

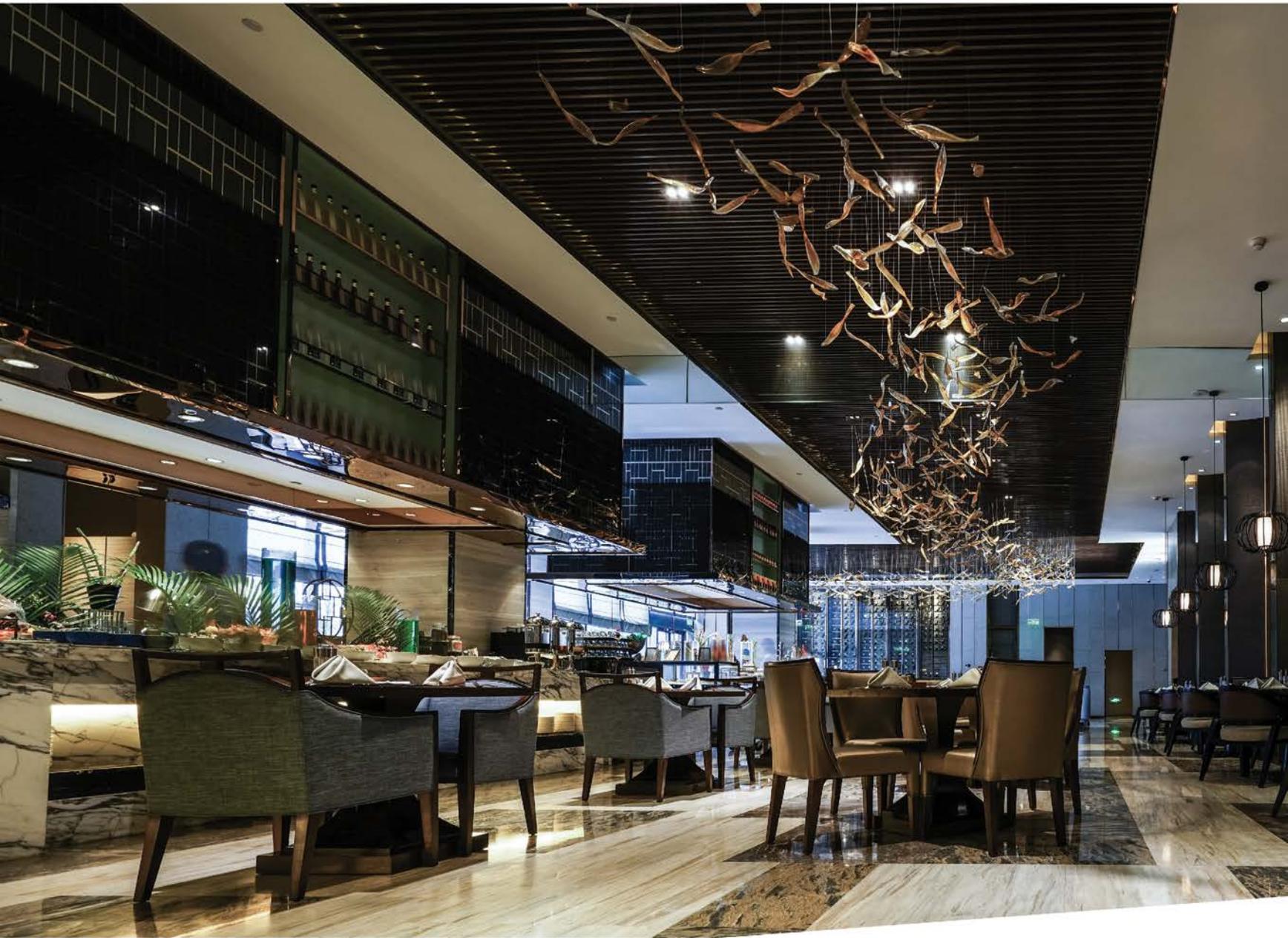
ih La industria de la hospitalidad

2017 - Nº 68

Calle 6 Nro 554 - (B1900LX) La Plata. Tel/Fax 0221-4259936



Órgano de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia



Cambontur

Reunión de la Cámara
Bonaerense de Turismo

Señalética

Colocación
en Lezama

Capacitación

Inicio del Ciclo
Lectivo

INSCRIPCIONES

CICLO LECTIVO 2017



Técnico Superior en Hotelería

Técnico Superior en Turismo

Técnico Superior en Guía de Turismo

Técnico Superior en Servicios Gastronómicos

Título Intermedio de Chef Internacional

Pastelero Profesional



Requisitos para ingresar: Estudios secundarios completos. Conocimiento de Inglés. Planes de estudio sujetos a modificaciones según disposiciones de la DIPREGE.

CONTACTO



Instituto Superior
de Hotelería Gastronomía Pastelería y Turismo

“Ángel Salvadori”

RES. OFICIAL DIPREGE N° 6266



0221-4259936



www.aehg-laplata.org.ar



instituto@aehg-laplata.org.ar



Calle 6 N°554



Instituto Superior “Ángel Salvadori”



Me complace saludarlos en nombre de toda la Comisión Directiva en este nuevo año 2017.

A nivel general el sector hotelero y gastronómico se encuentra atravesando un contexto económico y social de grandes cambios, que influyen directamente en el turismo nacional. Por lo tanto, consideramos que el empresario hotelero-gastronómico debe recuperar la competitividad y rentabilidad económica.

Éste será un año con una gran agenda de actividades e impulso para el desarrollo y fortalecimiento del sector. Por lo tanto, deberá ser transitado responsablemente y trabajando de manera mancomunada con todas las entidades referentes y con los municipios, impulsando el turismo, para que los hoteles tengan un aumento en su ocupación, como así también en la cantidad de cubiertos en los restaurantes.

Por otro lado, seguimos apostando fuertemente a la educación, confiados en que es posible el avance del sector mediante la capacitación y formación profesional, tal es el caso de la Escuela Superior y el Instituto Superior “Ángel Salvadori”. Donde planificamos una interesante agenda de cursos para todo el año y recibimos una gran cantidad de alumnos que serán los futuros profesionales que trabajarán en pos de la hotelería y la gastronomía.

La Institución tiene como objetivo promover la industria que representamos, siendo una de las más importantes para el país, generando nuevos puestos de trabajo y capacitando de manera constante a los trabajadores.

Por medio de la educación brindaremos a los diferentes establecimientos la posibilidad de perfeccionarse y así asegurar la calidad de los servicios turísticos, contribuyendo a mejorar la competitividad y rentabilidad. De esta manera contaremos con recursos humanos formados para satisfacer las necesidades de los clientes.

Por consiguiente, seguiremos trabajando con los municipios de la Zona de Influencia con la finalidad de reforzar el desarrollo interno, mejoraremos la información en los accesos a través de nuestro proyecto de señalética turística, para que cada visitante al llegar cuente con las herramientas necesarias para acceder al destino.

Continuamos trabajando para que juntos logremos nuestros propósitos.

Claudio N. Aguilar
Presidente

Sumario

INSTITUCIONAL

- 6 - Inauguración de la Señalética Turística de Lezama
- 7 - Gran Inicio del Ciclo Lectivo 2017
- 8 - Gran cierre de la 5° Edición de la Fiesta Nacional del Pan Dulce Artesanal Argentino
- 10 - 5° Jornada Nacional del Chocolate Artesanal Argentino
- 12 - Rosca Comunitaria
- 13 - Pan Dulce Comunitario
- 14 - Donación a la Asociación Civil APPO

FEHGRA

- 15 - Gran participación de FEHGRA en FITUR
Importante reunión en Villa Carlos Paz

IBEROAMERICANA

- 32 - Intercambio estudiantil



ESCUELA

- 37 - Cursos 2017
- 38 - Cursos dictados en la Zona de Influencia

INSTITUTO

- 34 - Propuesta Educativa 2017
- 36 - Cierre del ciclo lectivo 2016





TURISMO

- 50 - Cicloturismo
- 52 - El auge del turismo religioso

ZONA DE INFLUENCIA

- 40 - Destinos
- 42 - Calendario de Fiestas Populares
- 44 - Fiesta Elegida
- 46 - Fiesta de la picada y la cerveza
- 47 - Fiesta del alcaucil
- 48 - Estancias

HOTELERÍA

- 16 - Claves para cautivar al cliente
- 18 - Adapte su hotel
- 20 - Cómo adaptarse al cambio de mentalidad móvil
- 22 - ¿Los sistemas de clasificación hotelera deberían incorporar comentarios online?
- 24 - Nueva aplicación de GSC

SOCIOS

- 53 - Derechos intelectuales
- 54 - Consejos para ahorrar energía
- 56 - Alojamientos informales
- 58 - La importancia de saber escuchar al cliente
- 59 - Cartas gastronómicas en sistema Braille
- 60 - Servicios al socio

GASTRONOMÍA

- 25 - Estudio sobre reputación online
- 26 - Tendencias gastronómicas de vanguardia
- 28 - Tipos de restaurantes

CÁMARAS

- 63 - Actividades de las cámaras

PASTELERÍA

- 30 - Macarons



Grupo Editorial

- **Responsable Editorial**
Asociación Empresaria, Hotelera, Gastronómica, Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia
- **Director**
Claudio N. Aguilar
- **Producción**
Mg. Sabrina Simanovsky
- **Diseño**
Dcv. M. Elena Hecht
- **Fotografía**
Ma. Eugenia Rébora



Registro
de la propiedad
intelectual
Nº 1.605.682

Impresión:
Imprenta 2.0



El Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo dio apertura a la reunión

Importante reunión de la Cámara Bonaerense de Turismo

El 30 de marzo se realizó una excelente jornada en la sede de la Cámara Bonaerense de Turismo perteneciente a la AEHG La Plata y su Zona de Influencia. La reunión contó con la presencia de referentes del sector que expusieron sobre distintas temáticas actuales que interpelan al sector turístico, el Director de Turismo de San Andrés de Giles, Arq. José Yanes y el Dr. Matias Barone, asesor de la AEHG La Plata.

Ante la coordinación del Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo Sr. Marcelo Aguilar se dio apertura al encuentro, donde se trataron diversos temas referidos a la promoción y fortalecimiento de los espacios turísticos de las localidades que conforman la provincia. En este sentido, el arquitecto Yanes expuso sobre “Pueblos y Parajes Rurales” desde su experiencia y carrera profesional de más de 20 años trabajando en el tema, captando de esta manera la atención de los Directores de Turismo y empresarios del sector.

El Dr. Matias Barone, asesor de la AEHG La Plata junto con representantes de la FEHGRA dieron una charla magistral acerca de “Derechos Intelectuales”, una temática compleja que interpela a todos los actores del sector. En este sentido, se consideró importante informar e instruir sobre la actualidad del tema en este espacio.

Principalmente, se hizo hincapié en la caracterización de los derechos de autor, en términos de tributación y el reconocimiento de las entidades legales representantes como lo son la Sociedad Argentina de Autores (SADAIC), la

Sociedad General de Autores de la Argentina (ARGENTORES), la Asociación Argentina de los Artistas Intérpretes- Cámara Argentina de Productores Independientes de Fonogramas (AADI-CAPIF), Directores Argentinos Cinematográficos (DAC), la Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes (SAGAI). Como también, se informó sobre los convenios que tiene la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina con las entidades nombradas anteriormente.

Durante la reunión estuvieron presentes el Secretario de la AEHG La Plata Sr. Vicente

Morgillo, el asesor de la AEHG La Plata Dr. Carlos R. Castro, el Vicepresidente 1º de la Cambontur Sr. Silvano Domingo, el Ex Presidente de la Cambontur Sr. Andrés Armentía.

También participaron, la Directora de Turismo de Bragado, Sra. Alejandra Bianchi, miembro de la dirección de Turismo de San Antonio de Areco, Sra. Maria Emilia de Blasi, el Director de Deporte, Turismo y Juventud de Lezama Sr. Juan Pablo Hatrick, miembro de la Dirección de Turismo de Castelli, Sra. Alicia Dadin, la Secretaria de Turismo de Dolores Sra. Sara Angelinetti, la Directora de Turismo de Zarate Sra. Marisol Ribes, la Directora de Turismo de



El asesor de la AEHG La Plata y su Zona de Influencia, disertó acerca de "Derechos Intelectuales"



El Director de Turismo de San Andrés de Giles, Arq. José Yanes disertó acerca de "Pueblos y Parajes Rurales"

Ramallo Sra. Maria Emilia Cheriani, autoridades de EMATUR La Plata, el Director de Producción y Turismo de Magdalena Sr. Nestor P. Fernández junto a su equipo de trabajo, miembro de la Dirección de Turismo de Campana Sra. Florencia Ortiz, la Directora de Turismo de Lincoln Sra. Rosario Costa, el propietario de la Finca María Cristina de Brandsen, Sr. Juan Araujo.

Cabe resaltar que la Cámara Bonaerense de Turismo perteneciente a la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y

Pastelera de La Plata y su Zona de Influencia, de manera mancomunada se encuentran promoviendo un proyecto de señalética turística que tiene como objetivo acercar una propuesta a los municipios, permitiéndole al turista y visitante orientarse dentro del destino, con la finalidad de recorrer los bellos paisajes y atractivos culturales de cada localidad. Como así también capacitar a los dependientes de los establecimientos hoteleros, gastronómicos y turísticos.



Directores de Turismo de la Provincia de Buenos Aires y empresarios del sector



De izquierda a derecha: Dr. Ricardo Castro asesor de la AEHG- La Plata, el Sr. Marcelo Walter Aguilar Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo de la AEHG- La Plata, el Director de Cultura de la Municipalidad de Lezama Sr. Darío Blanco y el Director de Turismo de la Municipalidad de Lezama Sr. Juan Pablo Patrick.

Inauguración de Señalética Turística en Lezama

El 6 de enero de 2017 la AEHG La Plata junto con la Cámara Bonaerense de Turismo inauguró una señalética turística en la localidad de Lezama.

El acto de celebración comenzó con la palabra del Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo Sr. Marcelo Aguilar quien estuvo acompañado por miembros de la Comisión Directiva de la AEHG La Plata. Aguilar en representación de la Asociación expuso su orgullo por la inauguración de esta nueva señalética, ya que la considera un elemento fundamental para promocionar y desarrollar el turismo. Además, hizo hincapié en que la localidad tiene un gran poten-

cial turístico para explotar, representando la señalética un punto inicial para desarrollarlo.

Por otra parte, el Intendente Arnaldo Harispe agradeció a las autoridades de la entidad por la realización de esta gran obra y el apoyo para el sector, y agregó "este es un municipio que tiene todo por hacer en turismo y todas las potencialidades para desarrollar".

También, estuvieron presentes el Director de Turismo Sr. Juan Pablo Hatrick, el Director

de Cultura Sr. Darío Blanco, representantes de los pesqueros locales, prensa local y vecinos de la localidad.

El proyecto de señalética tiene por objetivo acercar desde la Asociación una propuesta donde permita al turista y visitante orientarse dentro del destino a fin de recorrer las bellezas naturales y culturales que dispone la localidad.

Gran inicio de Ciclo Lectivo 2017 en el Instituto Superior “Ángel Salvadori”

Instituto Superior “Ángel Salvadori”




 Instituto Superior
 de Hotelería Gastronomía Pastelería y Turismo
 “Ángel Salvadori”
RES. OFICIAL DIPPREGEP N° 6266

www.aehg-laplata.org.ar
instituto@aehg-laplata.org.ar
 calle 6 n° 554 (1900) La Plata
 0221- 425-9936

El día 13 de marzo se dio inicio al Ciclo Lectivo 2017 en el Instituto Superior “Ángel Salvadori”, una gran cantidad alumnos comenzaron las clases en las carreras de Técnico Superior en Servicios Gastronómicos, Técnico Superior en Hotelería, Técnico Superior en Turismo y Técnico Superior en Guía de Turismo.

Cabe destacar que la institución educativa se caracteriza por su prestigio académico y compromiso con la educación, avalado por el Ministerio de Educación se entregan títulos oficiales, además gestionan con establecimientos hoteleros, gastronómicos y turísticos la realización de prácticas profesionales

e intercambios educativos, y su convenio con la Universidad del Salvador de Buenos Aires permitiendo a los estudiantes realizar la licenciatura, abriendo un abanico de posibilidades para los futuros profesionales.



Fiesta Nacional del

5^a

Pan Dulce

Artesanal Argentino



Gran cierre de la 5ª edición de la Fiesta Nacional del Pan Dulce Artesanal Argentino

Los días 10 y 11 de diciembre se realizó la 5ª Edición de la Fiesta Nacional del Pan Dulce Artesanal Argentino, en la Plaza Islas Malvinas. Estuvo organizada por la AEHG La Plata en conjunto con la Municipalidad de La Plata.

El público presente tuvo la posibilidad de realizar un paseo por los distintos stands de confiterías, panaderías y productores regionales de la actividad pastelera.

Las personas pudieron asistir a las clases de cocina en vivo a cargo de reconocidos Chef como Andrés Chaijale, Juan Martín Herrera, Luis Liera, Paula Ruiz, Lorena Frigerio, Jorge Butrón y Leticia Paradela. También, se realizaron clases de cocina para niños "Pasteleritos".

Durante la jornada estuvieron presentes el Presidente la AEHG La Plata Sr. Claudio N. Aguilar, el Vicepresidente 1º Sr. Mario N. Aguilar, el Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo Sr. Marcelo Aguilar, el Secretario General de la Municipalidad de La Plata Sr. Javier Mor Roig, el Subsecretario de Desarrollo Económico y Productivo Sr. Pablo Alvarez, la Directora del Instituto Superior "Ángel Salvadori" Lic. Sabrina Simanovsky, el Secretario de la AEHG La Plata Sr. Vicente Morgillo y los asesores legales de la AEHG La Plata, Doctores Matías Barones y Carlos Castro.

La Fiesta se caracteriza por ser un evento para toda la familia que reúne a miles de personas todos los años, con un fin solidario. En esta oportunidad la entidad de beneficencia fue la Cooperadora del Hospital de Niños Sor María Ludovica, a quienes se les otorgo un stand donde el público podía acceder a los bonos contribución y a la adquisición de productos destinados a recaudar fondos para la institución.



Actividad de pasteleritos



*5ª Jornada
Nacional del*
Chocolate

ARTESANAL ARGENTINO

CLASES DE COCINA EN VIVO – STANDS DE REPOSTERÍA PARA PASCUAS



Asociación Empresaria
Hotelera Gastronómica Pastelera
de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia



La Plata

5° Jornada Nacional del Chocolate Artesanal Argentino

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia (AEHG La Plata) en conjunto con la Municipalidad de la Ciudad de La Plata, realizó la 5° Jornada Nacional del Chocolate Artesanal Argentino. La misma se llevó a cabo los días 31 de marzo y 1 de abril en la Plaza Islas Malvinas de la ciudad de La Plata, de 15 a 20hs.

Durante la jornada se pudo disfrutar de degustaciones de diferentes recetas elaboradas en vivo por excelentes Maestros Pasteleros del Staff de Chefs de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la Re-

publica Argentina, se contó con la presencia de reconocidas confiterías platenses que expusieron sus productos en vísperas de Pascuas. Y como es característico de estas fiestas, los niños pudieron divertirse y adquirir conocimientos acerca de la pastelería en el espacio "Pasteleritos".

Toda la familia pudo disfrutar de ésta fiesta que está pensada para toda la comunidad de La Plata y los turistas visitantes, teniendo como objetivo cumplir con una función solidaria y dar impulso a la industria platense que está en pleno desarrollo. Quienes participaron de la celebración pudieron disfrutar

de un ambiente colorido y del particular aroma del chocolate argentino y sus diferentes texturas.

La fiesta fue a beneficio de la Cooperativa del Hospital San Martín de la ciudad de La Plata, durante la jornada todos tuvieron la posibilidad de colaborar con la institución mediante la compra de bonos contribución en la plaza, así como también se sortearon los productos expuestos en la "Galería de figuras de chocolate", además de las donaciones de huevos de pascuas y roscas realizadas por las confiterías.



10° Edición de la Acción Solidaria Pan Dulce Comunitario

El día 15 de diciembre, la AEHG La Plata realizó la 10° Edición de la Acción Solidaria Pan Dulce Comunitario. La misma se llevó a cabo a las 11 hs en la Sede de la entidad.

El Presidente de la AEHG La Plata Sr. Claudio N. Aguilar dio la bienvenida a las instituciones presentes y agradeció especialmente la presencia de Monseñor Héctor Aguer, quien acompaña todos los años esta acción solidaria bendiciendo los pan dulces, que en esta oportunidad fueron 2.000 aproximadamente. Además, el Presidente de la Asociación manifestó sentir una gran emoción por poder ayudar a las personas que más lo necesitan en estas fiestas navideñas.

Participaron de tan importante ceremonia el Ex Presidente de la AEHG La Plata Sr. Mario N. Aguilar, el Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo Sr. Marcelo Aguilar, el Secretario General de la Municipalidad de La Plata Sr. Javier Mor Roig, el Secretario de Cultura y Educación de la Municipalidad de La Plata Sr. Gustavo Silva, la Directora del área de Entidades y Culto de la Municipalidad de La Plata Sra. Adriana Di Camillo, la Diputada Dra. María Elena Torresi de Mercuri, Monseñor Sr. Raul Rodolfo Gross, la Directora del Instituto Superior "Ángel Salvadori" Lic. Sabrina Simanovsky y miembros de la comisión directiva de AEHG La Plata.

También, asistieron más de veinte instituciones a las que se le realizó una donación de aproximadamente cincuenta pan dulces, la Asociación de Padres Pacientes Oncológicos (APPO), Capilla Beato Ceferino Namuncurá, Capilla Caacupe, Capilla María Auxiliadora, Capilla Nuestra Señora del Carmen, Capilla San Cayetano de Barrio Savoia, Cáritas La Plata, Casa del Niño Cielo Azul, Casa del Niño Encuentro, Casa del Niño Refugio



Arzobispo de la Ciudad de La Plata S.E.R. Monseñor Héctor Aguer en la bendición del Pan Dulce Comunitario.

del Ángel, Centro Educativo Comunitario Marista Hno. Miguel Ángel Isla, Club de Pensionados y Jubilados de Berazategui, Colegio Misericordia de Flores, Comedor por un mundo mejor, Cooperadora del Hospital de Niños Sor María Ludovica, Departamento Pastoral del Colegio Corazón Eucarístico de Jesús, Fundación por una vida mejor, Hogar Esos locos Bajitos, Hospital Alejandro Korn Melchor Romero, Hospital de Niños (parte

pastoral), Hospital Dr. Noel Sbarra ex Casa Cuna, Hospital San Juan de Dios, Hospital San Juan de Dios, Jardín de Infantes N°942, Parroquia María Reina, Parroquia María Auxiliadora de Abasto, Parroquia Sagrado Corazón de Jesús de Cambaceres, Parroquia San Ponciano, Parroquia Santa Cruz, Parroquia Santos Pedro y Pablo, Vicaría Inmaculada Concepción, Parroquia San Martín de Porres, Fundación Catedral.

10^o Edición de la Rosca Comunitaria de la AEHG La Plata

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia realizó la 10^o Edición de la Acción Solidaria Rosca Comunitaria, la misma se llevó a cabo el día lunes 10 de abril a las 11hs en la Institución ubicada en calle 6 n° 554.

Como cada año, se realizó la bendición y entrega de rosca elaboradas por los alumnos del Instituto Superior de Hotelería Gastronomía, Pastelería y Turismo "Ángel Salvadori", los días previos a dicho evento, los estudiantes son participes de la elaboración, siendo un acto de solidaridad magnifico del cual centenas de estudiantes han tenido la posibilidad de participar.

Se contó con la presencia emblemática del Arzobispo de la ciudad de La Plata S.E.R Monseñor Héctor Aguer, quien como todos los años hizo la bendición de las rosca, acompañado en tan importante ceremonia por autoridades de la Municipalidad de La Plata, miembros de la Comisión Directiva de la AEHG La Plata y su Zona de Influencia y autoridades referentes del sector.

Son más de doscientas las rosca que fueron bendecidas y luego donadas a diferentes instituciones benéficas, entre ellas, parroquias, cooperadoras de hospitales, hogares de niños. En este sentido, como lo destaca cada año el Presidente de la AEHG La Plata Sr. Claudio N. Aguilar, el objetivo de esta acción es poder ayudar a quienes más lo necesitan y en una fecha importante como son las pascuas, todas las familias y niños puedan tener un alimento tan simbólico como son las rosca de pascuas.





La AEHG La Plata hizo una donación a la Asociación A.P.P.O.

El día 2 de diciembre en la Sede de la AEHG La Plata, se realizó la donación de cupcakes realizados por alumnos de nuestro Instituto Superior "Ángel Salvadori" a la Asociación de Padres de Pacientes Oncológicos de la ciudad de La Plata.

Esta gran acción solidaria tiene como finalidad recaudar fondos para la compra de juguetes, que serán regalados a los

niños que se encuentran internados o en tratamiento oncológico en el Hospital de Niños "Beata María Ludovica".

Los cupcakes estarán a la venta el 3 de diciembre en la Feria Voluntaria Social que se realizará en Plaza Islas Malvinas. Para nosotros es totalmente reconfortante realizar este tipo de acciones solidarias, con el objetivo de sacarle una sonrisa a los niños y sus familias

que se encuentran atravesando momentos difíciles.

Trabajamos durante todo el año para poder colaborar con las instituciones, en esta oportunidad, la entidad de beneficencia elegida para la "5º Fiesta Nacional del Pan Dulce Artesanal Argentino" es la Cooperadora del Hospital de Niños Sor María Ludovico.

EQUIPAMIENTOS MARVA

Hoteles - Hostelerías - Hospitales - Clínicas - Escuelas - Lavaderos
Autoservicios - Clubes - Gimnasios - Spa - Restaurantes



Lavadoras centrifugas

- L10** Hasta 10,5Kg.
- L15** Hasta 16Kg.
- L20** Hasta 22Kg.
- L32** Hasta 32Kg.



Secadoras

- S10** Hasta 10Kg.
- S15** Hasta 14Kg.
- S25** Hasta 33Kg.
- S65** Hasta 65Kg.



Equipo Gastronómico

Ancho: 598 mm
Altura: 46 mm
Profundidad: 700 mm
Peso bruto: 50 kg

Centrifuga Oscilante



Plancha



Administración y Ventas
Avda. Independencia 4359
Ciudad de Buenos Aires
Tel. (011) 4983-6099 / 9971
ventas@marva.com.ar



www.marva.com.ar
ventas@marva.com.ar

Gran participación de la FEHGRA en FITUR

Autoridades de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA) participaron en la 37ª edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) -que se llevó a cabo en Madrid, España, del 18 al 22 de enero-, con el objetivo de promover la oferta hotelera, gastronómica y turística argentina en una de las citas clave del mercado turístico internacional.



Con la decisión institucional de respaldar las acciones promocionales del Ministerio de Turismo de la Nación, la delegación de FEHGRA estuvo integrada por las máximas autoridades de la entidad: la presidente Sra. Graciela Fresno; los vicepresidentes Sr. Rodrigo Verde, responsable del Departamento de Actividades Informales; el Sr. Claudio N. Aguilar, a cargo del Departamento de Capacitación y Formación Profesional; y el Sr. Fernando Desbats, referente del Departamento de Turismo; el Sr. Armando Zavattieri, responsable del Departamento de Relación con Filiales; y el asesor Sr. Jordi Busquets.

Con material sobre la oferta hotelera y gastronómica argentina, FEHGRA tuvo su espacio institucional en el pabellón de nuestro país, siendo una plataforma ideal para generar encuentros estratégicos con los referentes del turismo mundial y establecer nuevos y productivos contactos.

En este marco, FEHGRA llevó a cabo un evento promocional en base a uno de los elementos representativos de la cultura gastronómica argentina, la yerba mate, que estuvo a cargo del bartender argentino Diego Cabrera, con gran trayectoria internacional y reconocida por su creatividad en Madrid y Barcelona.

Por otra parte, la delegación de FEHGRA se reunió con las máximas autoridades de dos instituciones referentes, la Federación Española de Hostelería (FEHR), y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), para analizar problemáticas comunes. También, participó de una reunión con Carlos Vogeler, Secretario Ejecutivo de Relaciones con los Miembros de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Argentina presentó su oferta en un amplio espacio dedicado a promover productos, servicios, atractivos de todas las regiones turísticas, con la finalidad de captar el mercado hispano e internacional. La comitiva argentina fue encabezada por el ministro de Turismo de la Nación, licenciado Gustavo Santos. La presencia argentina en FITUR se encolumnó detrás de la gran meta que se propuso el Ministerio de Turismo de aquí a diciembre de 2019: alcanzar la llegada de 9 millones de turistas internacionales.



IMPORTANTE REUNIÓN DE FEHGRA EN VILLA CARLOS PAZ

El día 1 y 2 de noviembre la AEHG La Plata estuvo presente en la 213ª y 214ª Reunión de Consejo Directivo y Asamblea General Ordinaria de FEHGRA, realizada en Villa Carlos Paz.

La Asamblea tiene como objetivo debatir los temas que refieren al desempeño de la actividad y en proyectar la agenda institucional. En esta oportunidad se renovará parte del Consejo Directivo y del Comité Ejecutivo.

Por parte de la AEHG La Plata y su Zona de Influencia, estuvieron presentes su Presidente Sr. Claudio N. Aguilar, el Vicepresidente de la AEHG La Plata y Consejero de FEHGRA Sr. Mario N. Aguilar, el Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo Sr. Marcelo Aguilar, el Secretario de la AEHG La Plata Sr. Vicente Morgillo, el directivo Sr. Andrés Armentía, el asesor legal de la AEHG La Plata Dr. Carlos Ricardo Castro, el directivo Sr. Sergio Camaño y el asesor legal de la AEHG La Plata Dr. Matías Barone.

El acto de apertura estuvo encabezado por el Sr. Roberto Brunello Presidente saliente de FEHGRA, quien manifestó la necesidad de continuar haciendo grande a la entidad madre, y confirmó que seguirá estando en la dirigencia empresarial desde su Filial de origen -Catamarca- y agregó, "con el mismo orgullo de siempre, aportando mi trabajo para seguir dando batalla en las luchas ya históricas de nuestra entidad".

Luego, más de 30 representantes de las Filiales hicieron referencia al trabajo de Brunello y el compromiso con que desarrolló sus tareas durante su periodo de gestión en pos de los intereses del sector. Resaltaron el trabajo realizado para el ordenamiento interno de la entidad, la construcción del nuevo edificio de FEHGRA, la creación del Departamento de Actividades Informales y fundamentalmente el apoyo que brindó a las Filiales para su fortalecimiento.

Claves para cautivar al cliente

El hotel es crucial, pues determina la impresión y experiencia que ese mismo huésped se llevará del establecimiento.



Son como las escenas de un film; por ejemplo, el momento en que un cliente llama para hacer una reserva, cuando está haciendo el check in o el check out en el hotel, o cuando es atendido en el restaurante. Este importante momento de relación entre el prestador y el cliente es quizás el más crucial de todos en la entrega del servicio. Muchas veces es en este instante cuando el cliente tiene un requerimiento que no está contemplado en los manuales, y el empleado debe improvisar para salir del impasse. Si no se prevé un posible nuevo requerimiento, se puede provocar la insatisfacción del demandante.

Para que estos “momentos de la verdad” o “encuentros de servicios” sean instantes de éxito, y no de fracaso, es clave trabajar sobre el Ciclo de Servicio al Cliente, que se muestra en la figura de la página siguiente.

Si el primer artículo mencionado se enfocó en los factores críticos de éxito (como lo son el conocer al huésped, conocer al hotel, ser profesional y usar efectivas habilidades telefónicas), éste se centrará en el ciclo de servicio propiamente tal, poniendo el énfasis en:

- **Toma de reservas**
- **Preparar la llegada**
- **Dar la bienvenida al huésped (check in)**

- **Otorgar servicios**
- **Chequear la salida del huésped (check out)**

- **Toma de reservas**

Los pasos para tomar una reserva son:

1. Saludar en forma sincera y animada a la persona que llama. Es necesario usar el estándar de saludo de su hotel; por ejemplo, “buenas tardes, recepción, habla Susana. ¿En qué puedo ayudarle?”. Es importante mencionar el nombre del huésped tan pronto se sepa.
2. Identificar las necesidades del huésped con preguntas. Determinar el tipo de huésped que el encargado tiene al teléfono (grupo, turismo, corporativo). Marcar el día con las fechas y el número de personas.

Conocer a quien llama, además de preguntarle el nombre, con intervenciones como: “Mientras estoy esperando por disponibilidad, puedo preguntarle ¿qué lo trae a nuestra área?”, o “¿usted ha estado con nosotros antes?”. Es importante que quien recibe el llamado verifique la disponibilidad y desarrolle una estrategia para gestionar la venta.

3. Describir los beneficios del hotel y preguntar para cerrar la venta. El encargado de cerrar la venta debe identificar cuatro beneficios antes de ofrecer el precio. Idealmente, el encargado debe dar dos opciones de precio y pedir la conformidad para cerrar la venta.

Si ve dudas en el cliente, idealmente debe preguntar: “¿hay algo en particular que usted anda buscando y que yo no le haya

mencionado?". Para ello es útil verificar las opciones de reserva:

- Disponibilidad limitada.
- Dos o más beneficios.
- Garantía de satisfacción total (si existe en el hotel).
- Valor de reserva.

Una vez efectuada la reserva, la persona responsable debe leer la información de reserva del huésped.

4. Preguntas a la persona que llama al hotel. El encargado debe preguntar a los huéspedes nuevos del hotel cómo supieron del establecimiento. Es importante que se agradezca a quien llama, por haber elegido su hotel.

► Prepararse para las llegadas

Si sus empleados no se preparan para el servicio, las consecuencias pueden ser desastrosas; por ello, aquí hay algunas ideas que le ayudarán:

1. Verificación de las listas de llegadas. ¿Qué resultados tendría el revisar la lista de llegadas?

2. Organice la recepción para las llegadas.

¿De qué forma se organiza en su hotel el front desk para la llegada de los huéspedes?

3. Comunicación. ¿En qué forma se comunica la información de los huéspedes, con el fin de preparar sus llegadas? Barreras al preparar la llegada de los huéspedes.

Es necesario preguntarse: ¿Por qué no siempre nos preparamos como se debiera para las llegadas de los huéspedes? Luego, lo siguiente: ¿Qué barreras u obstáculos encontramos en el camino? Obtenga las respuestas a estas preguntas y luego idee formas para superar las barreras identificadas.

► Dar la bienvenida al huésped

Ésta es la primera impresión directa que tendrá el huésped con su hotel. Si quiere que sus empleados lo cautiven desde el inicio, deben hacerse dos preguntas claves:

1. ¿Qué esperan los clientes de la experiencia de check in en la recepción o front desk?

Cuando tenga la respuesta a esta pregunta, considere que ello es lo común, lo corriente, lo que hacen cientos de otros hoteles en todo el mundo cuando reciben a un huésped.

Luego, hágase la siguiente pregunta:

2. ¿Qué puedo hacer para que, al ingreso del cliente, éste quede impresionado y su expectativa se vea gratamente sobrepasada?

Hay acciones sencillas, fáciles de implementar, de bajos costos y que le ayudarán a que su cliente se sienta feliz desde el momento mismo en que ingresa a su hotel. ►

Otros aspectos a tener en cuenta cuando dé la bienvenida al huésped:

Seguridad:

Sólo se deben otorgar los números de las habitaciones al huésped registrado o a otro miembro del personal. Hay que estar atento a las mujeres huéspedes que viajan solas. No deben ser ubicadas en habitaciones interconectadas, cerca de una salida o al final del pasillo. Tarjetas para comentarios de los huéspedes (si dispone de ellas):

Estimular a cada huésped para completar la "tarjeta de comentario del huésped", con el fin de poder evaluar el servicio que su personal le está entregando.

Llamar al servicio de botones:

Si su hotel tiene servicio de botones, es recomendable que el encargado de llamarlos diga: "Servicio, por favor", o "A la recepción, por favor".

Cuando llegue el botones:

-El encargado debe presentar al huésped al botones.

-Entregar la llave al botones.

-Mirar a los huéspedes, sonreírles y agradecerles por haber elegido su hotel. Invítelos a disfrutar su visita.

Si un botones no está disponible:

-Explique al huésped cómo usar la llave de la habitación.

-Indíquele a cada huésped el número de habitación.

-Si un huésped necesita ayuda con su equipaje, use el trabajo en equipo, pidiendo ayuda a otro colaborador, para cumplir con las necesidades del huésped.

-Explique exactamente dónde están los ascensores y cómo puede llegar a su habitación.



- Norma 5/2: 5 metros de distancia, detenerse en lo que está haciendo; a 2 metros de distancia, su cabeza debe estar levantada.

Cuando se salude al huésped, evite comentarios tales como ¿checking in?.

- Hacer contacto visual. Cuando hay una fila o línea de espera en la recepción, que los encargados hagan contacto visual con cada huésped que llegue hasta la línea. Recomendable es dar la bienvenida al huésped con una inclinación de cabeza o con una sonrisa, y decir: "Estaré inmediatamente con usted".

- Sonreír en forma natural.

- Moverse hacia el huésped, más que pedir al huésped que se mueva hacia el encargado.

- Entregar al huésped un lapicero. Cuando se le pida al huésped firmar o llenar su tarjeta de registro, es preferible entregar el lapicero, en vez de dejarlo sobre el mostrador.

Cuando se le hable al huésped, sea amistoso, agradable y sincero sobre lo grato que es que ese huésped haya elegido el hotel. Para ellos es necesario crear una conversación amistosa.

- Tal como se ha dicho, debe usarse el nombre del huésped tan pronto se conozca.

- Reconocer al huésped que ya ha visitado el hotel, identificándolo y dándole la bienvenida por volver al mismo.

- Que el encargado dé su nombre al huésped, por cualquier asistencia que éste pueda ser capaz de ofrecerle.

- Preguntar si a él/ella le gustaría que lo llamaran para despertarlo.

- Llamadas de cortesía. Después de 15 minutos de registrado el huésped, es recomendable llamarlo a su habitación y preguntarle si está cómodo y si hay algo más que pueda hacer por él.

Adapte su hotel



Hoteles Accesibles

Incrementa las reservaciones de tu hotel adaptando para más viajeros.

Es sabido que los viajeros con discapacidad deben luchar para enfrentar las dificultades que el entorno les impone, en especial cuando las instalaciones de los Hoteles tienen limitaciones de accesibilidad. Adaptar tu Hotel es más fácil de lo que se cree.

MEDIDAS DE ESCALERAS

Para que puedan ser usadas con seguridad por niños, ancianos, personas no videntes o aquellos que sufren de algún tipo de dificultad para desplazarse, las escaleras deben tener las siguientes características:

- Ser de un material antideslizante tanto en seco como en mojado.
- Tener un ancho mínimo de 1.20 mts.
- Escalones correctamente proporcionados: la huella (profundidad del peldaño) no debe tener menos de 28 cms., y la contrahuella (altura del peldaño) no más de 18 cms. La relación óptima es 2 contrahuellas + 1 huella = 60 a 65 cms.

- Si se trata de una escalera de uso público, con pasamanos a ambos lados.

- Con una franja de distinta textura y color al inicio y final de la escalera.

LOS ASCENSORES - ELEVADORES

Para que puedan ser usadas con seguridad por aquellos que sufren de algún tipo de dificultad para desplazarse, los ascensores deben tenerlas siguientes características:

- Los ascensores deben tener la puerta de un ancho mínimo de 85 cms., y una medida interior de al menos 140 cms. x 110 cms.
- La numeración y las anotaciones requeridas para operar el movimiento del ascensor deberán estar en "sobre relieve".
- El tiempo de detención deberá ser suficiente para permitir el paso a una persona con discapacidad en silla de ruedas o a un no vidente.

MEDIDAS DE PASILLOS

Los pasillos si son de uso público deben tener un ancho mínimo de 140 cms. y estar libres de obstáculos (como mobiliario, adornos, etc.). No está permitido colocar alfombras o cubre pisos que no vayan adheridos al suelo, ya que son frecuente causa de tropiezos y accidentes.

PUERTAS

- Por norma legal, las puertas de acceso a un edificio utilizado por más de 50 personas no pueden ser giratorias y deben tener un ancho mínimo de 90 cms.

- Las puertas interiores no deben tener menos de 85 cms. de ancho.

- La manilla de la puerta debe ser anatómica (de tipo palanca) y estar ubicada a 95 cms. de altura desde el suelo.

BAÑOS

Todo edificio de uso público debe contar con al menos 1 baño adaptado para personas con discapacidad. Este debe estar ubicado en un lugar accesible y claramente señalizado con el símbolo internacional correspondiente.

En el caso de baños públicos para discapacitados, puede tratarse de un baño único compartido por hombres y mujeres, siempre que tenga acceso independiente del resto de los baños existentes.

Se recomienda que la puerta del baño sea de corredera o abra siempre hacia afuera, esto para evitar que, en caso de que el usuario sufra alguna caída al interior del baño, pueda quedar impidiendo la apertura de la puerta.



Deben contar con un suelo de algún material anti deslizante, y un espacio libre de al menos 150 cms. de diámetro, que permita al interior del baño el giro de una silla de ruedas en 360°.

Junto a los artefactos sanitarios deberán instalarse barras de apoyo. Todos los accesorios del baño (jabonera, toallero, etc.) deben ir instalados a una altura no superior a 120 cms. del suelo.

El lavamanos no debe tener pedestal ni mobiliario inferior que impida la aproximación de una silla de ruedas hasta su borde. Debe ir a una altura de 80 cms. Es conveniente que la grifería sea del tipo palanca, presión o algún otro sistema que no necesite girar la

muñeca para su funcionamiento. El espejo se instalará a una altura de 100 cms desde el suelo y con un ángulo de inclinación de 10° con respecto a la vertical.

El WC debe estar a una altura de 50 cms. desde el nivel del suelo. Si el artefacto estándar es de una altura menor, puede solucionarlo colocándolo sobre una plataforma en obra lo más ceñida a la forma de la base del inodoro para no interferir en la aproximación hacia él. Es fundamental la existencia de una barra de apoyo (resistente y de material antideslizante) que permita la transferencia desde la silla de ruedas hacia el WC.

La ducha resulta más práctica y cómoda que la tina. El receptáculo no debe tener bordes que impidan el acercamiento de una silla de ruedas, basta con un desnivel de 1.5 cms. y una pendiente del 2% hacia el desagüe para evitar que el agua escurra por el resto del baño. Deben instalarse barras de apoyo a 85 cms. en sentido horizontal, y hasta 140 cms. en sentido vertical. La ducha ha de incorporar un asiento, fijo y abatible (idealmente de 45 x 45 cms. y a 50 cms. de altura) o movable (cualquier silla plástica de jardín podría serle de utilidad). La grifería de ducha debe ser de tipo teléfono ya que resulta más cómoda y fácil de manipular.

MEDIDAS PARA LAS HABITACIONES

Para que puedan ser usadas con seguridad por niños, ancianos, personas no videntes o aquellos que sufren de algún tipo de dificultad para desplazarse, las habitaciones o cuartos deben tener las siguientes características:

- La cama debe estar levantada del suelo al menos 20 cms. Lo ideales que su altura se

aproxime al máximo a la de una silla de ruedas: 45 a 50 cms.

- Los dormitorios deben considerar un área circular de rotación de 360° y barandas de apoyo alrededor de la cama para el traspaso desde la silla de ruedas.

- Si existen ventanales hasta el suelo o ventanas más bajas de 1.20 mts., deben protegerse contra posibles choques con la silla de ruedas. Las manillas y mecanismos de cierre y apertura de éstas no deben estar a una altura mayor a 1.20 mts. Hay que evitar ante poner objetos que dificulten el alcance a la ventana.

- La altura recomendada para repisas es de hasta 130 cms. desde el nivel del piso.

MEDIDAS DE ESCALERAS

Para que puedan ser usadas con seguridad por niños, ancianos, personas no videntes o aquellos que sufren de algún tipo de dificultad para desplazarse, las escaleras deben tener las siguientes características:

- Ser de un material antideslizante tanto en seco como en mojado.

- Tener un ancho mínimo de 1.20 mts.

- Escalones correctamente proporcionados: la huella (profundidad del peldaño) no debe tener menos de 28 cms., y la contrahuella (altura del peldaño) no más de 18 cms. La relación óptima es 2 contrahuellas + 1 huella = 60 a 65 cms.

- Si se trata de una escalera de uso público, con pasamanos a ambos lados.

- Con una franja de distinta textura y color al inicio y final de la escalera.



CÓMO ADAPTARSE AL CAMBIO DE MENTALIDAD MÓVIL, según Forrester Research

Marketing móvil para hoteles: cómo conectar con sus clientes y ser relevantes

Las interacciones que el cliente mantiene con la marca forman parte de su experiencia.

La clave en el marketing móvil para hoteles es saber crear momentos 'móviles' eficaces para conectar con los clientes y conseguir ser relevantes en el cada vez más competitivo espacio móvil. Así se constata en el estudio presentado por Forrester Research en la

Cumbre de Innovación de la Asociación de Marketing Móvil SM2.

Forrester Research destaca en el citado estudio la importancia de comprender lo que denomina el 'cambio de mentalidad móvil': las expectativas de los consumidores de que pueden conseguir lo que quieren en su contexto inmediato y en el momento en que lo necesiten.

En este sentido también es importante saber cómo debe ser el diseño intuitivo de la web móvil de hotel, según publicó HOSTELTUR noticias de turismo.

La analista de la compañía Jennifer Wise, ha afirmado que "marcas y profesionales del marketing tienen que darse cuenta de que los clientes están buscando una experiencia

de alta calidad, y que todas las interacciones que tienen con la marca son parte de esa experiencia". Por ello, añade, "es más que un cambio en el tiempo que empleamos en el móvil; esta conexión constante ha llevado a un cambio en la mentalidad de los clientes".

Expectativas de los clientes

Los datos de Forrester revelan que cuando están interactuando con una marca, el 62% de los consumidores espera una web móvil, el 42% una app y el 23% una experiencia geolocalizada. Para responder a esas expectativas las marcas han de crear momentos de marketing móvil.

El aspecto más importante a tener en cuenta en esa creación de momentos móviles es presentar una experiencia de alto valor. Y es que, como reconoce Wise, "no todas las marcas ofrecen servicios personalizados, pero todas deben esforzarse por hacerlo, porque si no eres una de ellas va a ser más difícil crear esos momentos móviles para los consumidores".

Cuando están interactuando con una marca, el 62% de los consumidores espera una web móvil, el 42% una app y el 23% una experiencia geolocalizada.

Wise ha distinguido entre momentos prestados, momentos de fidelidad y momentos manufacturados. Los profesionales del marketing han de centrarse en los dos últimos tipos.

Así, mientras los momentos prestados son óptimos para dirigir el descubrimiento, los de lealtad surgen cuando los clientes utilizan el móvil para interactuar con la marca y profundizar en esa relación establecida. Los manufacturados crean oportunidades para fidelizar al usuario.

Aprender de otras marcas

Las marcas deberían esforzarse para estar entre las que ofrecen más experiencias frecuentes y de calidad. Para medir el éxito las cadenas pueden establecer puntos de referencia apropiados, consultar las puntuaciones de Net Promoter o analizar los cuestionarios de satisfacción del cliente.

Forrester ha dado a conocer varios ejemplos

de marcas que ofrecen este tipo de experiencias de las que otras pueden aprender cuando quieran crear momentos relevantes para sus clientes.

Por ejemplo Disney, una marca de ya alta gama, ha presentado este año su MagicBand, que fusiona web, móvil y wearables. Así, la MagicBand puede sincronizarse con los sistemas del parque, facilitando la posibilidad de hacer reservas para cenar, controlar las solicitudes de FastPass e incluso ser utilizada como llave de la habitación del hotel. Estas aplicaciones benefician al usuario, pero también permiten a la marca disponer de valiosos datos como qué hoteles frecuenta el cliente o en qué atracciones prefiere montar.



Otro de los ejemplos de estrategia top de creación de momentos móviles procede de Nike y su app de running. Aunque Nike es una marca de alta calidad, las interacciones pueden no ser demasiado frecuentes porque el cliente no se compra zapatillas todas las semanas. Su aplicación, que fue diseñada para conectar con la vida diaria de los consumidores, cuenta con 17 millones de descargas.

Las marcas que se encuentran identificadas como de menor calidad y con menos interacciones deberían redefinir sus servicios y colaboradores, e intentar asociarse con disruptores digitales o incluso competidores. Por ejemplo, los profesionales del marketing de sectores como el turístico o el de restauración

podrían asociarse con la app de conserjería de Mercedes-Benz para estar más expuestas e incrementar así la calidad de la experiencia y lograr más interacciones.

No en vano, concluye Wise, "la gente recurre al teléfono para conseguir que le hagan algo. Tienes que ser útil, y la manera para determinar cómo puedes serlo es elegir una estrategia en base a la calidad de tu empresa y a la frecuencia de la experiencia".

¿LOS SISTEMAS DE CLASIFICACIÓN HOTELERA DEBERÍAN INCORPORAR COMENTARIOS ONLINE?

Existe un creciente interés por trasladar el proceso de clasificación a la esfera digital/social

La incorporación de los comentarios de clientes en la clasificación hotelera podría traducirse en un incremento de ingresos al responder mejor a las necesidades y expectativas del consumidor. Precisamente el estudio realizado por la Organización Mundial de Turismo (OMT) sobre la integración de ambos elementos busca reducir las diferencias entre las expectativas del cliente y su experiencia. Ya en la pasada ITB se debatió sobre 'Estrellas vs. comentarios', según publicó HOSTELTUR noticias de turismo.

El informe, realizado conjuntamente por la OMT y Acreditación Noruega, una agencia del Ministerio de Comercio, Industria y Pesca del país nórdico, a través de su programa Marca de Calidad Noruega, analiza cómo

podría llevarse a cabo esta integración, que de hecho ya está siendo estudiada para aplicarla en Abu Dhabi y en las asociaciones hoteleras alemana y suiza.

El creciente número de comentarios con contenido creado por el propio usuario ha revolucionado el proceso de toma de decisión en el mundo del viaje, donde los turistas cada vez se fían más de los comentarios online realizados por otros clientes para adoptar su decisión de compra. Teniendo en cuenta que las búsquedas online relacionadas con los viajes se encuentran en su punto álgido, las clasificaciones hoteleras y los comentarios de clientes tienen papeles complementarios en el proceso de búsqueda.



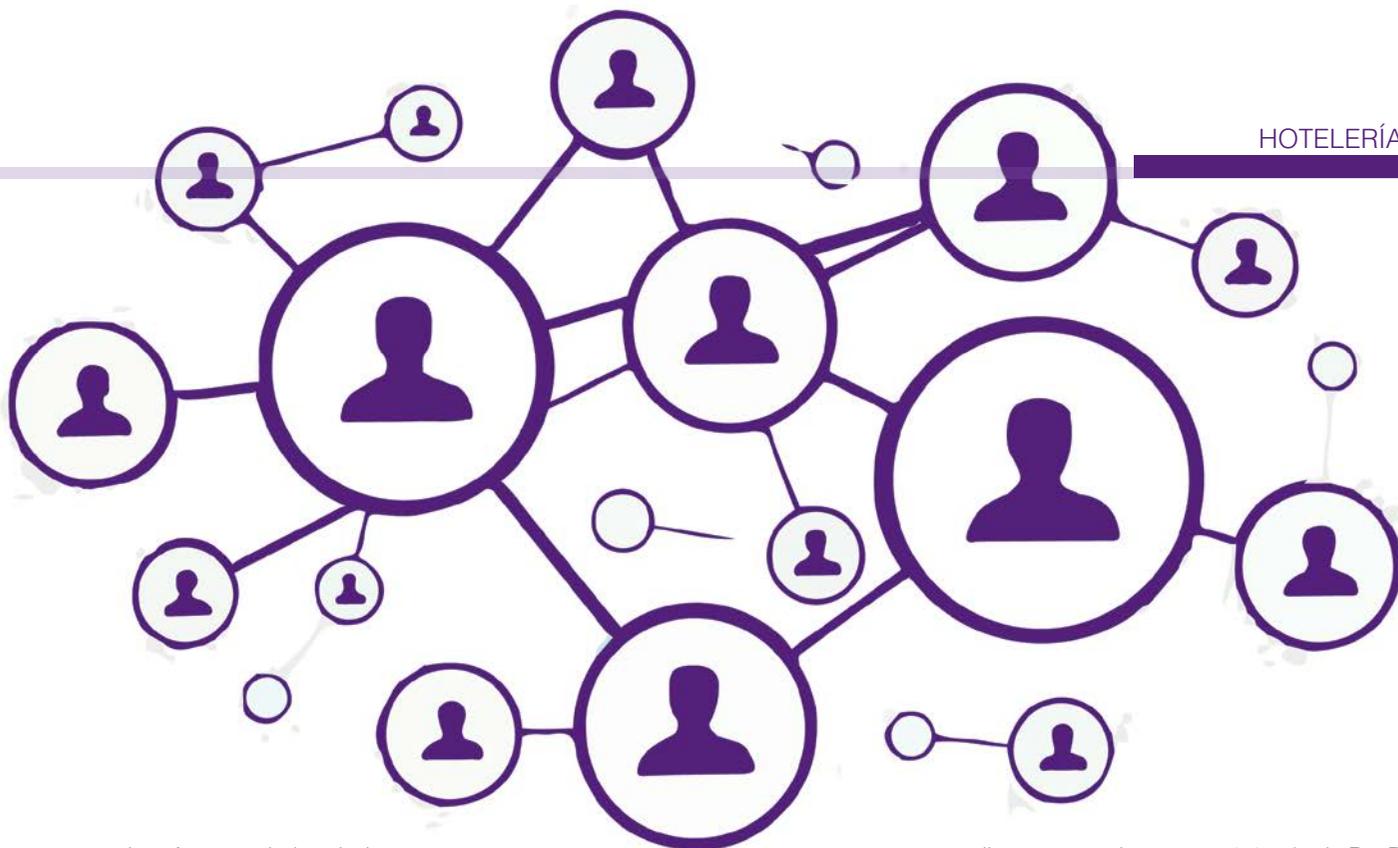
Los datos muestran que antes de realizar una reserva hotelera online los usuarios consultan una media de 14 webs relacionadas con el viaje, con aproximadamente tres visitas por site, y llevan a cabo nueve búsquedas en los buscadores. Las clasificaciones hoteleras oficiales a menudo son utilizadas por los consumidores como filtro, mientras que los comentarios de otros clientes resultan claves para tomar su decisión final.

En vista a estas tendencias, existe un creciente interés por trasladar el proceso de clasificación hotelera a la esfera digital/social, analizando la manera de incorporar los comentarios de clientes en los métodos tradicionales de clasificación.

Los hoteles con un sistema integrado de clasificación oficial y comentarios de clientes podrían elevar sus precios.

En general existe una correlación positiva entre las calificaciones de los comentarios de los clientes y las categorías en estrellas de la clasificación, aunque los hoteles de 3 y 4 estrellas parece que tienen un mayor margen para cumplir y superar las expectativas del cliente que los de 5 estrellas, por lo que su puntuación puede ser incluso superior en





sus comentarios. A pesar de las dudas que pueden surgir sobre su autenticidad, aunque las OTA y estas webs están trabajando activamente para detectar los falsos, a la amplia mayoría de los consumidores estas críticas les resultan útiles, y más de la mitad de ellos no reservaría un hotel que no tuviera comentarios. (Ver: 'Webs de comentarios: el 96% de los viajeros las consulta y el 82% confía en ellas').

El informe presenta un enfoque integrado en el que los comentarios de los clientes añaden una dimensión subjetiva a los elementos objetivos de la clasificación hotelera, perfeccionando de este modo el método de clasificación. En él han participado la Marca de Calidad Noruega, el Centro de Estudios Hoteleros de Cornell University, Turismo de Irlanda y AA Ireland; además de incluir la opinión de ejecutivos y directivos de hoteles, proveedores de estas webs y agentes de OTA.

Integración de los comentarios en el sistema de clasificación

El 75% de hoteleros y consumidores consultados se muestra a favor de la integración de los comentarios de los clientes en los sistemas de clasificación oficial, aunque ese apoyo se ve limitado por las dudas sobre la autenticidad de las críticas. El porcentaje se reduce al 44% en el caso de las OTA.

De hecho ya hay varios países que están estudiando la posibilidad de integrar ambos modelos, ya sea de manera total, lo que implica que un establecimiento podría cambiar

de categoría hotelera en función de la calidad percibida, medida a través de los comentarios y en relación a sus competidores; o de forma comparativa, con un sistema en el que la puntuación en las críticas de los usuarios aparezca de manera independiente a las estrellas del hotel.

Impacto económico

Los hoteles con clasificación oficial tienen precios significativamente superiores a los que no la tienen, dentro de la misma categoría en los listados de las OTA, lo que demuestra el valor que los consumidores asignan a esa clasificación oficial. De media, un 1% más en la puntuación otorgada por los

clientes se traduce en un 1% más de RevPar (ingresos por habitación disponible).

La integración de los comentarios en la clasificación ayudaría a reducir la incertidumbre de los consumidores hacia los hoteles individuales, además de facilitar a los establecimientos con una clasificación integrada elevar sus precios por encima de los que no la tengan.

El ADR (tarifa media diaria) regional también mejoraría porque a los clientes no les importaría pagar más por un producto en el que confían que satisfará sus expectativas. Los costes de integración son mínimos, especialmente a medida que el mercado crezca, y serían rápidamente amortizados con el incremento del ADR.





Nueva aplicación de GSC

La comanda online aporta rentabilidad al hostelero

Los desarrollos tecnológicos se abren paso también en la restauración. Las nuevas aplicaciones online llevan camino de arrinconar a las libretas de apuntar las comandas, para dar paso a herramientas como TeleComanda para Android, un software específico que lanza GSC.

Según indican fuentes de GSC Grupo de Software y Consulting, "para algunas personas, la tecnología sigue siendo una barrera pero, en realidad, gracias a ella muchos hosteleros consiguen una mayor rentabilidad para sus negocios".

RUNES

SOSTIENE PATENTES EUROPEAS Y AMERICANAS.

ASTM
DIN
FDA
CE

Calzado Anatómico Esterilizable

Para Hospitales y Gastronomía

La altísima calidad de este material nos permite desarrollar un calzado que se puede esterilizar: autoclave hasta una atmosfera (134°C), óxido de etileno, química clave (132°) antiestático, autoclavable e ignifugo.

Cel: 0221-153525494 e-mail poni1954@yahoo.com.ar

Consulte por envíos

Con TeleComanda para Android el camarero puede enviar la comanda desde la terraza del establecimiento a la cocina, "mientras que el gerente del restaurante puede controlar las consumiciones desde otro punto del País de modo online, a la vez que al encargado le llega un mensaje que le advierte de los cambios que se producen en el stock". A efectos contables, la venta queda registrada automáticamente.

Con estas nuevas herramientas, fuentes de GSC consideran que "nos encontramos ante una revolución tecnológica, que lo único que nos permite es subirnos a ella y evolucionar. Los nuevos sistemas de gestión de hostelería permiten tener un mayor control, ofrecer un mejor servicio a todos los clientes, y tener una buena gestión de todo lo que acontece evitando errores".

Fuente: www.hosteltur.com

ESTUDIO SOBRE REPUTACIÓN ONLINE

Los restaurantes ignoran la opinión de sus clientes en internet

La investigación refleja el punto de vista de más de un millón de valoraciones

“La gestión de la reputación online continúa siendo una palanca de competitividad desaprovechada por el sector de la restauración de los destinos españoles”, así lo recoge la tercera edición del estudio Índice de Reputación Online de Restauración 2013, realizado por la consultora Viviential Value.

Hay determinados negocios que se resisten a aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías y, en especial, de internet. Uno de esos ejemplos lo constituyen los restaurantes, que “siguen sin aprovechar el potencial que ofrece la opinión de los clientes para mejorar su competitividad”. De hecho, este colectivo alcanza una puntuación de 7,76 sobre un máximo de 10 en el Índice de Reputación Online iRON, con una ligera mejora sobre 2012, cuando el resultado fue de 7,63.

Esta es una de las principales conclusiones del estudio Índice de Reputación Online de Restauración 2013, en su tercera edición, que realiza la consultora Viviential Value. La investigación parte de las valoraciones realizadas por los consumidores sobre más de 115.000 fichas de restaurantes, bares y cafeterías presentes en portales online, de 20 provincias, y que superan el millón de opiniones.

Cada año es mayor el número de consumidores que da su opinión sobre los restaurantes en internet.

El informe resalta una mejora respecto a las ediciones anteriores, pero considera que es insuficiente para un sector tan expuesto a las opiniones de los clientes en internet, como es el caso de la gastronomía y restauración.



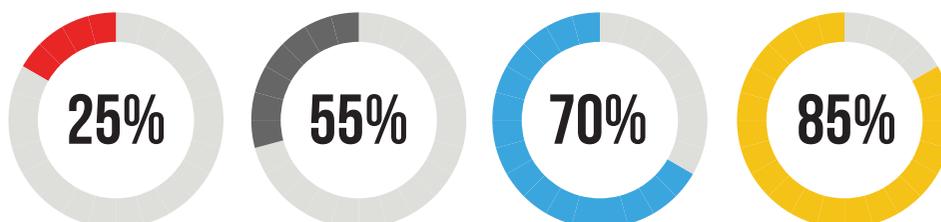
La tendencia a compartir sus experiencias es cada vez más importante en los ciudadanos, una circunstancia que deberían tener en cuenta los negocios dependientes directamente del público. De hecho, según dicho informe, el número de opiniones de clientes ha experimentado un aumento espectacular en el último año, de un 85% sobre 2012. Este año se ha superado el millón de opiniones frente al poco más de medio millón del año pasado.

Otro hecho destacado es la gran concentración de valoraciones en pocos establecimientos: el 75% de las opiniones se refiere al 27% de los negocios. Un 44% de los restaurantes presentes en la red son “invisibles” para los potenciales clientes, no tienen valoraciones de usuarios online.

Mientras que un 65% de los que sí están puntuados en internet son “inestables”, ya que tienen menos de 10 valoraciones. En cuanto a los valorados, un 28% son “insatisfactorios” porque sus usuarios les han dado una baja puntuación, entre el cero y el seis. El 48%, está entre 7 y 8 puntos, y el 24% restante, entre 9 y 10.

La empresa consultora responsable del estudio afirma que “la gestión de la reputación online sigue siendo una palanca de competitividad desaprovechada por el sector de restauración, no sólo por parte de las empresas, también por parte de muchos destinos turísticos que dicen apostar por la gastronomía en sus estrategias de diferenciación”.

Fuente: www.hosteltur.com



Tendencias gastronómicas de vanguardia



Hablar del arte culinario es hablar de un arte en constante movimiento y renovación, en un momento dado podríamos hablar de un arte efímero, porque no es como una pintura o una escultura, que puede conservarse con tiempo indefinido, pero es precisamente esa "inconstancia" la que la mantiene viva y vigente.

Dentro del mundo gastronómico, más allá de las técnicas y la habilidad que se tenga para aplicarlas, un par de elementos que tienen un papel sumamente importante es la imaginación y la creatividad, a partir de

éstos se pueden elaborar platos originales, pues la atracción por la comida novedosa está tomando importancia en nuestras mesas con gran fuerza. Sin embargo, aunque es una gran verdad que siempre

estamos abiertos a experimentar, las cocinas tradicionales, tanto de México como del resto del mundo, por ejemplo, la española, francesa e italiana, no se olvidan, más bien son tomadas como base y ejem-

plo para la creación de las nuevas tendencias gastronómicas.

La gastronomía se ha convertido en los últimos años en un elemento de goce para los sentidos donde no se trata sólo de comer, sino de degustar y disfrutar la calidad y variedad de los ingredientes que se conjugan en un plato. Por ejemplo, hay nuevos estilos de los que podríamos mencionar la simbiosis, que es la mezcla o incorporación de ingredientes o productos opuestos, por ejemplo, salado y dulce, productos de mar y tierra, etc.

Algo muy novedoso es la sustitución de ingredientes, por ejemplo los nuevos raviolis en los que se reemplaza la pasta por otros productos de los que se pueden obtener finas láminas, ya sean frutas o verduras, de las que podría mencionarse la papa.

Otra tendencia es la Influencia y aportación de otras cocinas y culturas gastronómicas, un ejemplo se puede poner con el sushi y tempuras de origen japonés y la integración de ingredientes latinos a estos platos; es lo que ahora se le conoce como Cocina Fusión, que por cierto está muy de moda. A la par de ésta también se encuentra la Cocina de Autor, cuyo concepto radica en que los platos y sus recetas son de la creación del Chef del lugar y supone que únicamente se pueden comer en ese lugar, ya que son diferentes a todas las demás, pues tienen implícito un carácter personal y regional, basadas en materias primas del lugar, pero tratadas con suma delicadeza para mantener los sabores originales.

Gastronomía Molecular. A fines de los 90, surgió una nueva ola y método de cocina para explorar las posibilidades de comida científicamente, en donde literalmente se aplican principios de física y química a la comida, convirtiendo una cocina tradicional en un verdadero laboratorio. Chefs internacionales reconocidos como Pierre Gagnaire, Ferrán Adriá, Wylie Dufresne, Kevin Sousa, entre otros, han llevado la tendencia utilizando la cocina molecular para crear nuevas sensaciones y texturas en el



paladar y también en de construir platos y sabores tradicionales.

Lo Exótico. Hasta hace poco era impensable que las sencillas verduras podrían volverse glamorosas: zanahorias, calabazas, hinojos, papas, arúgula, endibias, tomates (en todas sus variedades) y todas las que conocemos, pueden degustarse asadas, braseadas, al vapor, crudas, horneadas, etc., sus sabores y texturas únicas son seductores y ahora protagonizan muchos platos. También otros ingredientes globales y “exóticos” como la nuoc mac (salsa de pescado, indispensable para comida asiática), pasta de Tandoori, couscous, wasabi, mole, leche de coco, se han ido infiltrando poco a poco en las despensas, refrigeradores y paladares. Naked Food. En paralelo a las tendencias de la cocina molecular y la cocina rápida, que abundan ya en todo el mundo, se ha visto un regreso a la cocina pura, simple y de la “vieja escuela”. En conjunto con el movimiento Slow Food, que rescata y fomenta comidas locales e tradicionales de ecoregiones, más y más amantes de la cocina recorren a recetas y preparaciones que sólo demuestran la nobleza y pureza de sus ingredientes.

De lo que se trata la cocina es de halagos, tanto como el que prepara como quien lo va a degustar; se busca tener y ofrecer placer y felicidad a través de la sorpresa, los recuerdos, la descontextualización, por medio de platos inimaginables, como helados salados, gelatinas calientes y un largo etcétera.



Fuente: revistarestaura.com



da. Ya pueden ser de cocina china, italiana, mexicana, francesa, etc. Todos ellos se especializan en un determinado gusto gastronómico para diferenciarse del resto.

• **Restaurantes:** Es sin duda el grupo de restaurantes más amplio. En él se encuentran todo tipo de locales que sirven desde raciones, tapas o menús. No suelen ser sofisticados y tampoco suelen destacar por sus cartas. La mayoría basa su oferta en una gama de comida intermedia para todo tipo de clientes, basando su relación calidad precio en su principal atractivo. Desde las antiguas fondas, hasta los que ofertan un menú diario con un precio fijo incluyendo hasta las bebidas, pasando por los típicos lugares de tapas y raciones, de gran variedad de oferta. Con el paso del tiempo, estos locales han desarrollado quizá el cambio más profundo, pasando a ser en muchos casos, referencia a nivel local, ya sea por su atractiva oferta como por su cálido ambiente o su diferente creatividad tanto de servicio como de decoración. Hoy en día la franja de calidad de este grupo de restaurante es muy larga. Las ideas para estos tipos de locales son quizá las más numerosas debido a que abarcan la cantidad más amplia de clientes.

- **Restaurantes de comida rápida:** Son los conocidos popularmente como 'fast food'. Término proveniente del inglés dado que fue en EEUU donde se creó esta idea. Su base de creación fue el poco tiempo del que disponían los clientes para comer en un local. Su idea se basaba en la relación calidad-precio-tiempo. Carecen básicamente de servicio y suelen presentarse como 'económicos', aunque eso es bastante dis-

cutible. También suelen ser característicos por ofrecer un cierto tipo de comida poco recomendable para su consumo habitual. De todas formas, desde su creación su éxito fue inminente, creciente y se mantiene a pesar de haber sido base de críticas por parte de muchos sectores sociales, incluso gastronómicos. Para muchos este grupo de restaurantes se denominan 'fábricas de comida'. Su oferta es escasa y limitada, aunque suelen prestar mucha atención a la higiene y a la rapidez de servicio.

- **Restaurantes para llevar:** Conocidos también con un término inglés 'take away'. Su oferta puede consistir en la muestra tanto de primeros platos, segundos o postres, además de aperitivos. Varían tanto en calidad como en variedad, pero suelen ser locales que exponen la comida en vitrinas para que el cliente pueda confeccionarse su propio menú. También pueden ser definidos por un tipo de cocina o por ser especializados en una determinada cocina. Suelen servir su comida en recipientes desechables y su relación calidad precio también varía. Muchos de estos locales han incrementado su fama y sus ventas en las últimas décadas debido al cambio de hábitos de consumo por parte de los clientes. Muchísimas personas viven solas hoy en día y este tipo de locales satisface plenamente sus necesidades, tanto en calidad como en comodidad.

Cierto es que hoy en día muchos restauradores quieren diferenciarse de otros ofreciendo diferentes versiones del restaurante de toda la vida, tratando de conseguir más clientes mediante ideas sugerentes, ya sea con el tipo de local, por su ambientación,



por sus ofertas, por su trato particular, por su extravagante personal, por su llamativa puesta en escena. Todo vale. Tanto que incluso en muchas ocasiones los hosteleros se olvidan de que la idea original de su local era vender comida y bebida. Aunque muchos se olviden que la base de su venta pasa por la calidad de su comida y de su servicio, el cliente a menudo se instala en el vacío de la inconsciencia y no advierte eso precisamente. Acude a locales donde el nivel de su cocina y de su servicio deja mucho que desear, pero quizá por estar de moda se olvidan de criticar lo que en otros locales no dejan de hacer.

No es un descubrimiento decir que el número de ofertas gastronómicas ha aumentado en los últimos años, del mismo modo que la calidad de sus cocinas y de sus servicios ha disminuido. La realidad nos introduce en una nueva escena: toca adaptarse o morir. Todo depende de muchos factores pero el cliente debe asumir su grado de responsabilidad a la hora de calificar un restaurante. Los restauradores deben asumir el grado de culpa en sus errores y a partir de ahí tratar de solucionarlos. La competencia cada día es mayor pero no siempre quedan los mejores. Un hecho del que habría que meditar profundamente.



Macarons

Los Macarons son unos pastelitos tradicionales de Francia. Una de las recetas de repostería más creativas y atractivas. Es una receta con muchas preparaciones diferentes, lo que le confiere una amplia gama de sabores y colores.

Macarons

Los Macarons están formados por dos galletas de poco grosor, unidas por una crema, y que normalmente tienen colores muy llamativos.

Iremos recopilando las mejores recetas de Macarons, con las indicaciones sobre los ingredientes necesarios para hacerlas y los pasos a seguir, para que resulten fáciles de elaborar en casa. Seguro que se convertirá en un profesional y acabará sorprendiendo a todos sus invitados.

El macarrón (del francés macaron, y este a su vez del italiano). Los macarons actuales son pastelitos hechos de dos galletas y una crema o ganache entre ambas, y no deben confundirse con los dulces de nombre parecido llamados macaroons, que son dulces densos hechos con almendra y clara de huevo o con una pasta de almendra gruesa.

Historia

Antes del siglo XVI, el macaron se confundió con la forma *maccarone*, su antepasado lingüístico, que designaba diversos tipos de pasta seca cocida en un líquido.⁴ De ahí que a veces surja la dificultad de saber a qué producto se refieren las fuentes históricas. El macaron como pasta dulce hecha a base de almendra apareció en la Edad Media, diversificándose hasta alcanzar nuevas formas y nuevos sabores.

Oriundo de Italia, el macaron pasó a Francia en el Renacimiento, cuando la reina Catalina de Médici mandó ofrecer *maccarone* a los convites de la boda del duque de Joyeuse en París en 1581. Este habría llevado la receta al pueblo de Joyeuse, en el actual de-

partamento francés de Ardèche, donde se sigue confeccionando bajo el nombre de «macaron de Joyeuse».

Extraña que Nostradamus no hiciera mención del dulce en su *Traité des Fardements et Confitures*, publicado en 1552. Si bien lo cita el insigne Rabelais en su obra *Le Quart Livre*, publicado el mismo año,³ su origen sigue siendo un misterio.

Algunos textos recogen una receta parecida que se extendió con el nombre de *ghouryeba* o *ghriba* por la región de Marrakech en época del sultán almorávide Yusuf ibn Tašufin. La misma receta aparece en Siria en el siglo XV bajo el nombre de *louzieh*.

Al principio este dulce constaba de una única cara, y varias ciudades francesas pretenden que nació dentro de sus muros y múltiples leyendas se crearon alrededor de este dulce a base de almendra, azúcar y clara de huevo, crujiente por fuera y blando por dentro.

Algunos afirman que este 'ombligo del monje' (*Larousse Gastronomique*) fue creado en 791 en un convento cerca de Cormery, otros dicen que Catalina de Médici lo llevó desde Italia. La primera receta de macaron figura en una obra que se remonta a principios del siglo XVII.

En el País Vasco francés, el macaron apareció en San Juan de Luz gracias a la iniciativa de un pastelero, Adam, que regaló algunos a Luis XIV por su boda en 1660. Desde entonces, los descendientes del pastelero perpetúan la tradición. En la misma época, los maestros cocineros de la familia Dalloyau, cuyos descendientes fundarían en 1802 la casa gastronómica del mismo nombre, sirvieron macarons a la realeza de la entonces gobernante casa de Borbón en la corte versallesca, hasta la Revolución Francesa.

En Lorena, el macaron apareció bajo los auspicios de las Señoras del Santo Sacramento, con una receta que se ha mantenido secreta desde el siglo XVIII. La receta de los macarons de Boulay, fiel a la receta original, surgió en 1854. Estos manjares se caracterizan por una costra crujiente y un interior cremoso.

En la década de 1830 los macarons ya se servían de dos en dos con un relleno de mermeladas, licores y especias. El macaron popular en la actualidad es el macaron Gerbert, creado en los años 1880 en el barrio parisino de Belleville. A continuación, se dio a conocer al público gracias a dos establecimientos: el salón de té Pons del Barrio Latino de París, que ya no existe, y la famosa casa Ladurée, que a partir de mediados del siglo XX les dio un tono pastel u otro para diferenciarlos en función de su sabor. El macaron tal y como se conoce en la actualidad fue inventado por esa misma pastelería,⁷ que también introdujo la noción de «macarons del tiempo» para referirse a aquellos que están a la venta durante tres meses.

El macaron se ha confundido con frecuencia con el mazapán, dulce de almendra que difiere del macaron actual y pasado tanto por las proporciones de sus ingredientes, como por su sabor y su forma.

Su forma actual azucarada y sabrosa poco tiene que ver con los macarons de Lorena, que saben a almendra y tienen una costra crujiente y un interior cremoso.

Hoy, los macarons franceses se exportan y se elaboran en todo el mundo: se encuentran en Nueva York, Berlín, Tokio, Londres y América Latina.

INTERCAMBIO ESTUDIANTIL

A través de la Asociación Iberoamericana de Institutos Educativos de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo



Alumnos del Instituto Ángel Salvadori" junto a los estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador

Estudiantes de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil (ULVRG) visitaron la Asociación Iberoamericana de Institutos Educativos de Hotelería Gastronomía Pastelería y Turismo (AIIEHGPT) ubicada en la ciudad de La Plata – Argentina, para realizar sus prácticas pre-profesionales en el área de relaciones públicas. Por lo tanto se realizó una reunión entre autoridades de ambas instituciones para confraternizar el intercambio entre los estudiantes y docentes de la ULVRG.

El Sr. Mario Nolberto Aguilar, Presidente de la Asociación recibió una invitación de parte del segundo poder del estado ecuatoriano (Asamblea Nacional) para otorgarle un reconocimiento por su destacada labor y apoyo a la juventud ecuatoriana en el ámbito del



El Decano de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte Mg. José Luis Férrez, le hizo entrega de un reconocimiento al Sr. Mario Aguilar Presidente de la Asociación Iberoamericana de Institutos Educativos de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo.



Alumnos de Perú

desarrollo educativo. Asimismo el Sr. José Luis Ferez, Decano de la Facultad de Periodismo hizo la entrega oficial de una placa para destacar el aporte que realiza por la acogida de los estudiantes de la ULVRG.

En este evento también participaron: Claudio Aguilar, Andrés Armentía, Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo, Lic. Sabrina Simanovsky y Rolando Villavicencio, Directores Institucionales de la AIIEHGPT.

Además el Decano de la Facultad de Periodismo de la ULVR hizo un recorrido en las instalaciones de la Universidad Nacional de La Plata y se reunió con el Lic. Raúl Aníbal Perdomo, Presidente de la UNLP y con la Dra. Florencia Saintout, Decana de la Facultad de Comunicación Social de la UNLP para abrir vínculos de intercambios de cooperación académica para fortalecer la educación superior en maestrías y doctorados.

Finalmente los estudiantes Laicos al culminar sus pasantías, realizarán ponencias en Ecuador para presentar el proyecto y vivencias obtenidos en Argentina.

También tuvimos el agrado de contar con la presencia de dos alumnos de la Escuela de Gastronomía, Administración y Turismo EGATUR de la ciudad de Tacna, Perú. Ellos son Karen Milagros Cabana Condori y Gino Elmer Huanca Roque, quienes durante su intercambio realizaron prácticas profesionales

en establecimientos pasteleros de nuestra ciudad y participaron de las clases teóricas y prácticas junto a los alumnos de 2° año de la carrera de Técnico Superior en Servicios Gastronómicos y nos deleitaron con dos platos típicos de su país:

- **Entrada:** “Causa rellena de pollo”
- **Plato principal:** “Lomo saltado tradicional”



Decano de la ULVR junto a Rolando Villavicencio y el Presidente de la UNLP Lic. Raúl Aníbal Perdomo



Decano de la ULVR junto a Rolando Villavicencio y la Decana de la Facultad de Comunicación Social.



Entrevista a la Profesora Leticia Paradela



Platos típicos



Alumnos de la ULVR trabajando

Propuesta Educativa 2017

Instituto Superior Ángel Salvadori

El Instituto Superior de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo “Ángel Salvadori” fue creado en 1999 por la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, con el objetivo de formar personal especializado para las empresas del sector que hasta entonces no contaban con ese espacio.

La propuesta académica ofrece tecnicaturas superiores con contenido curricular exigente. Además, los estudiantes cuentan con la posibilidad de realizar prácticas educativas en el exterior, gracias a los convenios que se mantienen con otras instituciones educativas a través de la Asociación Iberoamericana de Institutos Educativos de Hotelería, Gastronomía y Turismo.

Sumados a las materias propuestas en el plan de estudios de cada carrera, se proponen espacios extracurriculares, como seminarios, talleres y charlas que completan la formación de los estudiantes.

Un Convenio marco con la Universidad Del Salvador de Buenos Aires, permite a los egresados del Instituto Superior continuar sus estudios en la Licenciatura en Hotelería y Turismo de dicha casa de altos estudios. El mismo cuenta con un cuerpo docente conformado por 50 profesionales de excelencia, con amplia experiencia en la actividad.

Además de una excelente formación en lo relacionado a la industria de la hospitalidad, la institución educativa otorga títulos oficiales (DIPREGE 6266).

TÉCNICO SUPERIOR EN SERVICIOS GASTRONÓMICOS

Esta carrera busca formar profesionales capaces de intervenir y coordinar el trabajo gastronómico en una empresa. Los egresados podrán insertarse laboralmente en restaurantes, cruceros turísticos, empresas hoteleras y todas aquellas que ofrezcan servicios relacionados con esta actividad. Además, contarán con conocimientos de inglés y francés, lo que les permitirá trabajar en el exterior y ser más competentes en sectores de mayor relación con el turismo extranjero.

La tecnicatura ofrece un título intermedio de Chef Internacional, que otorga la posibilidad de generar y administrar proyectos propios o estar a cargo de otros emprendimientos a través de los conocimientos en costos, contabilidad, administración y finanzas.

TÉCNICO SUPERIOR EN HOTELERÍA

La intención de la carrera es formar recursos humanos capaces para brindar servicios en la industria del sector en todos sus niveles.

El egresado podrá planificar, gestionar, asignar recursos y supervisar diferentes áreas de la hotelería (administrativas, contables, pisos, alimentos y bebidas, seguridad y recepción).

El recorrido académico brinda herramientas para un excelente manejo del inglés, francés y portugués, como así también de sistemas informáticos específicos del área: todos conocimientos claves en la hotelería.



Recepción de hotel del aula práctica

TÉCNICO SUPERIOR EN TURISMO

El recorrido académico de esta carrera está orientado a la formación de jóvenes capaces de insertarse laboralmente en diferentes



Habitación de hotel del aula práctica

empresas e instituciones del área turística. El Técnico Superior en Turismo estará capacitado para comprender la actividad turística como un todo, conociendo sus diferentes impactos sociales, culturales, económicos y ambientales, para que sea un motor de desarrollo del País, dando respuestas a las diferentes necesidades, mediante el aprovechamiento integral de los recursos, naturales y culturales; potenciando la actividad, a través de un proceso participativo con los distintos actores sociales intervinientes, en la formulación, evaluación y desarrollo de planes, programas y proyectos turísticos.

TÉCNICO SUPERIOR EN GUÍA DE TURISMO

El diseño curricular tiene en cuenta la necesidad de formar guías que colaboren con su comunidad en el enriquecimiento y revalorización de nuestra cultura, usos y costumbres sociales, a través de su desempeño profesional en el campo del tiempo libre, la recreación y el turismo, considerando las distintas realidades socioeconómicas del país, como asimismo de los países en que le corresponda actuar como coordinador de grupo.

Este diseño se ajusta a los criterios de la política educativa de la Provincia de Buenos Aires para las tecnicaturas de nivel superior que busca garantizar una formación suficiente para cumplir con las competencias que demanda este sector productivo.

El Guía de Turismo estará capacitado para trabajar a nivel local, regional e internacional actuando en diferentes niveles en el proceso de investigación, servucción, difusión, distribución y prestación de servicios para el tiempo libre que den respuesta a las necesidades de los visitantes, mediante un aprovechamiento integral de los re-

ursos naturales y culturales. Se lo define como un profesional idóneo para interpretar y transmitir las variables temporales y espaciales del medio que lo rodea como conocedor del patrimonio natural y cultural y transmisor de información correspondiente. Así como líder situacional respondiendo a las necesidades conductuales y comportamentales inherentes a los grupos, a través la utilización de las técnicas de animación y recreación y comunicación que le competen. Éste deberá asumir la responsabilidad por la intermediación de los servicios turísticos respondiendo a la figura del organizador por la que fueron contratados sus servicios profesionales.

PASTELERO PROFESIONAL

El Instituto Superior de Hotelería, Gastronomía y Turismo perteneciente a la Asociación Empresaria Hotelera y Gastronómica de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia incorporó a su oferta educativa a través del Centro de Formación Profesional, el curso de Pastelero Profesional el cual estará capacitado, de acuerdo a las actividades que se desarrollan en el perfil profesional, para preelaborar, preparar, presentar y conservar toda clase de productos de la pastelería, aplicando las técnicas correspondientes, consiguiendo la calidad y objetivos económicos establecidos y respetando las normas y prácticas de seguridad e higiene en la manipulación alimentaria. También tiene conocimientos que le permiten realizar la elaboración de productos básicos de la chocolatería, panadería y heladería. Así mismo estará en condiciones de participar en la definición de las ofertas gastronómicas.

Este profesional tendrá capacidad para actuar como responsable del área de pastelería o en el marco de un equipo de trabajo en el proceso de elaboración de alimentos.



Dirección del Instituto Superior "Ángel Salvadori"

Teléfono (0221) 425-9936
Dirección Calle 6 N° 556, La Plata, Pcia. Bs. As.

Mail instituto@ahg-laplata.org.ar
Facebook Instituto Superior Ángel Salvadori

Cierre de Ciclo Lectivo del Instituto “Ángel Salvadori”

El 29 de noviembre se entregaron los diplomas a los egresados de las carreras de Técnico Superior en Hotelería, Técnico Superior en Turismo, Técnico Superior en Servicios Gastronómicos, Pastelero Profesional y el Curso de Cocina Profesional, en un emotivo acto realizado en el Salón Polivalente del Pasaje Dardo Rocha.

La celebración contó con la presencia del Presidente de la AEHG La Plata Sr. Claudio N. Aguilar, el Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo Sr. Marcelo Aguilar y miembros de la Comisión Directiva, la Directora del Instituto Superior “Ángel Salvadori” Lic. Sabrina Simanovsky, el Decano de la Facultad de Historia Geografía y Turismo de la USAL Sr. Pablo Nielsen, el Vicerrector Económico de la USAL Sr. Juan Carlos Lucero Schmidt, el Secretario de Producción del Municipio de Berisso Sr. Carlos Carrizo y la Sra. Mónica Rivero en representación de

la Diputada María Elena Torresi, asesores de nuestra entidad, profesores y familiares de los alumnos. La ceremonia fue bendecida por Monseñor Raúl Rodolfo Gross.

El Presidente de la AEHG La Plata Sr. Claudio N. Aguilar saludó a todos los presentes, felicitó a los alumnos dándoles la bienvenida al mundo hotelero y gastronómico, “Vivimos tiempos donde los desafíos son cada vez más grandes y decisivos. El turismo es una fuerza productiva importante y cuanto más juntos estemos, mayores logros concretaremos en pos de la actividad, y para esto necesitamos recursos humanos capacitados como lo están ustedes”.

En este sentido, la Directora del Instituto Superior “Ángel Salvadori” saludó a los flamantes egresados en el cierre de esta etapa, en la que los alumnos pudieron cumplir objetivos, vivir nuevas experiencias, enriquecerse profesionalmente mediante visitas y prácti-

cas profesionales en establecimientos de la actividad y proyectar un gran futuro profesional. También, se refirió a los docentes que con su profesionalismo y valores educativos, han acompañado a los alumnos en su proceso de aprendizaje, brindándoles las herramientas para que puedan desenvolverse de la mejor manera, en pos del sector hotelero, gastronómico y turístico.

Se entregaron diplomas a todos los egresados, especialmente a los mejores promedios que fueron los alumnos Pablo Rodríguez con un promedio de 8.27, Juan Manuel Cadierno con un promedio de 8.16 y Giuliana Busso con un promedio de 7.36, a quienes también, se les entregó el Diploma de Honor junto con sus compañeros Daniela Denise Torres, Delfina Morena y María Lujan Bouche.



Cursos 2017

▶ ABRIL

PASTELERÍA EXPRESS

- . Duración 8 meses
- . Hasta 18/03: 50% off en matrícula
- . Incluye uniforme

BARMAN

- . Duración 2 meses
- . Hasta 18/03: 50% off en matrícula
- . Incluye uniforme

▶ MAYO

COCINA PROFESIONAL

- . Duración 7 meses
- . Hasta 18/04: 50% off en matrícula
- . Incluye uniforme

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- . Duración 2 meses
- . Hasta 18/04: 50% off en matrícula

CANDY BAR

- . Duración 1 mes
- . Hasta 15/04: 15% off en matrícula
- . Incluye el uniforme



▶ JUNIO

CUPCAKES Y DECORACIÓN DE TORTAS

- . Duración 1 mes
- . Hasta 18/05: 15% off en matrícula
- . Incluye el uniforme



▶ AGOSTO

PASTELERÍA PARA EVENTOS

- . Duración 2 meses
- . Hasta 1/07: 50% off en matrícula
- . Incluye el uniforme

PASTELERÍA PARA EVENTOS

- . Duración 2 meses
- . 1 clase semanal

La apertura de todos los cursos está sujeta a la cantidad de inscriptos

Teléfono (0221) 425-9936
Dirección Calle 6 N° 556, La Plata, Pcia. Bs. As.

Mail escuela@aehg-laplata.org.ar
Facebook AEHG La Plata

CURSOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA

Lezama Calidad de Servicios Turísticos

Se llevó a cabo el curso de Calidad de Servicios Turísticos en Lezama.

Los días 8 y 9 de marzo, se llevó a cabo el curso de "Calidad de Servicios Turísticos" en el partido de Lezama, perteneciente a la Zona de Influencia de la AEHG La Plata.

La capacitación estuvo a cargo del docente Damián A. Faccini quien abordó temáticas fundamentales para un buen desempeño

en el servicio. Los participantes pudieron reconocer las buenas prácticas hoteleras, turísticas y gastronómicas, adquirir las técnicas necesarias para lograr un servicio eficiente, incorporar las técnicas indispensables en lo que respecta a los indicadores de gestión, a los instrumentos para medir y monitorear la calidad de una empresa turís-

tica y un destino, ampliando la capacidad de planificación de las tareas.

Además, el curso tuvo como objetivo brindar información acerca de normas y estándares de calidad en turismo, las características de servucción respecto de la producción y su dificultad en la estandarización.

La Plata Lengua de Señas Argentina

Se llevó a cabo un curso de lengua de señas en La Plata.

El día 5 de diciembre finalizó el curso de "Lengua de Señas Argentina", en la Sede del Instituto Superior "Ángel Salvadori" de la AEHG La Plata, con más de veinte asistentes que recibieron su certificado de participación.

El curso estuvo a cargo de dos capacitadores de la Asociación de Sordomudos de La

Plata, la Instructora Sra. Nadia Miranda y el Instructor Sr. Norberto Ferreyra, quienes trabajaron de forma mancomunada con la AEHG La Plata durante cuatro meses. El mismo fue gratuito y tuvo como destinatarios a personas dependientes de establecimientos hoteleros y gastronómicos de la Ciudad de La Plata.

El objetivo de la capacitación fue brindar herramientas para que los asistentes puedan desarrollar un buen servicio, en este sentido, los participantes pudieron reconocer conceptos básicos orientados a la hotelería y la gastronomía.



La Plata

Taller de estrategias y acciones comerciales para hoteles independientes

El mismo se llevó a cabo en la ciudad de La Plata

Los días 14 y 27 de marzo, se llevó a cabo el "Taller de Estrategias y acciones comerciales para hoteles independientes" en la AEHG La Plata y su Zona de Influencia, ubicado en calle 6 n°554.

La capacitación estuvo a cargo de la docente Elena Boente, capacitadora de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina, quien abordó temáticas fundamentales para un buen desempeño del servicio en términos de mercado y desarrollo.

Los participantes pudieron reconocer características de los servicios y particularidades del marketing turístico, nuevos há-

bitos de compras e información, herramientas para una buena realización de la segmentación, cómo se plantea el valor de la marca en turismo, reconocimiento de canales de distribución y venta, la participación en encuentros comerciales, como así también, sobre las nuevas tecnologías enmarcado en los portales de reserva.

Además, el curso tuvo como objetivo brindar información acerca conceptos básicos de revenue management, e instructivos para la conformación del material promocional.

Cabe resaltar que la jornada contó con una gran cantidad de



asistentes, y al finalizar el curso el Protesorero de la AEHG La Plata Sr. Marcelo Aguilar, entre-

go los certificados de asistencia a las personas que participaron de la capacitación.

Curso de Oratoria

Durante los días 21 y 22 de agosto, en las instalaciones de la Escuela Superior de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo, perteneciente a la Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica y Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, se desarrolló un seminario intensivo de Oratoria.

En estas dos jornadas intensivas de trabajo de cuatro horas cada día, se trataron diversos temas, en donde adquirieron conocimientos acerca de los distintos tipos de presentaciones, como alcanzar un mejor impacto en la comunicación, ayudas visuales y el valor del mensaje para poder lograr una correcta planificación en el caso de cualquier presentación en público.

Al finalizar las jornadas, se realizó la entrega de certificados correspondiente a los estudiantes que se hicieron presentes durante estas dos jornadas de capacitación de modalidad teóricas y prácticas.

Ceremonial y Protocolo

Continuando con el ciclo de capacitaciones de la Escuela Superior de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo, perteneciente a la AEHG - La Plata y su Zona de Influencia, durante los días 15, 16 y 17 de julio se realizó el curso de Ceremonial y Protocolo.

Durante estos tres días, los alumnos del seminario recorrieron temas de interés respecto al ceremonial en eventos, organización y distribución de banderas en los salones, entre otros elementos necesarios para el correcto desempeño de un profesional.

Finalizada la capacitación, la Profesora conjuntamente con la coordinadora de la Escuela Superior de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo, hicieron entrega de los certificados de asistencia para los asistentes.

DESTINOS

Rauch

Para ser disfrutado durante todo el año

Campo y ciudad

Rauch, ciudad argentina emplazada en la Pampa Húmeda. Ubicada en el centro-sudeste de la provincia de Buenos Aires, a solo 277 Km de Capital Federal y a 272 km de la ciudad de La Plata. Es la cabecera del partido homónimo con una población de 15.061 habitantes. Se puede acceder por las rutas provinciales 30, 50 y 60, y en tren desde Plaza Constitución (Cap. Federal).

El Partido fue creado por Ley en el año 1865 y en 1872 por el Juez de Paz Francisco Mauricio Letamendi, se hizo la traza del pueblo. La demarcación de sus límites tiene que ver con el sistema fluvial de arroyos naturales (Chapaleofú, De Los huesos y Langueyú) que contienen aguas hacia el Río Salado.

Una ciudad comprometida con el medio ambiente en los tratamientos de los residuos (URRA), cuenta con una estación experimental del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria sección Cuenca del Salado (INTA), que investiga y desarrolla la actividad ganadera de toda la zona.

Rauch, es la sede de competencia en diversos Deportes e instituciones que promueven la cultura folklórica, de diferentes eventos y fiestas populares, como lo son el Encuentro Cultural- Musical y Feria Regional Artesanal del mes de enero y su gran conocida Fiesta Nacional del Ave de Raza, en el mes de Septiembre



Paseos sugeridos:

El Parque Municipal "Juan Silva" con su Museo Histórico Local donde se atesoran distintos objetos que hacen a la historia de la ciudad. El Parque abarca el arroyo Chapaleofú y cuenta con instalaciones para prácticas hípicas y automovilísticas, Puente "Silva" viejo Puente de Bovedilla del año 1875, declarado Monumento de Significación Histórica, Complejo Polideportivo Balneario y Camping Municipal con sus piletones, parrillas, pista de salud, canchas de futbol, tenis, vóley, etc. a la vera del arroyo Chapaleofú son algunos de los paseos turísticos que permiten el contacto con la naturaleza.

La Casa de la Cultura, data del año 1877 conocida como típica construcción chorizo, casa de familia. En el año 1988 pasa a ser propiedad de la Municipalidad con el objetivo de crear y brindar a la comunidad un espacio donde se manifestaran diferentes propuestas culturales, desde 1998 cuenta con su Museo de Artes Plásticas "Faustino J. Bonadeo", Palacio Municipal declarado Monumento Histórico Nacional obra del

Ingeniero Arquitecto Francisco Salamone, Anfiteatro "Rafael A. Arrieta", Parroquia "San Pedro Apóstol" conserva un órgano de 1.554 tubos que fue construido en Milán y llegó a la ciudad en 1924, Centro Cultural "Vieja Usina" construido en el año 1919 y prestó servicio generando electricidad para la ciudad hasta 1965. Hoy el edificio, patrimonio histórico-arquitectónico, es otro espacio sociocultural para la comunidad, conforman el circuito histórico-cultural de la ciudad.

La Isla de Servicios, ubicada al ingreso de la ciudad; es un centro de información turística, promoción y venta de productos y artesanías locales.

Parajes rurales, dignos de conocer: Colman, Miranda con su delegación Municipal obra de Ing. Francisco Salamone, Chapaleofú, Egaña y La Verde, con su Delegación Municipal diseño del Ing. Francisco Salamone.

Entre los paseos obligados al visitar la ciudad, figura el Castillo San Francisco. Se encuentra a 25 km. de Rauch, en la Estación





Egaña, al mismo se puede acceder por ruta provincial 30 acceso Estación Egaña o un camino de tierra paralelo a la vía del ferrocarril desde Rauch o desde el Paraje "De La Canal". Esta mansión construida entre los años 1918 a 1930 por el arquitecto Eugenio Díaz Vélez, nieto del prócer argentino. Cuenta con 77 habitaciones, 14 baños, 2 cocinas, galerías, terrazas, mirador y balcones. El Castillo abre sus

puertas al público los días sábados, domingos y feriados de 10.00hs a 20.00hs.

DISTANCIAS: Buenos Aires 277 Km., La Plata 269 Km., Mar del Plata 238 Km.

Como llegar:

- Ruta Provincial N°30, desde el norte de la provincia de Buenos Aires se conecta con la ruta Nacional N°3 a la altura de Las Flores, viniendo desde La Plata y Buenos Aires.

- Ruta Provincial N°30, desde el sur de la provincia de Buenos Aires se empalma con la Ruta Nacional N°3 a la altura de Tandil.

- Ruta Provincial N°50, desde el sudeste de la provincia de Buenos Aires, desde la ciudad de Ayacucho y viniendo por la Ruta Provincial N°74 hasta la costa bonaerense a través de la Ruta Nacional N°2.

- Ruta Provincial N°60, desde el oeste de la provincia de Buenos Aires, viniendo desde la ciudad de Azul.

- Ferrocarril Roca: desde Plaza Constitución destino Rauch con parada en sus parajes.

Informes: Dirección Municipal de Turismo Isla de Servicios, RP 30 y calle Las Heras.

Tel: (02297)44-2104 / 44-0673

Mail: rauchturismo@gmail.com

Facebook: Rauch Turismo/Twitter: rauchturismo



Ayacucho

Paisaje pampeano

Tumbada sobre las márgenes del arroyo Tandileofú, la ciudad de Ayacucho hace de cabecera del partido homónimo, al nordeste de las Sierras de Tandilia, en territorios de la provincia de Buenos Aires. Es uno de los partidos con mayor extensión de la provincia, dueño de un paisaje netamente pampeano, se destaca por la tranquilidad y la gran producción ganadera.

Lomadas de poca altura irrumpen en las extensas llanuras del paisaje ayacuchense, característicamente mojado por arroyos y lagunas.

Cielo, pampa y tradición definen el atractivo de Ayacucho como un anticipo irresistible de sus alternativas turísticas. Vuelos de bautismo desplegados desde el Aeroclub local permiten abarcar con la mirada la belleza rústica del entorno.

De singular encanto resulta la Fiesta Nacional del Ternero y Día de la Yerra que se lleva a cabo desde 1969 presentando al visitante las actividades del hombre de

campo y el desarrollo económico del partido, anexando a ello espectáculos folklóricos y de destreza criolla, desfiles, exposiciones y ferias de artesanías, cerrando con una propuesta característica, los fogones populares en las calles de la ciudad, que deslumbran por su majestuosidad.

Paseos sugeridos:

Templo Parroquial, Rosedal de la Plaza San Martín, Museo Histórico Regional, Antigua Sociedad Rural, Complejo Recreativo Comunal, Centro Cultural Dr. Pedro Solanet, Parque Municipal Juan Manuel de Rosas, con campo de destreza criolla y pista de ciclismo, Club de Polo, Estancia El Cardal, cuna de los caballos Gato y Mancha.

Informes: Coordinación de Turismo,

Tel. (02296) 45-4949

PLAZA HOTEL AYACUCHO

El Hotel cuenta con cochera cubierta con entrada directa al mismo. Se encuentra el clásico lobby, bar con desayunador y snack bar las 24hs. Cuenta con servicio de lavandería, de telefonía con DDN y DDI, Fax y WiFi. Tiene ascensor, calefacción central, aire acondicionado, Tv cable, y una pileta cubierta a la que se accede con un voucher. Se encuentra ubicado en 9 de julio 970 y sus teléfonos de contacto son (02296) 452300 / 455107.

Mail: plazahotelayacucho@ciudad.com.ar



CALENDARIO DE FIESTAS POPULARES

ABRIL

Pehuajó

5° Festival de Títeres

Berisso

- Festival Cervecero
- Fiesta del Isleño

Bolivar

- Expo Más Caballos
- Fiesta Regional del Jamón Crudo

Campana

Feria de las Colectividades

Carlos Tejedor

Otoño Rock

Brandsen

- Feria de la Economía Social y Solidaria
- Fiesta Provincial del Carruaje

Esteban Echeverría

Expo Echeverría

Florencio Varela

Festival de Chamamé

General Alvear

Fiesta del Mensual de Campo

La Plata

- Fiesta de las Colectividades Latinoamericanas
- Festival de Gastronomía y Cerveza en City Bell

Mercedes

Fiesta Provincial de la Torta Frita

Moreno

Expo Auto Argentino

Quilmes Oeste

Feria de las Colectividades

Rojas

Edición Expomunicipal de la Producción

Saladillo

Encuentro de Aerodelismo

San Miguel del Monte

Encuentro de Payadores en Ramón Evaristo Agustín

Suipacha

Expo Suipacha

MAYO

Ayacucho

Festival de Títeres

Belén de Escobar

Fiesta Popular del Pollo al Barro

Berazategui

Sendero de las Artes

Berisso

- Fiesta Nacional del Coleccionismo
- Fiesta Nacional del Pejerrey

Bolivar

Fiesta del Cerdo en Ibarra



EN NUESTRA ZONA DE INFLUENCIA



JUNIO

Dolores

Fiesta de la Torta Argentina

Ensenada

Feria de las Colectividades

General Alvear

Feria de las Colectividades

La Plata

- Feria de Vinos en City Bell
- Festival Regional de Folklore City Bell
- Grand Prix Centenario City Bell
- Feria del libro ciudad de La Plata

Lobos

Visita de la Cruz de San Damián

Maipú

Edición de la Expo Miel

Marcos Paz

Expo Marcos Paz

Roque Pérez

- Fiesta de la Yerra en el Día del Trabajo
- Cabalgata a La Paz Chica

Salto

- Encuentro de Artesanos del País
- Encuentro de Tallistas en madera

San Antonio de Areco

Fiesta Criolla

Pehuajó

Festival Nacional de Tango

Berazategui

Sendero del Vidrio

Berisso

- Festival de Danzas de Colectividades
- Aniversario de la ciudad

Brandsen

Eco Fiesta

La Plata

- El Arroz con Pollo al Disco más Grande del Mundo
- Festival de Cine de Universidades Públicas "Rec"
- Fiesta de Inti Raymi

Lujan

Fiesta del Sol en Carlos Keen

San Antonio de Areco

Fiesta de San Juan Bautista en Duggan



FIESTA ELEGIDA



DESDE 1969

FIESTA NACIONAL DEL TERNERO Y DÍA DE LA YERRA

AYACUCHO • BUENOS AIRES

Fiesta Nacional del Ternero y Día de la Yerra

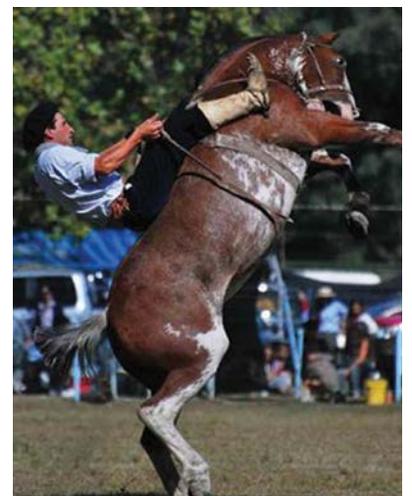
La primera edición de la Fiesta Nacional del Ternero y Día de la Yerra, fue celebrada en el año 1969 en el partido de Ayacucho, ubicado en el sudeste de la provincia de Buenos Aires. Quienes le otorgaron entidad a la fiesta, buscaron recrear a través de los objetos que son celebrados, un sentido de pertenencia a ciertos elementos de una tradición rural, que eran fundamentales en la construcción de la identidad comunitaria en su época fundacional.

Anteriormente, en el año 1967 se produjo una multitudinaria celebración de la yerra en la estancia San Bernardo de los hermanos Alejandro y Ricardo Araoz, dos productores ganaderos (criadores) de Capital Federal. En ésta celebración se originó la idea de que Ayacucho tuviera una fiesta.

Entonces, productores ganaderos, empresarios, figuras públicas y vecinos del sector rural del partido de Ayacucho le die-

ron forma. En ese momento el intendente Schoo Lastra inició las gestiones para la celebración de la fiesta en el partido.

En primera instancia, el objeto era rendir homenaje a la labor del hombre de campo, a través de los elementos característicos que, según quienes conciben la fiesta, dan cuenta de ella: el ternero y la yerra. El ternero se convierte en un objeto de celebración debido a la significación que tenía su pre-



sencia en la estancia San Bernardo. Mientras que la yerra, era una de las expresiones más características de la ruralidad; en ella, el hombre de campo mostraba sus habilidades con el lazo y el caballo. Pero además era uno de los eventos en el que se reafirmaban los vínculos entre los vecinos.

La marcación de terneros no se limitaba sólo a satisfacer una necesidad de índole económica. El período de la yerra constituía, además, una celebración en la que se fortalecían las relaciones sociales propias del mundo rural de la época. La yerra se convertía en un momento de sociabilización y de intercambio cargado de prácticas propias del mundo rural; era la ocasión en la que el patrón expresaba la generosidad de su persona a partir del convite, de la celebración de una fiesta donde la música y la comida ocupaban el centro de la acción, y los peones y vecinos hacían gala de sus destrezas en el baile y la jineteada.

Un conjunto de ciudadanos interesados en la realización de la fiesta se nuclearon en una comisión promotora y emprendieron la realización de asambleas para las cuales solicitaban la concurrencia de toda la comunidad.

La Fiesta Nacional del Ternero y Día de la Yerra, se celebró por primera vez los días 3 y 4 de mayo de 1969. En el cronograma de la primera edición se nota la significación del mundo rural que se está celebrando, la recurrencia a los fogones populares, las destrezas criollas, el desfile tradicional, la elección de la reina.

El festejo del Centenario de Ayacucho en 1966 fue un acontecimiento inmediato a la realización de esta fiesta, que de alguna manera es un antecedente a la celebración, un gran evento que atrajo la participación de la ciudadanía.

Actualmente, la Asociación Civil Fiesta Nacional del Ternero y Día de la Yerra llevo adelante la realización de la 45° Edición de la fiesta, que convoca aproximadamente a 100 mil personas todos los años.

Cabe resaltar que la celebración no se realiza en un predio cerrado sino que, se hacen diferentes shows culturales, gratuitos y pagos en toda la ciudad.



DESDE 1969
FIESTA
NACIONAL DEL
TERNERO
Y DÍA DE LA YERRA
RACONCHO - BUENOS AIRES

Fiesta de la Picada y la Cerveza en Cañuelas

Desde el año 2009, se realiza en la localidad de Uribelarrea esta convocante fiesta, organizada en conjunto por el Gobierno Municipal de Cañuelas y la Asociación de Turismo de Uribelarrea. Esta fiesta nace como una forma de promocionar a Uribelarrea como destino turístico y brinda la posibilidad de exponer y comercializar los productos elaborados de forma artesanal, tanto de los pequeños y medianos productores de Uribelarrea y Cañuelas, como de los productores de cerveza artesanal de diversos puntos de nuestro país.

El crecimiento del evento se viene dando de manera exponencial año tras año, contando unos 8000 visitantes en su primera edición, unos 35000 visitantes en el año 2012, cerca de 40000 en 2013, y tanto en 2014 como en 2015, aproximadamente 60000 personas recorrieron la muestra y asistieron a los shows.

Todos los años se realiza la elección de la reina en el escenario mayor, donde las jóvenes postulantes que representan a instituciones y comercios del partido de Cañuelas buscan lograr el tan ansiado reinado que les brinda la posibilidad de representar a Cañuelas y a Uribelarrea en diversas fiestas populares de la Provincia de Buenos Aires.

Figuras de la talla de Bruno Arias, Marcela Morelo, Luciano Pereyra, Los Pericos, La Franela, Baglietto - Vitale, Los Autenticos Decadentes, QV4, Agapornis, Banda 21, se han presentado como atracción principal en el escenario mayor de la fiesta, sumando a estos a muchísimos más artistas y bandas del ámbito local, tanto en el escenario principal como en el secundario.

El predio se divide en diversos espacios, un patio cervecero, un patio de comidas, un playon de juegos, sector de mesas y el sector del escenario mayor. La fiesta de la Picada y la Cerveza Artesanal ya es un clásico de todos los años y genera un gran volumen de recursos económicos a la población local de uribelarrea, a las instituciones intermedias de todo el partido y a los productores de Cerveza Artesanal de todo el país que participan de este gran evento.



Fiesta del Alcaucil

organizada por la Municipalidad de La Plata

La Municipalidad de La Plata y productores de la región participaron del encuentro de presentación de la fiesta del alcaucil platense que se realizará en Octubre, en el predio de la Estación Provincial del barrio Meridiano V, en 71 y 17.

La ciudad se prepara para una nueva edición de la popular fiesta del alcaucil platense que trae grandes novedades como la reciente adquisición del sello IG: Indicación Geográfica.

Por sus características morfológicas, de especie, de clima y terruño, el alcaucil platense se destaca de otros y adquiere este sello de calidad de instancia nacional e internacional.

Los visitantes podrán degustar platos típicos realizados con alcauciles, además tendrán la oportunidad de ver de cerca la muestra viva que permite conocer todos los estadios de la planta en su proceso de producción.

“La Plata tiene la oportunidad de convertirse en un polo gastronómico regional asociado a

un cordón frutihortícola de gran calidad y magnitud con productos representativos como lo son entre otros el alcaucil platense”, señaló el subsecretario de Desarrollo Económico y Productivo del Municipio.

Por último, se informó que unos 90 microemprendedores de la economía social, completarán la oferta con distintos productos regionales de elaboración artesanal en el tradicional predio de 17 y 71.

En la última edición de los festejos también hubo venta y muestra viva de alcauciles y el patio de comidas funcionó de 10 a 19hs. Como sucedió en la inauguración de la muestra, también se pudo disfrutar de la música de distintas bandas.

Con esta celebración los productores agradecen la cosecha y comparten con la comunidad la tradición del cultivo, que llegó a La Plata con los inmigrantes italianos en la década del 50.



Estancias de la



San Antonio de Areco | La Bamba

Su nombre original estaba escrito en celta: "Bahmaba", lugar de reposo y hospitalidad. Ambas palabras parecen guardar el espíritu de la estancia, una de las primeras en el país en recibir turistas.

Viñedos, galerías y antiguas construcciones coloniales que constituyen el casco de la estancia, se funden con un paisaje pampeano exquisito. Se encuentra ubicada a poco más de 10 kilómetros de San Antonio de Areco, uno de los poblados más antiguos del país. Embellecido por sus calles coloniales y viejos almacenes de ramos generales, el pueblo respira tradición. Allí se puede encontrar el Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes, creador del inmortal Don Segundo Sombra.

La Bamba es una de las estancias más antiguas de estilo colonial argentino. Fue creada en 1830 cuando era una de las postas del antiguo Camino Real que unía a Buenos Aires con Potosí. Entre sus muros hay historias de batallas indígenas y gauchescas. A principios de siglo XX se transformó en estancia pero su pulpería y caballeriza de alguna forma son parte del proceso de construcción nacional. Es

por esto, entre otras cosas que fue declarada monumento nacional por la ciudad de San Antonio de Areco.

En el corazón de una frondosa arboleda, La Bamba ofrece confort en todos sus servicios: habitaciones de primer nivel, sala de billar, sala de masajes, bar y boutique.

La Pulpería es uno de los mayores atractivos, ya que es la parte más antigua de la estancia. Hoy se convirtió en un refugio para leer, descansar o tomar una copa de vino.

Además de cabalgatas, excursiones en bicicletas todo terreno, juegos de bocha, paseos en carro, la estancia cuenta con una gran piscina que seduce a todos los visitantes. Asado, mate, danzas folclóricas, juego de destrezas y doma india resultan los mayores atractivos para quienes buscan comulgar con la identidad del lugar.

La estancia se encuentra abierta todo el año para recibir a los turistas que deseen pasar un tiempo único en un lugar extraordinario.

www.labambadeareco.com.ar

Zona de Influencia



Cañuelas | Villa María

Exuberancia es el adjetivo que cabe para describir la vieja mansión diseñada a fines del siglo XIX por el célebre arquitecto Alejandro Bustillo. Resulta impensable que esa construcción extraordinaria donde sobresale el lujo, los espacios amplísimos y el buen gusto haya sido pensada con residencia de verano. Esas tierras fueron adjudicadas a Félix Alzaga por Juan Manuel de Rosas. Dicen que allí entre eventos familiares y sociales se escribieron varias páginas de la historia de nuestro país. No es difícil imaginarlo: todo allí ostenta poder.

Villa María se encuentra muy cerca de Buenos Aires, en la localidad de Máximo Paz, partido de Cañuelas, a unos escasos 50 minutos si se escoge la Autopista Ezeiza. Cuenta con 11 suites de primer nivel, resto, sala de habanos y billar, biblioteca y todo lo que se pueda imaginar.

Los huéspedes pueden disfrutar de paseos a caballo, vueltas en carruaje, tardes de ciclismo, canchas de tenis, fútbol y vóley, tomar

clases de polo o simplemente recorrer el parque de 70 hectáreas donde conviven 350 especies de árboles. La estancia proporciona a sus visitantes una piscina y un pequeño spa que ofrece servicios de masaje entre otros placeres.

La cocina es casera, gourmet y de autor. Inspirada en la gastronomía clásica argentina de principio del siglo pasado con sutiles toques de modernidad. Además, cuenta con una Cava de vinos ubicada en el subsuelo del Casco Principal que posee los mejores vinos. Allí se pueden realizar degustaciones o cotas privadas con el sommelier de Villa María.

A escasos 20 minutos de Ezeiza, la estancia resulta uno de los mejores destinos para los extranjeros que llegan buscando paz y confort con gusto argentino.

www.estanciavillamaria.com

Cicloturismo



Foto: www.carradice.com.es

El cicloturismo de alforjas es el ciclismo a largas distancias, una actividad recreativa, deportiva y no competitiva que combina la actividad física y el turismo. Consiste en viajar en bicicleta visitando los lugares que se encuentra uno a su paso. Se realiza por placer, no por competición, por lo que no se puede llegar a denominar práctica competitiva.

Se pueden hacer viajes de cualquier duración, tanto en el día como de varias semanas, meses o años. Una persona en razonable forma física y con una bicicleta cargada de equipaje,

puede hacer entre 50 y 150 km por día, dependiendo del tipo de terreno, por lo que se pueden cubrir distancias considerables.

Las configuraciones de bicicleta de turismo son muy variables y pueden incluir de carretera, híbrida, reclinadas, y configuraciones entándem.

Una bicicleta de cicloturismo es una bicicleta diseñada o modificada para manejar el turismo en bicicleta. Para hacer las bicicletas suficientemente robustas, cómodas y capaz de llevar cargas pesadas, características especiales pueden incluir una

larga distancia entre ejes (para el confort de marcha y evitar conflictos entre pedal-a-equipaje), materiales del cuadro que favorezcan la flexibilidad sobre la rigidez (para el confort de marcha), ruedas y neumáticos resistentes (para la capacidad de carga), y múltiples puntos de montaje (para bastidores de equipaje, guardabarros, y botellas de agua).

gunos países disfrutan de redes de carriles bici de largas distancias útiles para ciclistas, como Holanda, Alemania o Inglaterra, pero en general es el propio ci-

cloturista el que va diseñando su itinerario intentando conectar carreteras poco transitadas y/o pistas de tierra en buen estado. Algunas de las rutas más populares son:

Rutas internacionales:

Cicloturismo L'Eroica en el otoño en la región de Chianti en Toscana, Italia

- Europa: Rutas EuroVelo, 12 rutas internacionales de largas distancias que cruzan todo el continente
- América: Carretera Panamericana, Ruta Nacional 40 (Argentina)
- Asia: Ruta de la seda

Para hacer cicloturismo de alforjas se puede utilizar cualquier bicicleta que sea robusta, con componentes fáciles de encontrar en los lugares que pensemos visitar y que sea cómoda para su dueño. Al margen de esta premisa básica, hay todo tipo de formas de enfocar el cicloturismo de alforjas y se puede utilizar cualquier tipo de bici. Sin embargo se suele entender



Foto: www.bicicleting.com

que una bicicleta específica para cicloturismo tiene los siguientes elementos que enumeramos a continuación.

- Cuadro: Puede ser desde cromo-molibdeno a un aluminio de buena aleación. Poniendo la atención en que resista un mayor peso si se viaja con alforjas porque esto implica un peso adicional, pero en general cualquier cuadro de tipo medio es adecuado para iniciar un viaje.
- Ruedas: Llantas de doble pared, radiado a tres cruces y cubiertas mixtas de buena calidad son recomendables para asegurar

que van a resistir el peso adicional de las alforjas.

- Grupo: Se recomienda llevar una relación de marchas que permita subir cualquier rampa con poco esfuerzo, más cercana a los cambios de MTB que a los de carretera.
- Manubrio: (también denominado manillar): Los manillares específicos de cicloturismo se denominan manillares de mariposa, pero es posible ver viajes de muy larga distancia con cualquier tipo de manubrio incluyendo de carretera, MTB doble altura y otros.
- Pedales: Se puede usar cualquier tipo de pedal para cicloturismo pero en el caso de optar por pedales de enganches o calas, se deberían combinar con zapatillas específicas mixtas que permitan caminar fuera de la bici por terrenos quebrados sin resbalar.
- Portaequipajes: Los hay traseros y delanteros, de acero y de aluminio. Se recomienda que sean de acero y robustos.



El auge del turismo religioso

A pocas semanas de celebrarse una nueva Semana Santa, que volverá a movilizar al turismo nacional, cabe destacar la importancia que como tal tiene el Turismo Religioso.

Según el Ministerio de Turismo argentino, es una modalidad de viaje que tiene como principal motivación la fe, la devoción, la creencia, la espiritualidad de los diferentes credos e incluso el interés por visitar las distintas expresiones de arte sacro, incluyendo, además de la visita a lugares sagrados, la participación en celebraciones para descubrir su esencia religiosa, los mensajes que transmiten, el valor histórico y la belleza artística de los mismos.

Según se estima desde la Organización Mundial del Turismo (OMT), entre 300 y 330 millones de turistas visitan cada año los enclaves religiosos más importantes del mundo, sumando aproximadamente 600 millones de viajes.

Por tal motivo, el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai expresó que el turismo religioso puede convertirse en un valioso instrumento para concientizar sobre la importancia de salvaguardar el propio patrimonio y el de la humanidad. Además, explicó que esto puede significar una ayuda para conservar estos importantes enclaves para las generaciones futuras.

En este sentido, Argentina cuenta con una amplia oferta en materia de religiosidad: circuitos por templos e iglesias históricas, Vía Crucis, rituales tradicionales y mucho más. Nuestro país se erige en la región como una referencia en la materia.

A continuación se exponen algunas de las celebraciones más relevantes que invitan a recorrer las provincias argentinas. También los destinos cercanos que se perfilan como los preferidos para quienes aprovechan el fin de semana largo para descansar fuera de nuestras fronteras.

Tucumán: Museo de Arte Sacro

Construido en 1968, nació como museo de la iglesia Catedral. Las piezas que se exhiben en las distintas salas reflejan la historia y

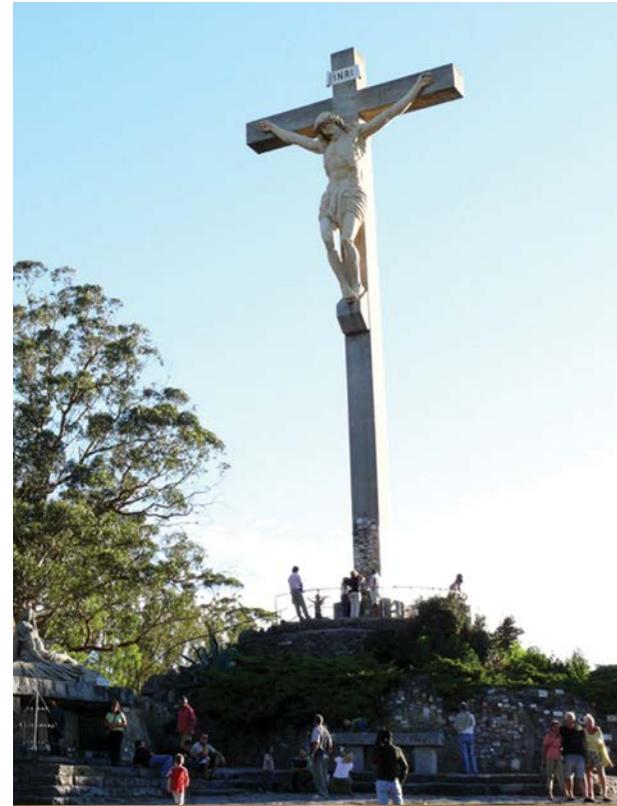
el arte de la iglesia católica y de la sociedad tucumana desde el siglo XVII: pinturas, esculturas, platería, ornamentos, mobiliarios, etc. El objetivo de su creación fue rescatar las piezas artísticas de distintas iglesias y capillas que con el Concilio Vaticano II quedaron en desuso, para preservarlas y darlas a conocer a las futuras generaciones.

El Circuito de las Yungas es otra de las opciones que incluye, por ejemplo, la visita a la Parroquia Nuestra Señora del Valle (Yerba Buena), o al Cristo Bendicente, magnífica obra que fue realizada por el célebre escultor tucumano Juan Carlos Iramain. Desde entonces el Cristo significó el aporte de una fisonomía propia de la montaña, en una actitud protectora a todo lo que se despliega en el llano.

Otro evento llamativo es la representación de la Pasión de Cristo, en Tañá del Valle: es una obra conmovedora en un escenario de valles y cerros digno de ser conocido. La Pasión revive las últimas horas de Cristo y se realiza al aire libre en un entorno natural que le otorga un gran realismo a la escenificación, representada por 30 actores del elenco de la Fundación Teatro Universitario y más de 100 lugareños.

Tandil

Si bien durante el año es visitada por miles de turistas, durante Semana Santa la ciudad se transforma en un símbolo. Fieles llegados desde todos los puntos del país la transforman en el principal punto religioso para recordar la pasión de Cristo en la provincia de Buenos Aires. Esta elección de la grey católica está relacionada con el emplazamiento, en la década del 40, de una enorme cruz con su correspondiente Cristo en un cerro que fue bautizado como "Calvario". Alrededor de su cruz de mármol de 22 metros de altura, año a año se produce una de las mayores manifestaciones de fe cristiana en el país.



Córdoba : Ruta Turística del Cura Gaucho

Es uno de los flamantes atractivos que ofrece la provincia, invita a conocer los pasos del Cura Brochero, santificado en Roma por el Papa Francisco el año pasado. Ese recorrido pasa por Villa Santa Rosa de Río Primero, la ciudad de Córdoba, Villa Cura Brochero y Traslasierra, donde llevó adelante su obra. El recorrido se caracteriza por su significación espiritual, además de la belleza urbana y paisajes naturales imponentes. La ruta, que se propone bajo el nombre de "Huellas del Cura Gaucho", está dividida en tres etapas niñez, formación y obra del Santo cordobés.

El primer tramo, por ejemplo, se conoce como "Huellas de Brochero en Villa Santa Rosa de Río Primero", la tierra que lo vio nacer, crecer y forjar su destino. Se guardan los primeros lugares que transitó. Ya de sacerdote retornó varias veces a la Villa, no sólo a visitar a su familia, sino a brindar ejercicios espirituales y a promover la educación religiosa de la zona, una constante en su vida.

Dividido en seis puntos, el recorrido incluye, entre otros, la visita por el Colegio Santísi-



ma Rosario, que el Cura Brochero ayudó a terminar consiguiendo fondos del Gobierno Provincial. Él mismo lo inauguró y bendijo sus aulas. En la Placita Vieja (recientemente nombrada Plaza Cura Brochero), por caso, se encuentra una representación de la Primera Capilla de la Villa, donde bautizaron al cura. Cómo no mencionar el balneario "El Milagro", donde recibió su primera señal milagrosa a la que respondió convirtiéndose en sacerdote años más tarde. Existe la posibilidad de visitar la casona donde nació, declarada Monumento Histórico Nacional en 1976, también funciona como el "Museo Casa Natal Cura Brochero".

Puerto Madryn: Vía Crucis Submarino

Cada Semana Santa la ciudad chubutense ofrece a locales y turistas vivir una experien-

cia única: el Vía Crucis Submarino de Puerto Madryn, el único en el mundo con estaciones submarinas.

La procesión empieza en la Parroquia Sagrado Corazón de Jesús, frente a la Plaza San Martín, y recorre ocho estaciones en distintos puntos de la ciudad hasta llegar al Muelle "Comandante Luis Piedra Buena". Ahí, el sacerdote, la cruz y los seguidores buzos siguen bajo el agua por seis estaciones más, mientras que el resto de la congregación, desde la orilla, en kayaks, veleros o pequeñas embarcaciones, los mira y participa desde la superficie.

Lo particular de este evento es que, en las últimas estaciones, un sacerdote o un laico consagrado relata el camino de la cruz debajo del agua, a través de un hidrófono, mientras la cruz es transportada por buzos profesionales y deportivos. La procesión submarina finaliza con la salida a la playa del sacerdote y la cruz, donde el público los espera junto a una fogata, cantando y portando velas con tulipas.

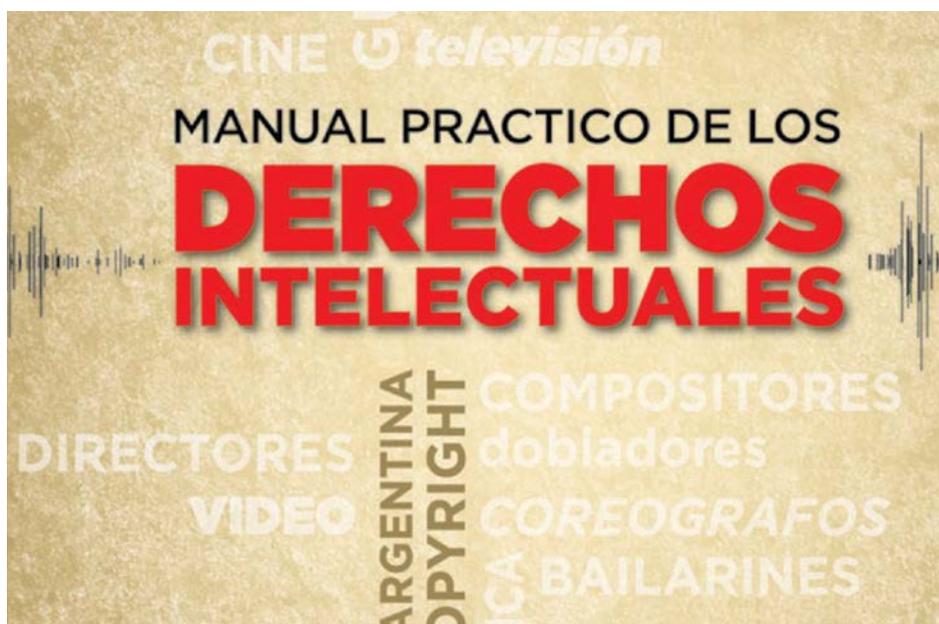
Derechos Intelectuales

El departamento de derechos intelectuales de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina, confeccionó un manual práctico de los derechos intelectuales manifestando su significado y en justificación de la importancia de saber por qué deben ser pagos por todos los empresarios.

Por otro lado, en dicho manual se podrá observar cada una de las entidades a las que se deben tributar y quienes la representan.

Como así también se podrá observar de esta forma, los distintos comercios que tienen firmado FEHGRA con dichas instituciones.

Para más información no dude en contactarse con los teléfonos de nuestra entidad (0221) 4259936-4893422



Consejos para

El uso racional de energía para establecimientos hoteleros y gastronómicos debe ponerse en práctica, el mismo permitirá el ahorro del 30% de la energía consumida por las empresas de todo el sector.



- Arregle todas las ventanas, puertas y persianas mal ajustadas que puedan producir corrientes de aire. Piense seriamente en la instalación de doble cristal.
- Con la instalación de toldos en las ventanas orientadas al este y al Oeste eliminará en verano la radiación solar, con lo que disminuirá las necesidades de climatización.
- Evite utilizar en la habitación equipos que generen calor.
- Mantenga las ventanas y puertas cerradas.
- No permita que las cortinas y plantas interfieran con la estufa o el acondicionador de aire.
- Utilice aire acondicionado únicamente en las áreas en que realmente se requiera.
- El aislamiento de paredes y techos protege tanto del frío como del calor y de los ruidos.
- Las alfombras reducen la pérdida de calor por el suelo.
- Utilice acabados claros en techos, paredes, pisos y mobiliarios.
- En 15 minutos se le ventila una habitación, luego cierre las ventanas y ahorrará refrigeración o calor.
- Al comprar un electrodoméstico, elija el de menor consumo en agua y electricidad.
- Solicite siempre que le informen de estos consumos y no compre ningún electrodoméstico sin leer las condiciones técnicas.
- Regule la temperatura de climatización en torno a 22° C y el agua caliente a 45° C.
- Detrás de los radiadores coloque papel de aluminio para que con la radiación calorífica se refleje. Elimine los cubre radiadores.
- Si es posible utilice paneles solares para calentar el agua de los radiadores.
- Instale restrictores de flujo para ducha e inodoro, ahorrará agua, cuyo bombeo, purificación y transporte consume energía.
- Evite abrir la puerta del refrigerador frecuentemente. Asegúrese que la puerta selle bien.
- Asegúrese que haya suficiente ventilación entre la heladera y las puertas y gabinetes que lo rodean.
- Revise periódicamente sus aislaciones y limpie sus condensadores para que operen con mayor eficiencia.
- Ahorre luz, aprenda a utilizar más eficientemente la iluminación.
- Apague las luces siempre que salga de una habitación.
- Mantenga las lámparas limpias. El polvo reduce su capacidad de iluminación.
- Use lámparas con la potencia apropiada para sus necesidades.
- Escoja luces fluorescentes en vez de luces incandescentes.
- Para iluminación exterior, utilice luces de sodio en vez de luces de mercurio.
- Use fuentes de luz de alta eficiencia.
- Asegúrese de que la capacidad de su instalación y equipo eléctrico sea el adecuado

ahorrar energía

para la carga a suministrar, evitando con ello pérdidas por calentamiento o bajas en su eficiencia.

- Diseñe la iluminación para la actividad planeada (más luz en el área en que se desarrolla la actividad, que en sus alrededores).
- Aproveche la iluminación natural mediante la orientación adecuada de ventanas.
- Evite la centralización de interruptores de iluminación, para evitar que las lámparas que no se utilizan permanezcan encendidas.
- Balancee adecuadamente sus circuitos de alimentación para evitar calentamiento en algunos de ellos.
- Seleccione los motores de acuerdo a su ciclo de trabajo, evitando su sobre dimensionamiento.
- Mantenga en óptimas condiciones los sistemas de iluminación, refrigeración, ventilación y motores para evitar una disminución en su eficiencia.
- Compruebe que su instalación no tenga fugas, haga revisarla por un electricista competente regularmente.
- Utilice controles automáticos de apagado en áreas externas e internas que lo requieran.
- Instale capacitores fijos o automáticos cuando se presente un factor de potencia inferior a 0.9.
- Elimine los picos de demanda utilizando uniformemente la energía eléctrica durante

el día, utilizando en su caso un control automático y programable de cargas.

- Automatice el horario de encendido y apagado de las luces en parques, jardines, vidrieras, etc., con el uso de una fotocélula eléctrica.
- Utilice detectores de proximidad para el encendido de luces puntuales o de lugares de poco acceso.
- Utilice interruptores temporizados automáticos, para lugares de circulación.
- Capacite e involucre a su personal en planes de ahorro y manejo eficiente de la energía.
- Mantener las computadoras, impresoras, facsímiles o fotocopadoras apagadas cuando están fuera de uso.

La mayoría de los expertos coinciden en que apagar y encender no tendrá efectos significativos en la operación o vida útil de los mismos. También se recomienda adquirir equipos que tengan la opción de apagado automático o bajo consumo cuando no están operando.

- Promover la "cultura del apagado" entre los clientes cuando sea innecesario el uso de aparatos eléctricos.
- Para el secado de ropa se aconseja aprovechar al máximo la luz solar, o realizar un pre secado en tendederos bajo techo translúcido y luego terminar el secado con gas o vapor para reducir consumo eléctrico.
- Se recomienda desconectar periódicamente los refrigeradores para limpiar el polvo de los evaporadores y revisar los empaque de

las puertas. No introducir alimentos calientes directamente al refrigerador sino esperar a que estén a temperatura ambiente.

- En sistemas centralizados de agua caliente se recomienda utilizar los de gas licuado o LPG. Por otra parte, las termo duchas se pueden operar en posición media para reducir el consumo de energía y agua.
- Los filtros de los sistemas de aire acondicionado deben limpiarse de manera periódica para mantener la eficiencia de los equipos.



Alojamientos informales

La Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica, Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia como hemos manifestado en el número anterior de nuestro órgano de difusión La Industria de la Hospitalidad, ha sido convocada por tercera vez al tratamiento de la ordenanza municipal para regular los alojamientos temporarios en la ciudad. La Cámara de Hoteles de la Asociación ha realizado por tercera vez consecutiva otra modificación, a la ordenanza planteada por la Presidente del Consejo Deliberante de la Municipalidad de La Plata Prof. Valeria Amendolara, la cual le venimos a manifestar la preocupación por la cantidad de alojamientos temporarios que hay en la ciudad y que no se encuentran regulados por ningún organismo.

De acuerdo a lo que indica la ley provincial de alojamientos temporarios deben ser considerados como extra hoteleros por tal motivo, lo que considera la Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica y Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia es la siguiente postura.



Informe

Resultan constantes las acciones que realiza esta Asociación vinculado a una problemática que afecta no solo a la ciudad de La Plata, sino también a la zona de influencia como es la falta de una regulación precisa y equitativa vinculada a la locación de inmuebles (departamentos de alquiler) con fines turísticos, dado el gran desarrollo de estos tipos de alojamientos que importan una verdadera “competencia desleal” para el sector hotelero.-

En particular, la Asociación estuvo presente las Audiencias Publicas llevadas a cabo por la Comisión Bicameral para la Reforma, Actualización y Unificación de los Códigos Civil y Comercial de la Nación, llevadas a cabo en la ciudad de La Plata durante el mes de septiembre de 2012, mediante una ponencia presentada por la Comisión Directiva de

la misma –siendo expositor el Dr. Barone-, siendo el punto 2 de la ponencia mencionada el tema de “Las LOCACIONES URBANAS y el abuso de la figura del alquiler temporario con fines de turismo”. Justamente ante dicho auditorio se realizó una actividad conjunta con la FEHGRA, a los fines de solicitar la regulación específica de este tipo de locación, en la cual se solicitaba la reforma del art. 1199 del Código Civil, en el cual se indicaba específicamente que en el caso de tratarse de una “habitación con muebles que se arrienden con fines de turismo, descanso o similares. Si el plazo del contrato supera los SEIS (6) meses, se presume que no fue hecho con esos fines”. El plazo, según se sostuvo en crítica al proyecto, no debería exceder de 3 meses.-

en Argentina

Asimismo debemos tener presente la existencia de la ley específica como ser la ley de locaciones urbanas que en su redacción actual no regula esta problemática, teniendo en cuenta que estos arrendamientos turísticos o departamentos turísticos presentan en la actualidad la siguiente problemática:

1. El personal que presta servicios en dichos establecimiento no se encuentra alcanzado por las normas laborales que regulan la actividad hotelera (el CCT 389 /04).-

2. Por lo expuesto, estos establecimientos encubiertos no cumplen con las normas de seguridad e higiene en el trabajo, ni contratan ART, ni seguros obligatorios.-

3. Además no pagan –al no estar registrados ni controlados por el estado- los tributos que corresponden a los establecimientos hoteleros, como ser: el IVA, el impuesto sobre los INGRESOS BRUTOS, el impuesto Inmobiliario –en el carácter Commercial según su valuación fiscal –actividad comercial-, situación que se extiende también al pago de ABSA, Tasa Municipales (Alumbrado, Barrido y Limpieza), Tasas de Seguridad e Higiene Municipal; tampoco cumplen con los seguros correspondientes al comercio, responsabilidad civil, carteles colocados en la vía publica, seguros del personal –excluidos ART-, tampoco abonan por derechos intelectuales (entidades SADAIC, ADICAPIF, DAC, SAGAI). Por otro lado, los servicios de los establecimientos hoteleros (Internet – WI FI- teléfono, gas y luz) lo son con tarifas comerciales mucho mas elevadas que los domicilios particulares.-

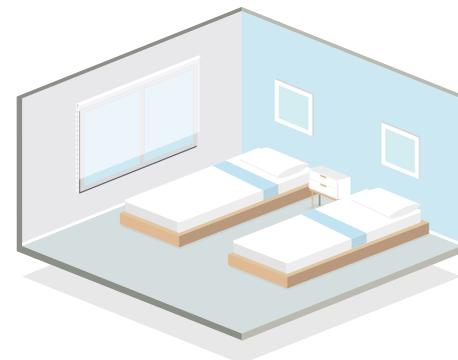
4. No cumplen con las normas de habilitación y registro de lavaderos industriales obligatorios para la actividad hotelera y gastronómica en la Provincia de Buenos Aires (Decreto Provincial 4318/98 y Resolución de la Secretaria de Política Ambiental Nro. 468/99, entre otras).

5. No tienen planes de contingencias ante cuestiones vinculadas a la seguridad del inmueble y sus pasajeros.

6. No cumplen, en su mayoría, con las normas propias de su ubicación como ser los reglamentos de consorcios de co-propiedad, siendo que los restantes co-propietarios desconocen cual es la utilidad del inmueble, observando que día a día las personas que “habitan” dichas unidades van cambiando permanentemente.-

Ante esta estado de situación la regulación de esta fenómeno deviene impostergable, motivo por el cual cualquier consideración en cuanto al tiempo de extensión de un alquiler con fines de turismo que exceda al plazo de 3 meses, necesariamente debe ser regulado por una norma sobre locaciones urbanas ya que dicha extensión excede lo que puede exceder la actividad del turismo.-

Sin perjuicio de lo expuesto, lo que se requiere no es la eliminación de este tipo de alquileres sino que exista una regulación equitativa para todos los oferentes del servicio de alojamiento por cuanto una regulación que beneficie o promocióne alguna actividad en particular será, irremediamente, en perjuicio de la otra.-



La importancia de saber escuchar al cliente

Muchos empresarios caen en el error de no tomar en cuenta las opiniones, comentarios, sugerencias, críticas o quejas de sus clientes.

No saben escuchar a sus clientes, y ello muchas veces se traduce en la toma de malas decisiones, el diseño de malas estrategias, la imposibilidad de captar nuevos clientes, y la pérdida de los clientes con los que ya se cuenta.

La importancia de saber escuchar a nuestros clientes radica en que ello nos brindará información útil para nuestra empresa o negocio, que nos permitirá diseñar estrategias de marketing más efectivas, saber en qué debemos mejorar o qué debemos cambiar y, en determinados casos, brindar una atención personalizada.

Siempre que nos sea posible debemos prestar atención, tratar de descifrar o averiguar de nuestros clientes:

- sus verdaderas necesidades.
- sus preferencias o gustos.
- sus costumbres o hábitos de consumo.
- lo que más les gusta de nuestros productos o servicios.
- lo que menos les gusta de nuestros productos o servicios.
- lo que les gustaría que se mejorara o que se cambiara en nuestros productos o servicios.



- por qué nos prefieren a nosotros en vez de la competencia.

Y luego, con esta información, diseñar estrategias de marketing más efectivas como, por ejemplo:

- diseñar o modificar productos o servicios de tal manera que se adapten a sus necesidades o preferencias.
- definir precios más acordes con su economía o situación financiera.
- establecer canales de venta que les sean más accesibles.
- seleccionar medios publicitarios que más efectividad tengan en ellos.
- redactar mensajes publicitarios que más impacto tengan en ellos.

Contar con esta información también nos permitirá saber en qué debemos mejorar, qué debemos cambiar o qué debemos quitar en nuestros productos o servicios y, en determinados casos, diseñar un producto o servicio exclusivo, de acuerdo a sus necesidades o preferencias particulares.

Para recabar esta información de nuestros clientes, podemos por ejemplo:

- hacer pequeñas encuestas.
- crear un buzón de sugerencias.
- realizar pequeñas entrevistas a modo de conversación, por ejemplo, al momento de venderles un producto o brindarles un servicio.
- invitarlos a almorzar o a alguna reunión o actividad.
- llamarlos después de haber realizado la compra y pedirles su impresión sobre el uso del producto.
- llevar una base de datos o realizar estadísticas.

En resumen, siempre debemos estar atentos a las opiniones, comentarios, sugerencias o quejas de nuestros clientes y, por otro lado, siempre debemos tratar de descifrar o recabar información sobre ellos, tal como sus necesidades, preferencias y hábitos de consumo, a través de, por ejemplo, pequeñas encuestas o entrevistas. Con esta información podremos diseñar estrategias de marketing más efectivas, sabremos en qué debemos mejorar o qué debemos cambiar en nuestros productos o servicios, y brindar a determinados clientes una atención personalizada de acuerdo a sus necesidades o preferencias particulares.

Socios de la Entidad pueden contar gratuitamente con cartas gastronómicas en Sistema Braille

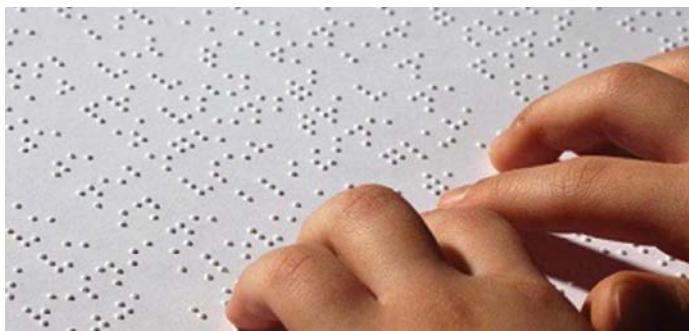


Luego de un acuerdo entre la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de influencia presidida por el Presidente Claudio N. Aguilar y la Escuela de Educación Especial N° 515 para Ciegos y Disminuidos Visuales a cargo de la Dir. Sonia Malvendres, nuestros asociados del sector gastronómico podrán acceder a un servicio gratuito de cartas en sistema braille, con el fin de fomentar la accesibilidad de ciudadanos locales, visitantes y turistas.

La incorporación de esta significativa prestación da respuesta a una conjunción de acciones éticas abordadas por nuestra institución, con el objeto de continuar mejorando la calidad de vida de nuestra

comunidad a partir de una re-educación ciudadana para la accesibilidad de los entornos públicos y privados de La Plata y Zona de Influencia.

La confección y diseño de las cartas universales está coordinado por la Prof. Adriana Rimoldi y se desarrollan desde el Gabinete de Preparación de Material Didáctico de la Escuela Especial N° 515.



La experiencia de respetar el derecho a la inclusión

El Proyecto de Ley fue presentado en 2011 por la ex Senadora Provincial Sra. Viviana Arcidiácono y fue aprobado con el fin de equiparar y promover la inserción social frente a los deberes de solidaridad, en consonancia con el artículo 36 inciso 5 de la Constitución de la Provincia de Buenos Aires.

El material se presenta de igual forma y contenido que las cartas habituales, con la denominación y el respectivo listado de platos, bebidas y precios actualizados, plasmado en papel chambril con una portada que cuenta con logo y datos del establecimiento.

La Escuela N°515 para alumnos Ciegos y Disminuidos Visuales: "Elina Tejerina de Walsh" (en honor a su primera directora), fue creada el 30 de Septiembre de 1950 por el Ministerio de Educación de la Provincia de Buenos Aires. Depende de la Dirección General de Escuelas y Cultura y de la Dirección de Educación Especial. Desde 1966 comienza a educar con el sistema de integración.

Su objetivo es lograr el mayor grado de autonomía posible de cada alumno y su inclusión pedagógica, familiar y social.

La Escuela 515 atiende a 169 alumnos con discapacidad visual que se encuentran transitando por el Sistema Educativo en los niveles Inicial, Primaria y Secundaria.

SERVICIOS PARA SOCIOS

ASESORES

Para consultar con nuestros asesores debe comunicarse a los teléfonos de nuestra entidad:
(0221) 4259936 - 4893422

• Jurídico

Dr. Matías Barone: Asesoramiento Jurídico Laboral en nuestra sede social.

Dr. Luis Martín Elhelou & Asociados: Estudio Jurídico en Derecho Provisional. Jubilaciones, Pensiones, Reajustes.
G.A.E. - Grupo de Asesores Externo: Consultora de Higiene y Seguridad en el trabajo.

Dr. Carlos Castro: Asesoramiento Jurídico Laboral

• Asesoramiento Jurídico Integral

Dr. Oscar Ramirez Gómez:

E-mail: estudioramirezgomez@hotmail.com

Escribanía Basavilbaso Pedro y Facuendo escribanos:

Escribanos a nuestro E-mail:

escribaniabasavilbaso@arnet.com.ar

• Contable

Cdor. Federico Iturriaga y Pablo Aón

Cdor. Carlos Martínez

Cdor. Osvaldo Cacace Estudio

• Medioambiente

G.A.E. Grupo Asesor: Consultora de Higiene y Seguridad en el Trabajo. E-mail: gae_preencion@hotmail.com
Higiene y Seguridad en el Trabajo - Medio Ambiente - Efluentes líquidos - sólidos - gaseosos - servicios industriales.

Laboratorio Rivadeneira: Análisis clínicos y bacteriológicos, micológicos, parasitológicos e inmunológicos.

labrivadeneira@yahoo.com.ar

• Otros

POYIN Gastronomía Comercial: 15% de descuento en línea de productos de cocción, distribución, lavado de vajilla y refrigeración línea Fagor. ventas@poyin.com.ar

GANI S.A.: Colchones 15% de descuento.

gan@igani.com.ar / www.gani.com.ar

Riesgo Uno: Asesoramiento en Seguridad, Higiene y Medio Ambiente. Lic. Bernabé Domínguez.

E-mail: dmbz3590@hotmail.com

La Cardeuse: Contacto Enrique Andreoli

E-mail: hoteles@lacardeuse.com.ar

Dra. Elizabeth Rivadeneira: Laboratorio Bioquímico

• Instituto Superior de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo "Ángel Salvadori"

Donde se dictan la carrera de Técnico Superior en Hotelería, Técnico Superior en Turismo, Técnico Superior en Servicios Gastronómicos, Técnico Superior en Guía de Turismo y Pastelero Profesional. Descuentos a asociados y propietarios de los establecimientos asociados.

• Escuela Superior de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo

Se dictan cursos de capacitación en lo que respecta a la organización de eventos, banquetes y catering, protocolo y ceremonial, barman profesional, informática, pastelería y repostería, manipulación de alimentos. Descuentos a asociados y propietarios de los establecimientos asociados.

Nuevo Beneficio para los Asociados

La empresa San Telmo Equipamientos S.A. (equipamientos, cámaras frigoríficas, bateas, cámaras modulares, etc.) ha firmado un acuerdo con nuestra entidad, por el cual los establecimientos asociados se verán beneficiados con un 5% de descuento, acreditando su membresía con el carnet social de la AEHG- La Plata.

San Telmo Equipamientos S.A.
Córdoba 6931 (Ruta 8Km 20,100)
1657 - Loma Hermosa
Provincia de Buenos Aires

Tel. (011) 4769-5618/5619
Fax: (011) 4769-1917
E-mail: stesa@stesa.com.ar
www.stesa.com.ar

- **Bibliotecas a disposición de los Alumnos**

Una académica y otra institucional.

- **Publicaciones a disposición de los Socios**

PERIODICOS: El Día, Diario Hoy, Diario Clarín, Diario Ámbito Financiero.

SEMANARIOS Y REVISTAS; Varios del Sector hotelero y gastronómico: Gata Report, La Agencia de Viajes, La Industria de la Hospitalidad. Revista de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina. Revista Comerciar de la Coordinadora de Actividades Mercantiles de Argentina. Revista de la Cámara Argentina de Turismo. Revista del Museo de la Ciudad de La Plata y varios. Revistas Varias.

- **Promoción en Stands**

Promoción para establecimientos en stands institucionales en nuestra sede social, en ferias nacionales e internacionales.

- **Seguridad e higiene**

La Asociación de La Plata y su Zona de Influencia firmó un convenio con una empresa de higiene y seguridad, a la cual usted podrá realizar consultas de asesoramiento sobre medidas de seguridad contra siniestros.

E-mail: sadefseguridad@yahoo.com.ar

Por Almirón Jorge, Lic. es Seg. Hig. y Cont. Amb. Lab. / Dominguez D. Bernabé, Lic. en Seg. Hig. y Cont. Amb. Lab. / De Ferrari José Luis, Lic. en Seg. Hig. y Cont. Amb. Lab.

- **Cartas en sistema Braille**

Para mayor información acercarse a la Asociación en calle 6 N° 554 o enviar un mail a gerencia@aehg-laplata.org.ar

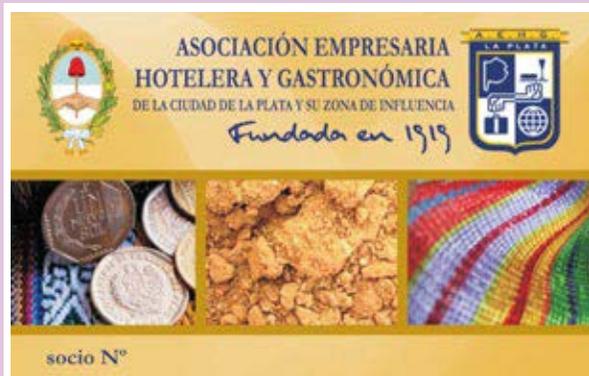
Cómo matar a una Asociación

- No concurriendo a las Asambleas
- Concurriendo y hacerlo tarde.
- No asistiendo a las reuniones para las cuales fueron citados.
- Murmurar contra las autoridades y contra los demás asociados
- No aceptando cargos. Es más fácil criticar que hacer.
- Sentirse molesto si no se es electo. Si se lo elige, no asistiendo a las reuniones de la Comisión Directiva.
- Pagar la cuota lo más tarde posible o no pagarla.
- Solicitada su opinión por el presidente, contestar que nada tiene que decir. Terminada la reunión, decir lo que se debía haberse hecho.
- No hacer sino lo estrictamente necesario. Pero si otro socio de buena voluntad y con todo desinterés se pone a la tarea para que las cosas marchen bien, vociferar que la asociación está en manos de una camarilla.
- No incomodarse en buscar socios nuevos, porque esa es tarea del presidente, el secretario y el tesorero.

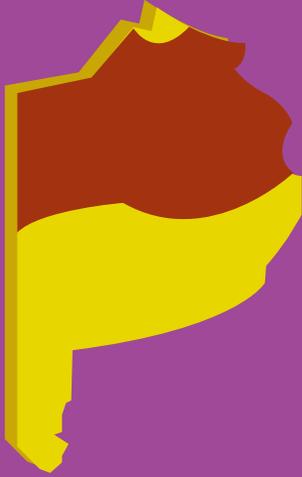
Este decálogo ha sido transcrito del American Association Journal de EE.UU.

TARJETA DE SOCIO

Invitamos a nuestros socios que aún no tengan la tarjeta de identificación de su establecimiento que la pueden solicitar en nuestra sede social comunicándose a nuestros teléfonos. Esta tarjeta les servirá para que puedan utilizar todos sus beneficios que poseen como asociados.



ZONA DE INFLUENCIA



ALBERTI	COLON	LA MATANZA	QUILMES
ALMIRANTE BROWN	CORONEL BRANDSEN	LANUS	RAUCH
AVELLANEDA	DOLORES	LA PLATA	RIVADAVIA
AYACUCHO	ENSENADA	LAS FLORES	ROJAS
BELEN DE ESCOBAR	ESTEBAN ECHEVERRIA	LEANDRO N. ALEM	ROQUE PEREZ
BERAZATEGUI	EVA PERON	LINCOLN	SALADILLO
BERISSO	EZEIZA	LOBOS	SALTO
BOLIVAR	FLORENCIO VARELA	LOMAS DE ZAMORA	SAN ANDRES DE GILES
BRAGADO	GRAL. ALVEAR	LUJAN	SAN ANTONIO DE ARECO
CAMPANA	GRAL. ARENALES	MAGDALENA	SAN MARTIN
CAÑUELAS	GRAL. BELGRANO	MAIPU	SAN MIGUEL DEL MONTE
CAPILLA DEL SEÑOR	GRAL. GUIDO	MARCOS PAZ	SAN VICENTE
CAPITAN SARMIENTO	GRAL. LAS HERAS	MERCEDES	SUIPACHA
CARLOS CASARES	GRAL. PAZ	MERLO	TAPALQUE
CARLOS TEJEDOR	GRAL. PINTO	MORENO	TORDILLO
CARMEN DE ARECO	GRAL. RODRIGUEZ	MORON	TRENQUE LAUQUEN
CASTELLI	GRAL. SARMIENTO	NUEVE DE JULIO	TRES DE FEBRERO
CHACABUCO	GRAL. VIAMONTE	PEHUAJO	VEINTICINCO DE MAYO
CHASCOMUS	GRAL. VILLEGAS	PELLEGRINI	ZARATE
CHIVILCOY	HENDERSON	PUNTA INDIO	

92 Partidos dentro de su Zona de Influencia en la Pcia. de Bs.As.



A las empresas hotelero-gastronómicas-pasteleras de la ciudad de La Plata y Zona de Influencia, les recordamos que se encuentran a su disposición nuestros servicios, y a las empresas que no se hayan asociado aún, les adjuntamos la Ficha de Solicitud de Afiliación para completar y enviar por fax o mail, y de esta forma empezar a gozar de nuestros beneficios.

Visite nuestra web: www.aehg-laplata.org.ar | presidencia@aehg-laplata.org.ar

CÁMARAS



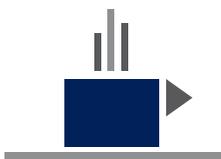
Cámara de Hoteles
de la Ciudad de La Plata
y su Zona de Influencia

La Cámara de Hoteles se encargó de la distribución del nuevo Manual de Derechos Intelectuales que ha elaborado la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina; manual práctico que manifiesta la importancia de saber porque deben ser pagados por todos los empresarios del sector.



Cámara de Restaurantes
de la Ciudad de La Plata
y su Zona de Influencia

La Cámara de Restaurantes ha estado realizando un relevamiento de información sobre los distintos organizadores de eventos gastronómicos que hoy son una competencia desleal para nuestro sector. Estas son nuevas modalidades de realizar la venta de productos gastronómicos de manera informal.



Cámara de Confiterías y Pastelería
de la Ciudad de La Plata
y su Zona de Influencia

La Cámara de Confiterías y Pastelería llevará a cabo la acción de la Rosca Comunitaria, donde ha realizado la donación de la Rosca Comunitaria, donde ha realizado la donación de roscas a distintas instituciones de beneficencia. Por otro lado, se encuentra proyectando las actividades a llevarse a cabo para el evento de la Fiesta del Pan Dulce Artesanal Argentino para el mes de diciembre.



La Cámara Bonaerense de Turismo se ha reunido con el Municipio de Mercedes, San Andres de Giles, Brandsen y Bragado, para llevar a cabo la preparación de la Fiesta Provincial de la Galleta en cada uno de los municipios mencionados; como así también los preparativos para el Torneo de la elección de la mejor galleta realizada en estos municipios que tienen un potencial a base de trigo.



Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia

Calle 6 N° 554 (1900) La Plata - Buenos Aires - Telefax (0221) 425-9936 / 489-3422
presidencia@aehg-laplata.org.ar | www.aehg-laplata.org.ar

SOLICITUD DE AFILIACIÓN

_____ de _____

Sr. Presidente:

Tengo el agrado de dirigirme al Presidente y por su intermedio a la Honorable Comisión Directiva, a los efectos de presentar al establecimiento para la categoría de SOCIO ACTIVO – ADHERENTE y a tal fin acompaño los datos personales y de la empresa.

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Razón Social _____ Cuit _____

Tipo de empresa Unipersonal Soc. de Hecho SRL Otras

Domicilio _____

Domicilio de Cobro _____

Teléfono Prefijo _____ N° _____

Localidad _____ Partido _____

Cargo en la misma _____

E-Mail _____ Web _____

DATOS PERSONALES

Apellido y Nombre _____ Tipo y N° Documento _____

Fecha de Nacimiento _____ Domicilio Particular _____

Estado Civil _____ Localidad _____ CP _____

E-Mail _____

Firma _____ Aclaración _____

Rubro _____ Categoría _____

Resolución _____ Reunión de Comisión Directiva ____/____/____

Firma del Promotor _____

DIVISIÓN HOTELERA

LA CARDEUSE

COLCHONES Y SOMMIERS



www.lacardeuse.com.ar

★★★★★

0810-888-2273

hoteles@lacardeuse.com.ar



CAFÉ
PARANA
el sabor del buen café

ISO 9001 - ISO 14001

BUREAU VERITAS
Certification



TOSTADERO PARANA S.A.

TELEFONOS: (54-11) 4652-6228 / 4454-5975

WWW.CAFEPARANA.COM

SEGUINOS EN  /CAFEPARANA •  @CAFEPARANA

IMPORTACION-EXPORTACION

VERTIZ 4590-(1752)-LOMAS DEL MIRADOR

BUENOS AIRES-INFO@CAFEPARANA.COM