente de la Ciudad.

1.1 Objetivo

El presente informe elaborado por el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires tiene como objetivo conocer el perfil y hábitos de consumo gastronómico de los asistentes (residentes y turistas) a “Buenos Aires Market”.

1.2 Ficha Técnica

Tipo de Estudio: cuantitativo

Técnica de abordaje: coincidental en las diferentes sedes donde se realizaron las 9 ediciones de BAMarket.

Lugares de toma: bosques de Palermo (marzo, mayo, julio y agosto), Barrancas de Belgrano (abril, septiembre y noviembre), Caballito (junio) y La Usina del Arte, en La Boca (octubre).

Instrumento de recolección: cuestionario semiestructurado integrado por preguntas abiertas y cerradas.

Tipo de contacto: entrevista personal.

Unidad de análisis: residentes, excursionistas y turistas, nacionales y extranjeros, que visitaron la feria.

Selección de casos: aleatoria.

Universo: residentes de la Ciudad y del Gran Buenos Aires y Turistas nacionales e internacionales que visitaron la feria.

Composición de la muestra: se efectuó un total de 1013 encuestas a los visitantes de la feria, lo que representó un 86,9 % de residentes de la Ciudad y 11,7% proveniente del Gran Buenos Aires; turistas extranjeros 0,8% y nacionales 0,6%.

A los efectos de la investigación, tanto los residentes de la Ciudad como los del Gran Buenos Aires, se presentan de manera conjunta en el análisis.

Los turistas, nacionales y extranjeros, fueron excluidos del análisis por ser mínima su proporción en la muestra.

2. Resumen Ejecutivo

- Se estima que durante el 2013, visitaron la Feria Buenos Aires Market 162.000 personas.
- El 86,9% de los entrevistados correspondió a residentes de la Ciudad de Buenos Aires, el 11,7% a vecinos del Gran Buenos Aires y el 1,4% a turistas extranjeros y nacionales.
- El barrio de residencia más frecuente fue Belgrano (21,2%) y, en segundo lugar, Palermo con el 14,7%.
- El 36,5% de los asistentes concurre a la feria en familia.
- Un 66,7% de los entrevistados manifestó conocer Buenos Aires Market.
- El 57,3% concurre a la feria por primera vez.
- La agenda cultural del Gobierno de la Ciudad fue el medio de información más utilizado para visitar Buenos Aires Market 24,9%.
- Lo que más gusta de Buenos Aires Market, según los entrevistados, son “los productos frescos, naturales y orgánicos (30,4%) y, en segundo lugar, la cocina natural y orgánica (12,6%) que ofrece la feria.
- Lo que disgusta es el poco espacio que hay para circular o acercarse a los puestos (14,3%) debido a la gran cantidad de público que recibe.
- 9 de cada 10 visitantes a la feria consumieron algún producto.
- El circuito gastronómico de mayor preferencia para los entrevistados fue el barrio de Palermo; 634 asistentes a Buenos Aires Market lo ubicaron entre el 1º y 3º puesto.
- El 45,8% de los entrevistados en Buenos Aires Market respondió que la cocina internacional es la de su mayor preferencia, seguida de la italiana (39,1%).
- En relación a sus hábitos de consumo, la cocina Internacional (19,4%) y argentina moderna (13,9%) fueron las más destacadas.
- Acerca de la frecuencia de los entrevistados en “salir a comer fuera del hogar”, el 35,3% respondió que lo hacía una vez por semana.
- Buenos Aires, la Ciudad, es para los visitantes de la feria un polo gastronómico por excelencia (89,3%).
- Al comparar la gastronomía de Buenos Aires con otras ciudades del mundo, Madrid (15,9%) resultó la más recurrente en los dichos de los entrevistados.
- La calificación de la gastronomía de la Ciudad obtuvo en todos los ítems -atención al cliente, originalidad de platos, promociones, relación calidad/precio, ambientación y

limpieza- la valoración de “Satisfecho”, alcanzando valores superiores al 75% en todos los rubros.

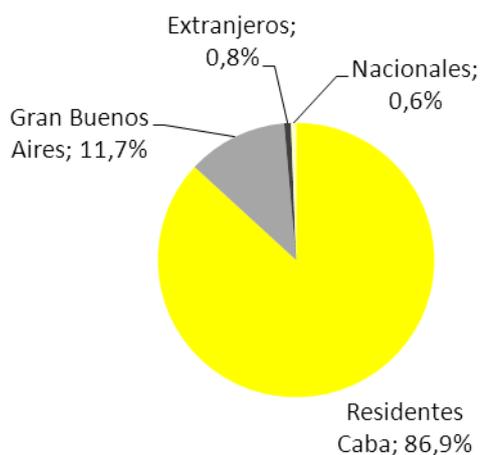
- El perfil sociodemográfico de los entrevistados estuvo representado por “profesionales” (35,8%), el grupo etario más concurrido fue de 36 a 46 años, comprendido por 45,7% de mujeres y 38,3% de hombres.
- Los cortes etario presentaron similitudes en la opción del circuito gastronómico. La frecuencia de consumo fuera del hogar fue mayoritaria para el grupo de 19 a 25 años. La comparación del nivel gastronómico ubicó a Punta del Este como primera para los jóvenes de 19 a 25 años, Río de Janeiro para los de 26 a 35 años y New York para los de 36 a 45.

3. Resultados

3.1 Lugar de Residencia

Se estima que durante el 2013 en las nueve ediciones de la feria Buenos Aires Market, asistieron al menos 162.000 personas. De las cuales, 140.778 eran residentes de la Ciudad, representando el 86,9% del total.

Gráfico 3.1: Distribución de los encuestados según su lugar de residencia habitual- Buenos Aires Market Año 2013.

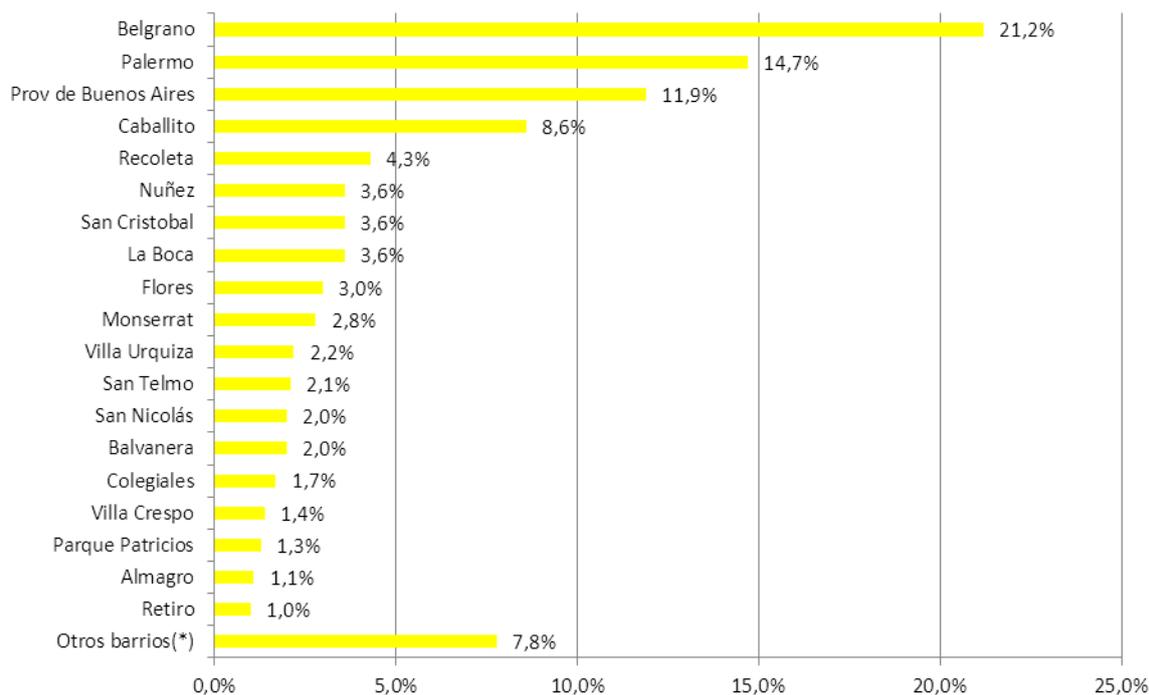


Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Entre los encuestados, el 21,2% declaró tener su residencia en el barrio de Belgrano, seguido de los asistentes residentes en Palermo (14,7%). Cabe destacar que entre los dos barrios, se desarrollaron 7 de las 9 ediciones.

El tercer lugar lo ocuparon los provenientes del Gran Buenos Aires (11,9%). En el gráfico siguiente se detalla la procedencia de los mismos.

Gráfico 3.2. Barrio y lugar de residencia - Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

(*) Otros: Liniers y V. Devoto 0,8% cada uno; Barracas, Boedo y Chacarita 0,7% cada uno respectivamente; Villa Luro, 0,6%, Floresta y Paternal 0,5%; Versailles 0,4%, Saavedra y V. Ortúzar 0,3%, Coghlan, Mataderos, Pompeya, Pto. Madero, V.del Parque y Lugano 0,2% cada uno y Constitución 0,1%

Entre los asistentes provenientes del Gran Buenos Aires, La Zona Oeste fue la más recurrente, representando el 40,3% del total, seguido de Zona Norte (32,8%) y Zona Sur (26,9)%.

El tercer lugar que representó el gran Buenos Aires, aporta una clara idea de la tracción que producen eventos de este tipo que movilizan por su calidad no solo a residentes sino también a excursionistas.

Cuadro 3.1 Lugar de residencia de los Provincia de Buenos Aires - Buenos Aires Market Año 2013

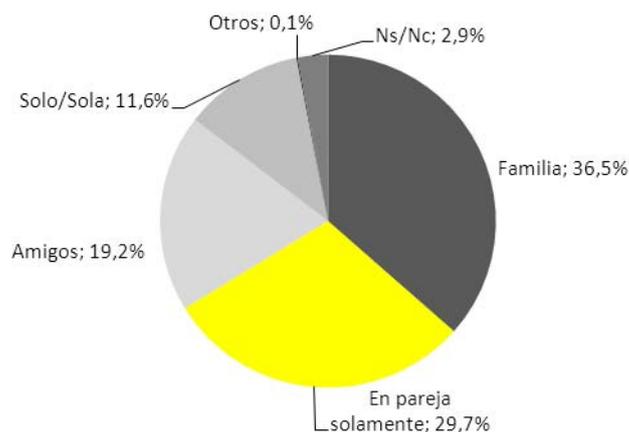
Residencia - Provincia de Buenos Aires	%
Zona Oeste	40,3%
Zona Norte	32,8%
Zona Sur	26,9%
Total	100%

Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.2 Grupo familiar

El 36,5% de los entrevistados asistieron a la feria en familia, seguido de “en pareja solamente” (29,7%), “amigos” (19,2%), “solo/sola” (11,6%) y “otros” (0,1%).

Gráfico 3.3 Composición del grupo - Buenos Aires Market Año 2013

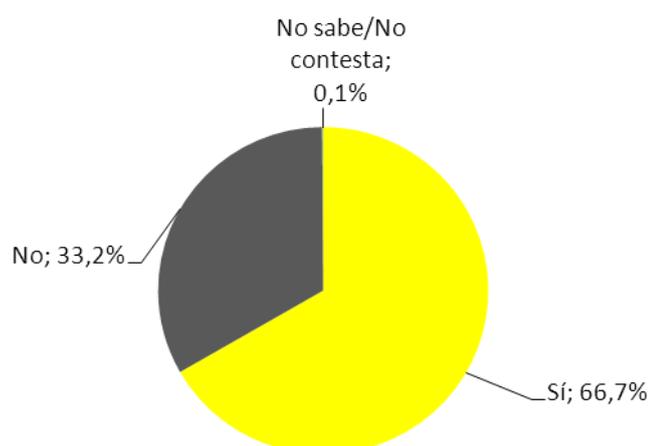


Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.3 Conoce Buenos Aires Market

El 66,7% de los asistentes entrevistados, tenía conocimiento de la existencia de la feria.

Gráfico 3.4 Conoce la feria - Buenos Aires Market Año 2013

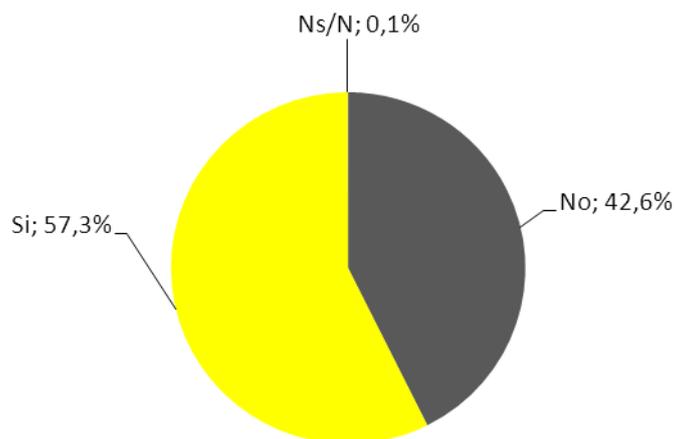


Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.4 Primera vez en la feria

Si bien el 66,7% de los entrevistados conocía la feria, el 57,3% asistía por primera vez a la misma. Es de suponer que los asistentes esperaban visitarla cuando la feria se realizara en cercanías de su residencia.

Gráfico 3.5 Es la primera vez que asiste a la feria - Buenos Aires Market Año 2013

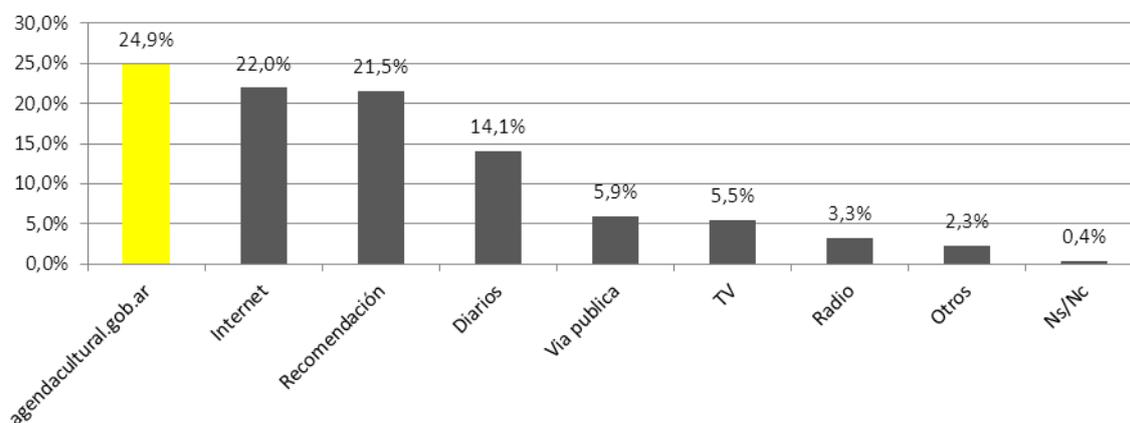


Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.5 Fuente de información

La principal fuente de información de la feria fueron los medios de comunicación digitales que alcanzaron casi el 50% de las respuestas. Desagregando los mismos, la agendacultural.gob.ar aportó el 24,9%, seguido de internet en su conjunto con un 22%.

Gráfico 3.6 Fuentes de información para asistir a la feria - Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.6 Lo que más gusta

Ante la consulta a los asistentes de destacar lo que más le gusta o disfruta de la feria, el 30,4% afirmó que fueron los “productos frescos, naturales y orgánicos”; seguido del tipo de cocina que ofrece la feria “natural y orgánica” (12,6%).

Cuadro 3.2 Lo que más le gusta de la feria – Buenos Aires Market Año 2013

Lo que más le gusta	% (*)
Los productos frescos, naturales y orgánicos	30,4%
La cocina natural y orgánica (vegetariana y vegana)	12,6%
La propuesta	9,9%
Conocer nuevas preparaciones más sanas	8,3%
Todo	7,3%
Degustar nuevos sabores diferentes	6,9%
Conocer y comprar nuevos productos artesanales	4,0%
Que se realiza al aire libre	3,3%
La variedad	3,3%
Las actividades, charlas y clases de cocina	2,2%
Buenos precios	1,9%
El ambiente familiar	1,8%
La organización	0,8%
Que es gratis	0,6%
La importancia del reciclado	0,5%
La limpieza	0,3%
Conocer nuevos productores	0,3%
Buena atención	0,2%
Ns/Nc	10,5%

(*) Respuesta múltiple

Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.7 Lo que menos gusta

Así como se consultó sobre lo mejor, del mismo modo se pidió a los entrevistados declarar su opinión sobre lo que menos gusta o disfruta de la feria. “Demasiada gente en poco espacio” (14,3%) resultó lo que menos gusta. Siendo casi el único ítem, ya que el segundo punto fue “nada me disgusta” (1,7%).

Cuadro 3.3 Lo que más le disgusta de la feria - Buenos Aires Market Año 2013

Lo que menos le gusta	%
Demasiada gente en poco espacio	14,3%
Nada	1,7%
La organización	1,6%
Comida al sol/faltan sombrillas/tachos de basura	0,8%
Los productos son caros	0,7%
Otro tipo de comida	0,4%
Música fuerte	0,1%
Ns/Nc	2,1%
Total	100%

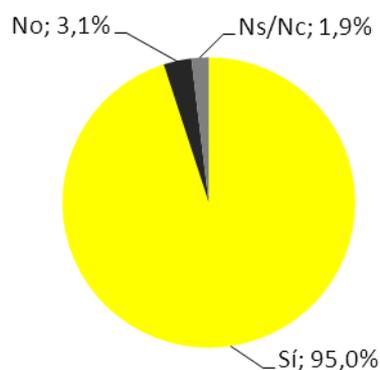
(*) Respuesta múltiple

Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.8 Compras

El 95% de las personas que visitaron la feria adquirieron algún producto de la misma.

Gráfico 3.7 Adquirió algún producto de la feria - Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.9 Sectores gastronómicos

Respecto a los circuitos gastronómicos que integran la Ciudad, se les pidió a los entrevistados que ubicaran según sus preferencias los 3 primeros, enumerándolos del 1º al 3º puesto. Consecuencia de ello son los cuadros que vemos a continuación.

El primero nos da un estado de situación de cómo se ubican los circuitos respecto al barrio y/o localidad donde se desarrollan.

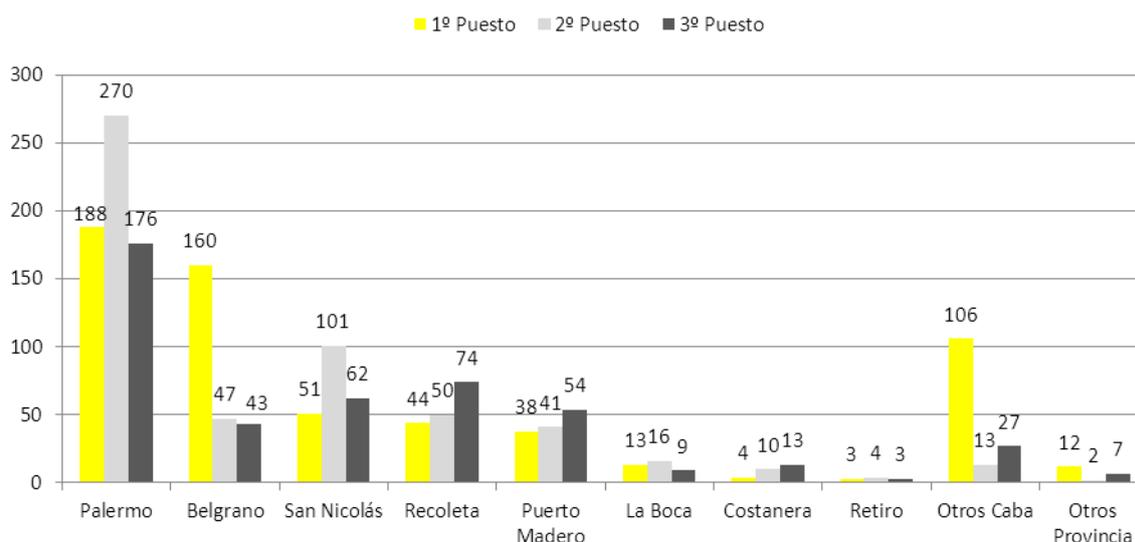
Es así que el barrio de Palermo, claramente es el preferido por la mayoría de los entrevistados, 188 personas lo ubicaron en primer lugar, 270 en segundo y 176 en tercero; sumando un total de 634 votos, sobre 999 entrevistados. Cabe recordar que 4 de las 9 ediciones se realizaron en el barrio de Palermo - ver ficha técnica, pág. 4 -, como así también casi el 15% de los entrevistados reside en el barrio de Palermo - ver gráfico 2, pág 8 -.

Otro dato a destacar sobre Palermo es que el mismo está conformado por 3 circuitos gastronómicos reconocidos: Palermo Soho obtuvo 277 votos (1º: 106, 2º: 90 y 3º: 81); Palermo Hollywood 201 votos (1º:63, 2º: 99 y 3º:39) y por último Las Cañitas 156 (1º:19,2º:81 y 3º: 59).

El segundo barrio mejor ubicado fue Belgrano (250 votos), con una clara preferencia por el primer lugar 160, segundo 47 y tercero 43.

En tercer lugar se ubicó San Nicolás, que al igual que Palermo, presenta diversos circuitos y/o áreas gastronómicas dentro del mismo. Se distinguieron, según los votantes: Microcentro (1º:38, 2º:81, 3º:49), Corrientes/Obelisco (1º: 12, 2º:18 y 3º:11) y Tribunales (1º:1, 2º:2 y 3º:2); conformando un total de 214 votos.

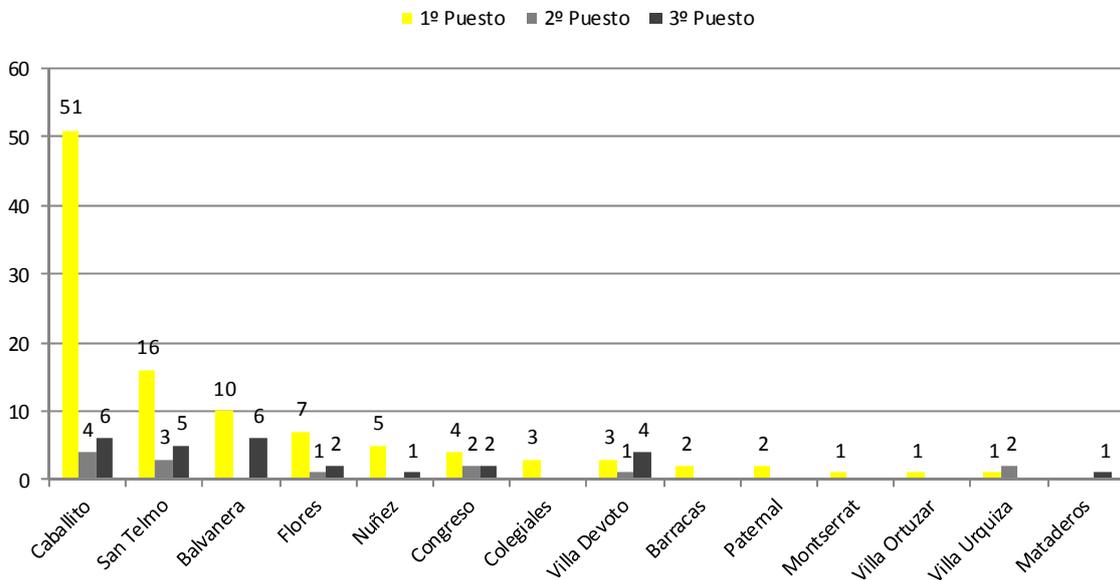
Gráfico 3.8 Ranking de los sectores gastronómicos de preferencia - Buenos Aires Market Año 2013



Nº 1 más favorito, Nº 3 menos favorito
 Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
 Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Entre los “otros barrios”, Caballito fue el más votado 51 entrevistados lo ubicaron en el 1º lugar, seguido de San Telmo y Balvanera con 16 y 10 votos en primer lugar respectivamente.

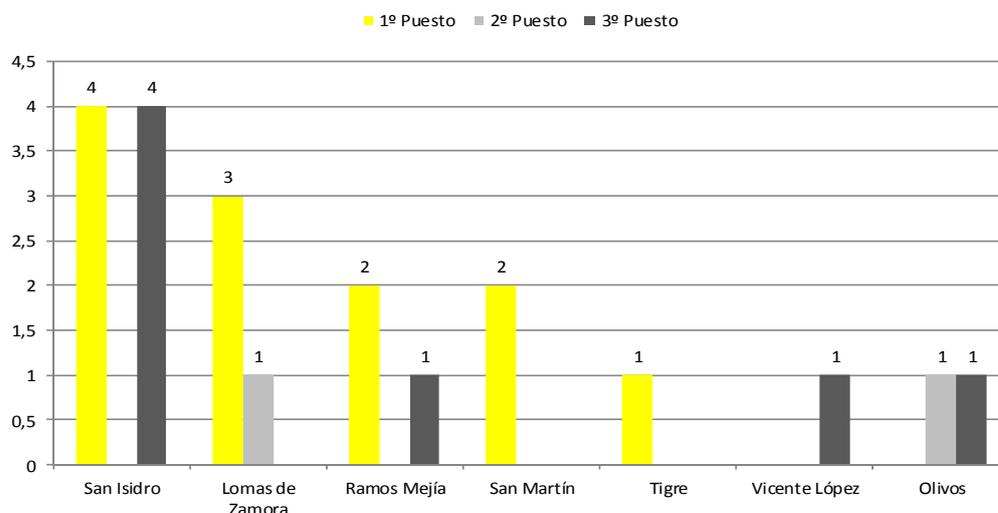
Gráfico 3.9 Ranking de los sectores gastronómicos Otros Barrios Ciudad de Buenos Aires - Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Por último se expone el desagregado de “otros provincia de Buenos Aires”, que si bien no tuvieron una gran cantidad de votos, plasman un indicio de las preferencias en el Gran Buenos Aires. San Isidro encabezó el ranking con 8 votos (4 en el primer puesto y 4 en el tercero).

Gráfico 3.10 Ranking de los sectores gastronómicos Otros Barrios Provincia de Buenos Aires - Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.10 Cocinas de preferencia

Entre los tipos de cocina que existen, el 45,8% declaró preferir la cocina internacional, seguida de la italiana (39,1%), moderna (33,2%) y porteña (29,1%).

Cuadro 3.4 Tipos de Cocinas de preferencia - Buenos Aires Market 2013

Cocina de su preferencia	%
Internacional	45,8%
Italiana	39,1%
Moderna	33,2%
Porteña	29,1%
Mediterránea	27,4%
Orgánica	27,1%
Vegetariana	21,3%
Española	18,3%
China	8,2%
De Autor	7,0%
Árabe	3,8%
Peruana	2,7%
Mexicana	2,3%
Armenia	1,9%
Francesa	1,8%
Coreana	1,3%
Asiática	1,2%
India	0,8%
Alemana	0,6%
Griega	0,2%
Brasilera	0,2%
Otros (**)	7,5%

(*) Respuesta múltiple

Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

De los “otros” tipo de cocina de preferencia, se observa que la japonesa tiene una alta adhesión respecto al resto, 59,2% del total de esta categoría.

Cuadro 3.4.1 (**) “Otros” tipos de cocina de preferencia – Buenos Aires Market Año 2013

(**) Otros	%
Japonesa	59,2%
Vegana	9,9%
Casera	5,6%
Criolla	4,2%
Étnica	4,2%
Parrilla	4,2%
Colombiana	2,8%
Fast food	2,8%
Normal	2,8%
Natural	1,4%
Todas	1,4%
Venezolana	1,4%
Total	100,0%

Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

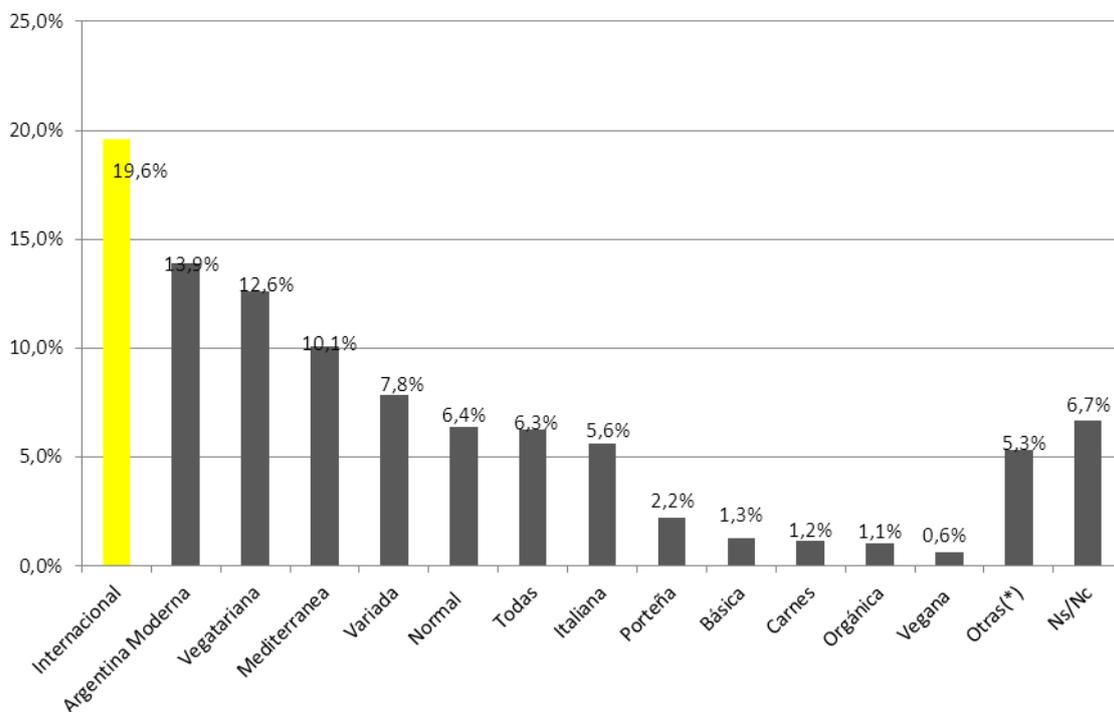
3.11 Consumo

En los gráficos 3.11 y 3.12, los entrevistados contestaron acerca de la “cocina habitual” que consumen.

En concordancia con sus preferencias, nuevamente la cocina internacional es la más consumida (19,6%), seguida de argentina moderna (13,9%) y vegetariana (12,6%).

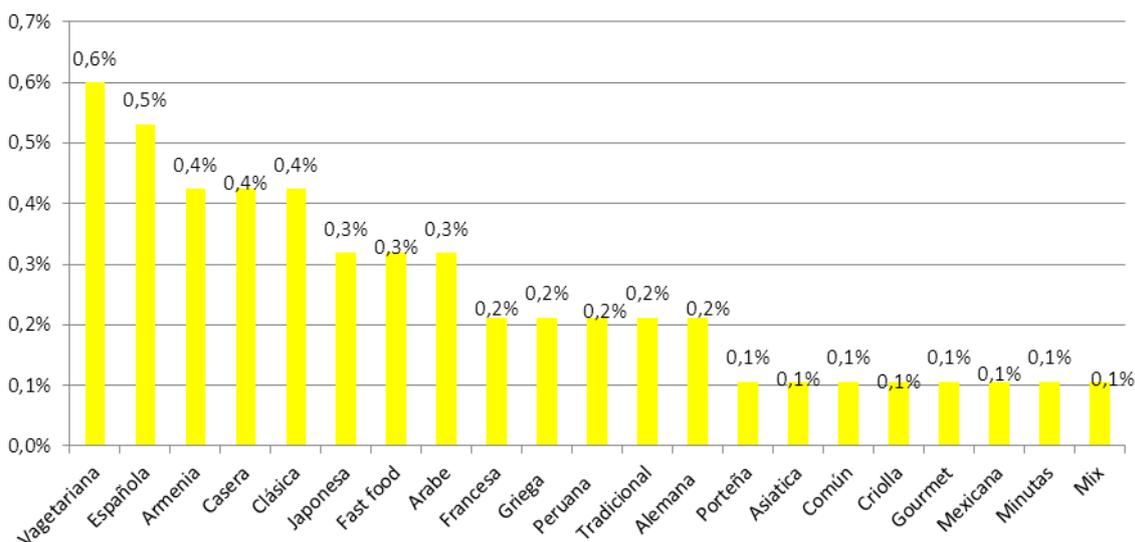
Se puede inferir que no necesariamente la feria Buenos Aires Market atrae público vegetariano/vegano, sino que los porteños en su mayoría consumen y prefieren un amplio espectro de alimentos.

Gráfico 3.11 Tipo de cocina que consume habitualmente - Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Gráfico 3.12 "Otros" tipos de cocina que consume habitualmente - Buenos Aires Market Año 2013

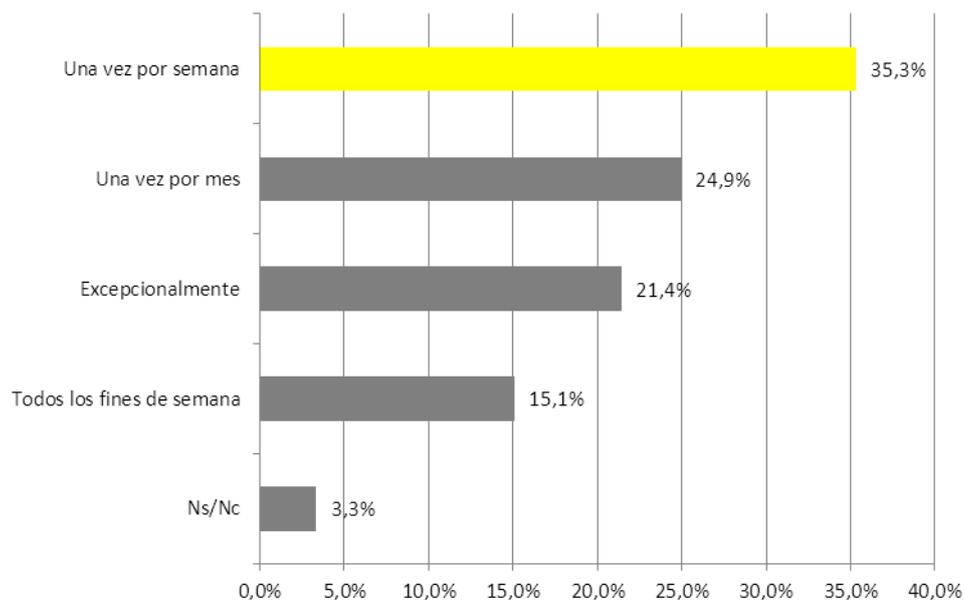


Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.12 Frecuencia de consumo

Del total de entrevistados el 50,4% sale a comer afuera habitualmente, desagregado en: 35,3% al menos “una vez por semana” y el 15,1% “todos los fines de semana”. Por otro lado, los que menos salen, lo hacen una “vez al mes” (24,9%) y “excepcionalmente” (21,4%).

Gráfico 3.13 Frecuencia de consumo fuera del hogar – Buenos Aires Market 2013

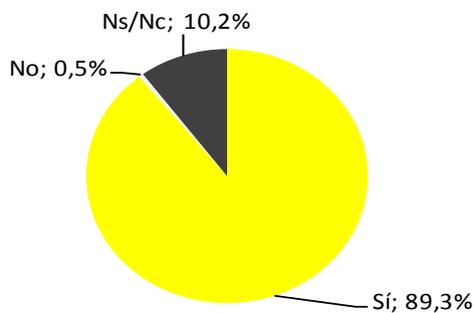


Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.13 Polo gastronómico

El 89,3% reconoce a la Ciudad como polo gastronómico.

Cuadro 3.14 Es Buenos Aires un Polo Gastronómico – Buenos Aires Market Año 2013

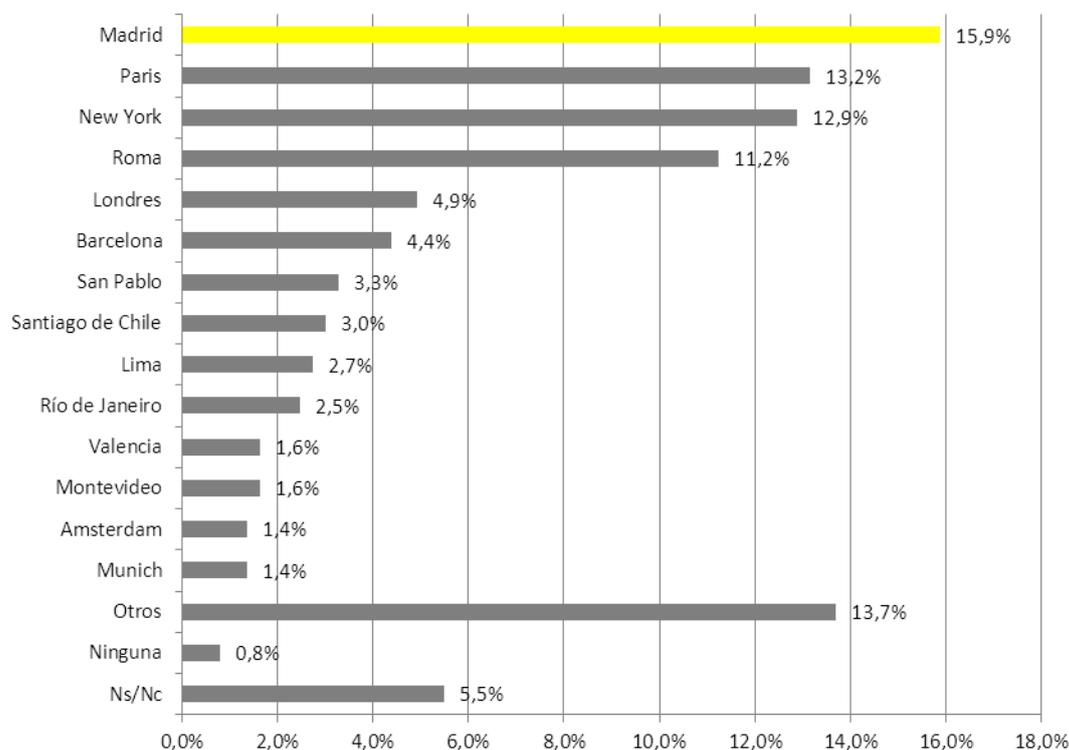


Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.14 Comparación nivel gastronómico

De las 5 primeras ciudades con las cuales se compara a Buenos Aires por su gastronomía, 4 son europeas. Es así que el 15,9% la compara con Madrid, el 13,2% con París, el 12,9% con New York y el 11,2% con Roma.

Gráfico 3.15 Comparación del nivel de la gastronomía de la Ciudad de Buenos Aires con otras ciudades del mundo - Buenos Aires Market Año 2013

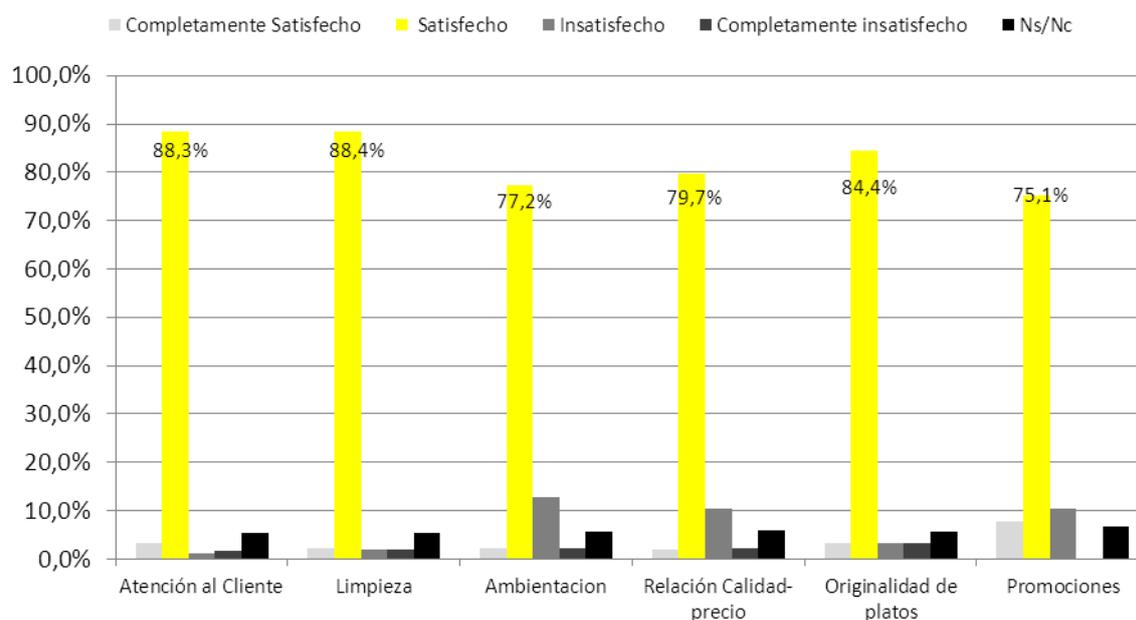


Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.15 Calificación

La calificación de todos los ítems consultados sobre gastronomía resultó “satisfactoria”. De mayor a menor valor se ubicaron: la “limpieza” (88,4%), la “atención al cliente” (88,3%), la “originalidad de los platos” (84,4%), la “relación precio-calidad” (79,7%), la “ambientación” (77,2%) y por último las “promociones” (75,1%).

Cuadro 3.17 Calificación de la gastronomía – Buenos Aires Market 2013



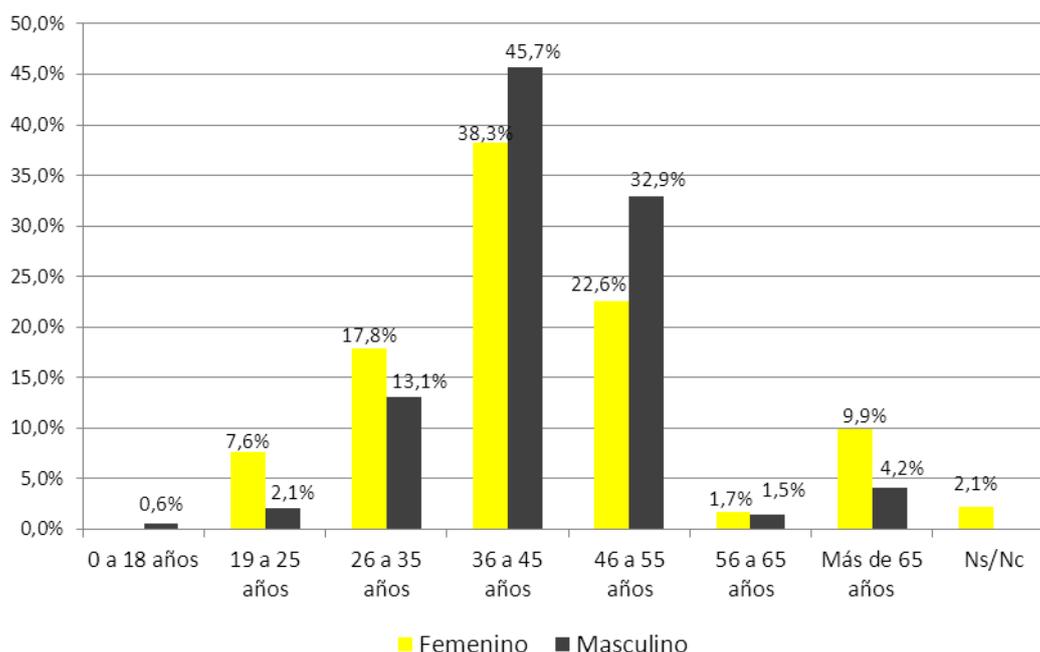
Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

3.16 Perfil

En cuanto al perfil de los encuestados, el grupo etario mayoritario, tanto masculino como femenino, fue el de 36 a 45 años (45,7% y 38,3% respectivamente).

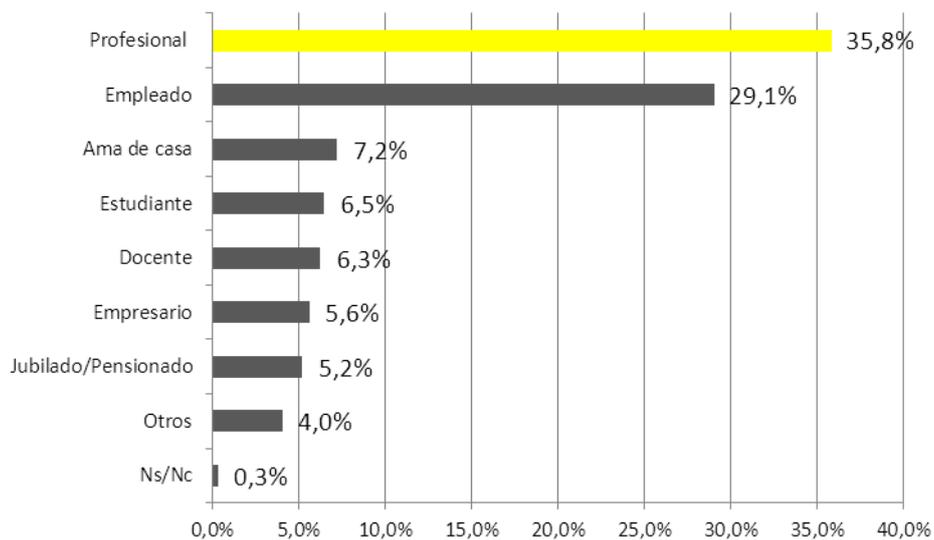
Respecto a la profesión/ocupación principal, el 35,8% era profesional, seguido de empleados (29,1%) y en tercera ubicación las amas de casa (7,2%).

Cuadro 3.18 Perfil del asistente según género y edad - Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Cuadro 3.19 Profesión/Ocupación del asistente - Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

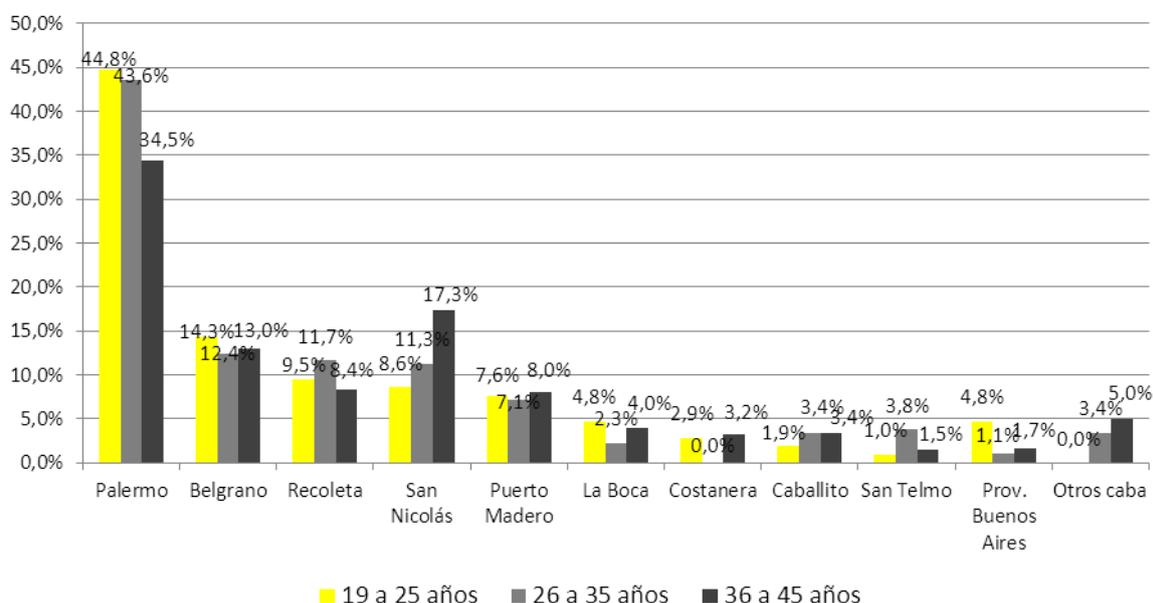
4 Cortes Etarios

4.1 Edad por circuito gastronómico de preferencia

Entre los tres cortes etarios que se detallan, se observa que coinciden en la elección del barrio de Palermo como circuito gastronómico más destacado. Es así que el 44,8% de los encuestados que tenían entre 19 y 25 años, votaron por Palermo; el grupo de 26 a 35 años, lo hizo en un 43,6% y el de 36 a 45 años solo el 34,5%.

El resto de los barrios obtuvieron valoraciones similares, salvo el corte de 36 a 45 años, que destacó una preferencia por el barrio de San Nicolás (17,3%).

Gráfico 4.1. Grupo de edades por circuito gastronómico de preferencia¹- Buenos Aires Market Año 2013



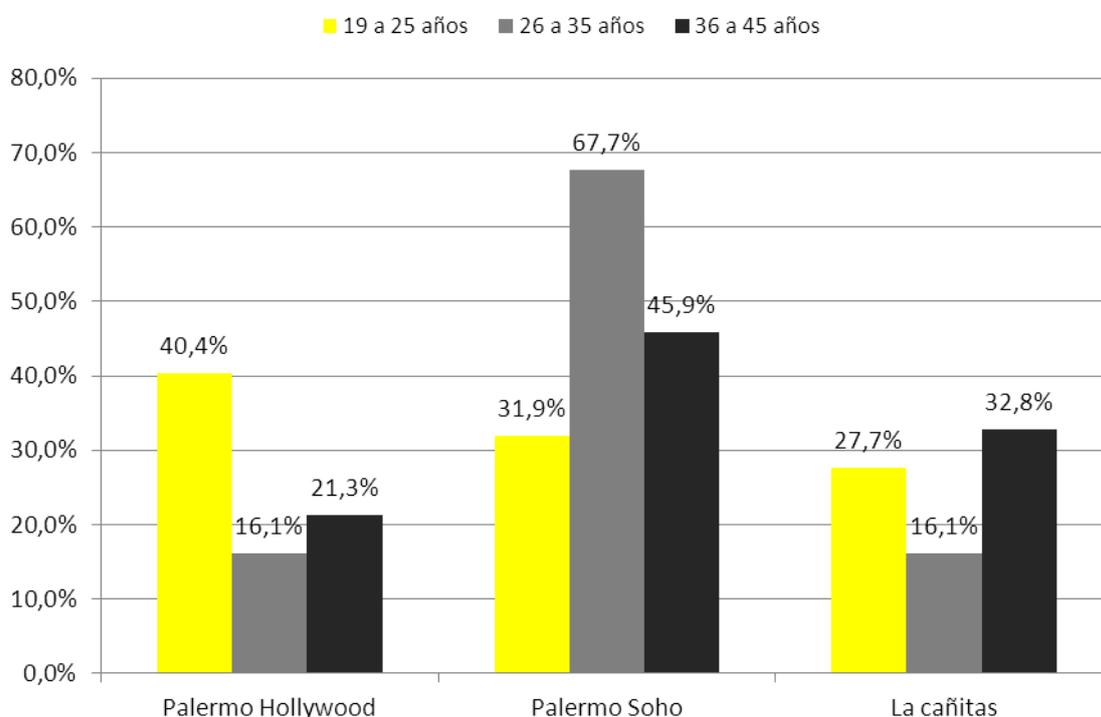
Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Un dato interesante se observa frente a los tres sectores que conforman el barrio de Palermo. Por un lado el grupo más joven (19 a 25 años) prefiere el sector gastronómico de Palermo Hollywood (40,4%), en tanto, el grupo etario de 26 a 35 años, considera ampliamente como el mejor sector al denominado Palermo Soho en un 67,7%, como así también el grupo de 36 a 45 años con el 45,9%.

El sector de Las Cañitas resultó el más parejo en términos porcentuales, respecto del resto de los sectores que conforman el barrio, aunque con algunas variaciones internas: 19 a 25 años (27,7%), 26 a 35 años (16,1%) y 36 a 45 años (32,8%).

¹ El gráfico se presenta en porcentajes para lograr una comparabilidad entre los grupos etarios, dado el la diferente dimensión de cada grupo.

Gráfico 4.1.1 Grupo de edades por circuito gastronómico de preferencia en Palermo-Buenos Aires Market Año 2013



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

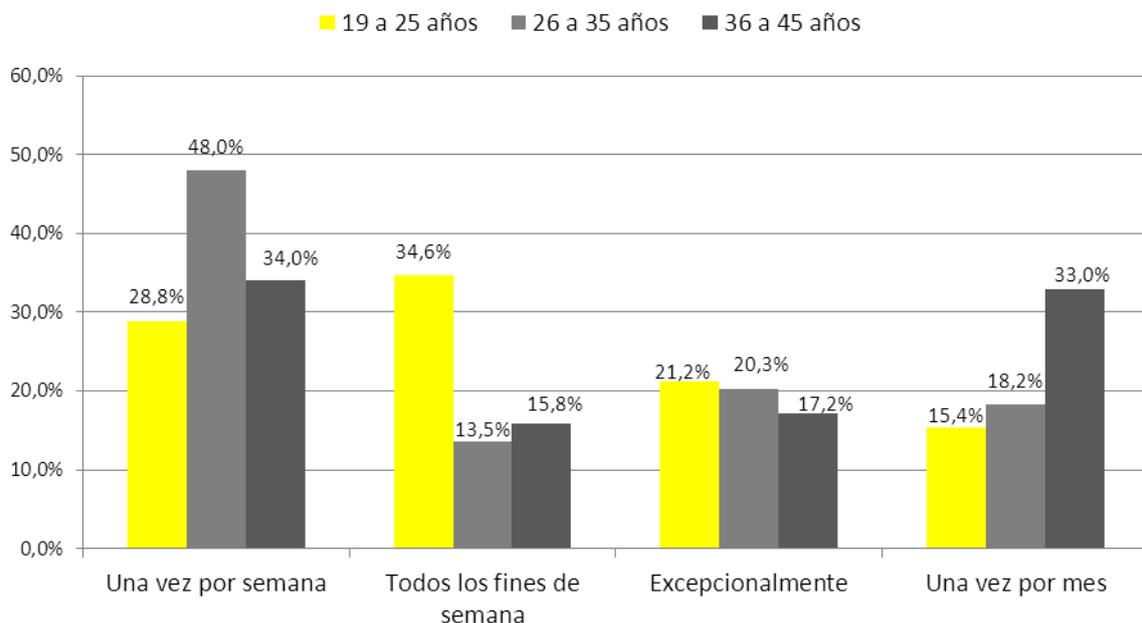
4.2 Frecuencia de consumo

Lo primero que se observa, si vemos el gráfico 4.2, es que los tres grupos etarios en estudio tienen una alta tasa de frecuencia de salida, ya que en todos los casos al menos el 50% de cada grupo come fuera de su casa una vez por semana (integrando “una vez por semana” y “todos los fines de semana”).

Analizando cada grupo, la frecuencia de salida más recurrente resultó ser “una vez por semana”, para los jóvenes entre 26 y 35 años que lo hicieron en un 48%. Aunque el grupo etario de 19 a 25 sale en un 28,8% durante la semana sin un día específico y el 34,6% solo los fines de semana. Esto nos indica que el 63,4% de los jóvenes de este grupo sale al menos una vez por semana a comer afuera.

Por último el grupo etario que menos sale fuera de casa resultó ser el de 36 a 45 años (33% una vez por mes y 17,2% excepcionalmente).

Gráfico 4.2 Grupo de edades por frecuencia de consumo fuera del hogar. – Buenos Aires Market Año 2013.



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

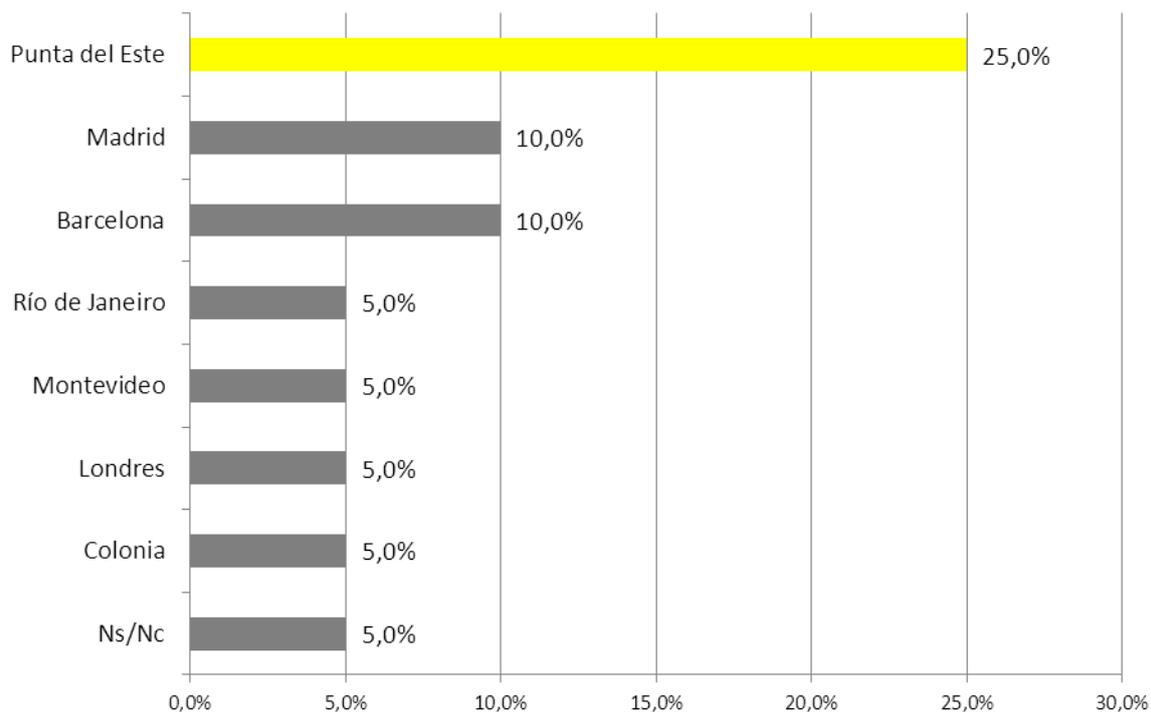
4.3 Comparación de nivel gastronómico

En cuanto a la comparación del nivel gastronómico de la Ciudad con otras ciudades, el grupo que más definida tuvo su preferencia fue el de 19 a 25 años, ya que el 25% de los mismos comparó a Buenos Aires con Punta del Este.

El grupo de 26 a 35 años lo hizo con Río de Janeiro como primera opción (11,7%), seguida de New York (8,3%).

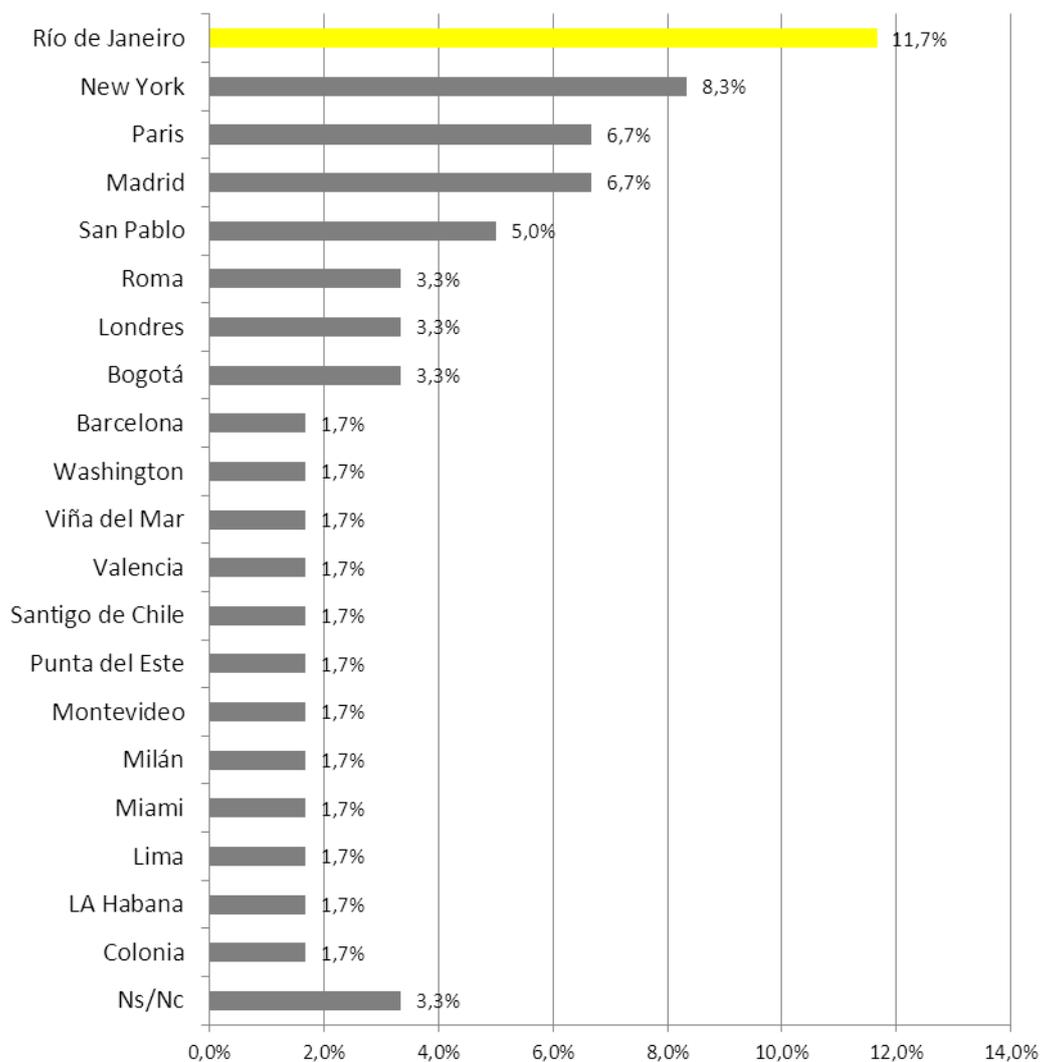
Finalmente, New York (12,2%) y París (10%) fueron las opciones más elegidas por el grupo de 36 a 45 años.

Gráfico 4.3 Grupo etario (19 a 25 años) por comparación del nivel gastronómico de Buenos Aires con otras ciudades del mundo. - Buenos Aires Market Año 2013.



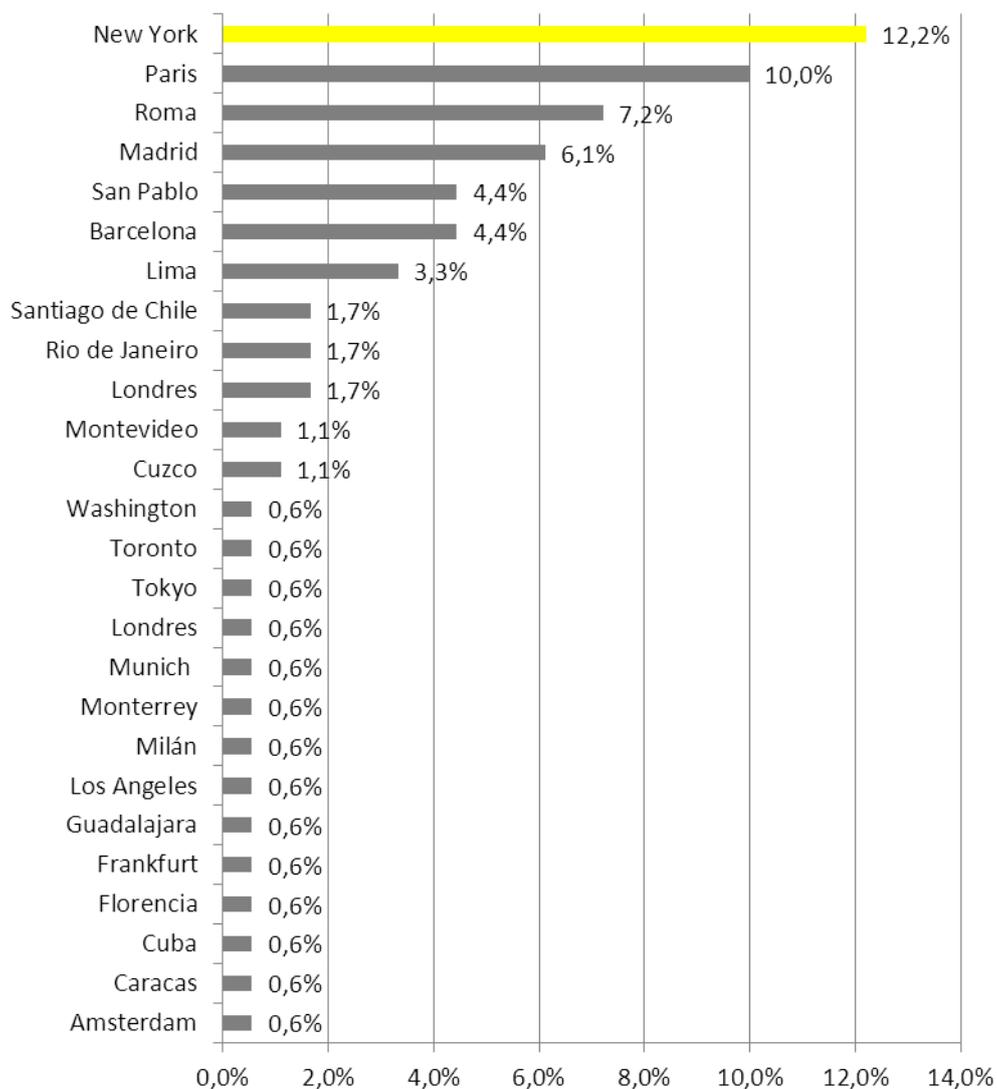
Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Gráfico 4.3.1 Grupo etario (26 a 35 años) por comparación del nivel gastronómico de Buenos Aires con otras ciudades del mundo. - Buenos Aires Market Año 2013.



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Gráfico 4.3.2 Grupo etario (36 a 45 años) por comparación del nivel gastronómico de Buenos Aires con otras ciudades del mundo. - Buenos Aires Market Año 2013.



Fuente y elaboración: Dirección Operativa de Investigación Turística
Ente Turismo Ciudad Buenos Aires

Dirección General de Investigación, Observatorio Turístico y Prensa
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
Balcarce 360 piso 2
Tel.: (005411) 4114-5777
E-mail: observatorioturistico@buenosaires.gob.ar

