

# ih La industria de la hospitalidad

2017 - Nº 69

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



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



**AEHG**

Festejos del Aniversario

**Región Bs. As. de FEHGRA**

La Plata fue la sede de la reunión

**Cambontur**

Reunión en La Plata

# INSCRIPCIONES

## 2018

TÉCNICO SUPERIOR

EN TURISMO



TÉCNICO SUPERIOR

EN GUÍA DE TURISMO



TÉCNICO SUPERIOR

EN SERVICIOS GASTRONÓMICOS



TÉCNICO SUPERIOR

EN HOTELERÍA



PASTELERO

PROFESIONAL



**MATRÍCULA 100%  
BONIFICADA  
INSCRIBIENDOTE  
ANTES DE NOVIEMBRE**



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

RES. OFICIAL DIPREGE N° 6266



En nombre de la Comisión Directiva, me complace una vez más, saludarlos a todos Uds.

Llegamos a mitad de año, un año difícil para quienes estamos en el sector hotelero, gastronómico y pastelero, debido a que la economía atraviesa un periodo de cambios constantes que no permite el desarrollo y crecimiento esperado por sectores como los nuestros. No obstante, desde esta Asociación, seguimos trabajando día a día para el fortalecimiento de la industria.

Desarrollamos en este primer semestre, en nuestra zona de influencia, a través de los capacitadores que nos brinda FEHGRA, cursos oficiales de capacitación teórica y práctica, porque el trabajo en conjunto con los municipios, es la forma correcta para el crecimiento sostenido, y la formación de quienes trabajan en el sector debe ser altamente profesional.

Por otro lado, seguimos avanzando en la instalación de señaléticas en distintas localidades de la Provincia de Buenos Aires, porque ésta es otra forma de fomentar el desarrollo turístico de cada localidad, y como suele llamarse, “la industria sin chimenea”, es una fuente permanente en la generación de empleo genuino, pero esto se logra cuando la ciudad está visibilizada y se instala como destino.

Además, seguimos promocionando y participando de las fiestas regionales de nuestra zona de influencia, usando todos los canales comunicacionales de los que disponemos. FEHGRA, nos brinda Profesionales y todo lo necesario para poder asistir conjuntamente con nuestro Instituto Superior “Ángel Salvadori”, brindando charlas o clases de cocina, porque entendemos que es otra de las formas de posicionar un destino.

Es nuestra convicción, seguir trabajando para el crecimiento y el cumplimiento de los objetivos que como Asociación nos hemos puesto. El trabajo mancomunado del sector público y el sector privado, entendemos que es la forma de recuperar de a poco la rentabilidad para poder generar nuevos negocios y más y mejores empleos.

Seguiremos trabajando así, a través del dialogo, la formación y la capacitación, en pos del crecimiento de la actividad hotelera, gastronómica y pastelera.

*Claudio N. Aguilar*  
*Presidente*

# Sumario

## INSTITUCIONAL

- 4 - 98° Aniversario de la AEHG La Plata
- 6 - Encuentro regional de FEHGRA en La Plata
- 8 - Reunión de la Cámara Bonaerense de Turismo
- 10 - Fiesta de la Galleta de Campo
- 12 - Turismo: Trabajar mancomunadamente sector público y privado
- 14 - La importancia de la capacitación en la actividad turística
- 15 - Inauguración de la señalética de Dolores
- 16 - Inauguración de la señalética de Lincoln  
Firma de convenio entre el municipio de Las Flores y la AEHG La Plata
- 17 - Saladillo: Firma de convenio para señalética
- 18 - Preparativos de la 6° Fiesta Nacional del Pan Dulce Artesanal Argentino
- 20 - 14° Edición de la Fiesta del Vino de la Costa
- 21 - Décimo festival Somos Cerveceros
- 22 - Homenaje al Sr. Luciano Pereira
- 24 - Reconocimiento al Sr. Sergio Goicochea

## ESCUELA

- 40 - Cursos cortos
- 41 - Cursos dictados en la Zona de Influencia

## INSTITUTO

- 37 - Salidas estudiantiles: Feria Masticar, Estadio Único y Hotel La Boca
- 38 - Propuesta educativa 2018

## FEHGRA

- 25 - NRA SHOW en Chicago

## SOCIOS

- 58 - La imposición de costas al trabajador vencido en el proceso laboral bonaerense
- 60 - Servicios al socio





## TURISMO

35 - Argentina está entre los 20 países que lideran el “turismo de reuniones”

## GASTRONOMÍA

28 - 15 Tendencias gastronómicas del 2017

31 - El Boom de la cerveza artesanal

54 - Nota a Mauro Colagreco



## ZONA DE INFLUENCIA

44 - Destinos

46 - Calendario de Fiestas Populares

48 - Fiesta Elegida

50 - Estancia “El Ombú”

52 - Finca María Cristina

## HOTELERÍA

26 - 15 Tendencias de alimentación para hoteles

## PASTELERÍA

34 - El producto de pastelería furor en París se muda a China

## CÁMARAS

63 - Actividades de las cámaras

### 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

► **Redacción Periodística**  
Verónica Sarazola

Registro  
de la propiedad  
intelectual  
Nº 1.605.682

**Impresión:**  
Imprenta 2.0



Misa en la Basílica San Ponciano



# 98 Aniversario

El pasado 8 de mayo, se conmemoró el 98º aniversario de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de La Plata y zona de Influencia. Esta nueva celebración comenzó con una misa en la Iglesia San Ponciano oficiada por Monseñor Raúl Gross, y culminó con un coctel de Camaradería en la sede de la institución, con la presencia del Presidente de la Institución, Sr Claudio N. Aguilar y demás miembros de la comisión directiva.

Con la institución colmada de empresarios hoteleros gastronómicos de la ciudad, autoridades del sector, además de funcionarios municipales locales y de la región, el Arzobispo de la ciudad de La Plata, Monseñor Héctor Aguer se refirió a los presentes señalando la labor de la Asociación y su relación con la comunidad, destacando el



*Dra Graciela Fresno Pte de FEHGRA, Sr. Claudio N. Aguilar Pte AEHG La Plata, Sra Ana Maria Mignone, Dra. Cristina Oddone*



*Entregado por la Sra Cristina Oddone Pte de Filial Cordoba*



*Presente entregado al Sr. Claudio N. Aguilar por el Decano de la Facultad de Historia, Geografía y Turismo de USAL Prof. Paul Nielsen*



*Entrega de presente al Grupo Provas*

aporte de la institución en las tareas solidarias que realiza.

Durante el evento se realizó el descubrimiento de una de la placa de reconocimiento a los miembros de la comisión directiva que han trabajado a lo largo de estos 98 años. El Sr. Claudio N. Aguilar posteriormente manifestó “es para nosotros como institución, muy importante contar con la participación de cada uno de los presentes en esta conmemoración, porque es con ellos con quienes trabajamos día a día para el crecimiento de nuestro sector, por ese motivo estoy muy agradecido,” y agregó “casi cien años no es poco, es un trabajo de muchos dirigentes durante mucho tiempo, seguimos adelante con más responsabilidad que nunca para que nuestro trabajo sea cada vez más fructífero, convencidos que de manera conjunta y en equipo, siempre se llega a buen destino” concluyó.

Participaron del evento, la Presidente de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina Dra. Graciela Fresno, el Presidente de la Asociación de Hoteles, Restaurantes,

Confiterías y Cafés de Buenos Aires, Dr. Camilo Suarez, La Presidente de la Asociación Empresaria de Córdoba Dra. Cristina Oddone, el Presidente de la ASEN Sr. Antonio Papisidero, Presidente de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Santa Fé, Mario Zavaleta, Presidente de la Cámara de Hoteles de San Nicolás Sr René Baigorria, Coordinadores Regionales de FEHGRA, el Presidente del EMATUR (ente Municipal de Turismo) Sr. Juan Esteban Osaba, el Director de la Municipalidad de la Plata en el Consorcio del Puerto de Gestión La Plata, Escribano Mariano Penas, el Decano de la Facultad de Historia Geografía y Turismo de la USAL Prof. Paul Nilsen, Intendente de Lincoln, Salvador Serenal, Director de Turismo de Brandsen, Mario Basualdo , el delegado de la Cámara de Comercio e Industria La Plata, Diego Piancazzo, Agustín Scotti Director de Juventud de la Municipalidad de La Plata, Directores de Turismo de la Zona de Influencia de la Institución, miembros del departamento de capacitación de FEHGRA, y profesores del Instituto Superior “Ángel Salvadori” de Hotelería, Gastronomía y Turismo, entre otras.



*Dr. Camilo Suarez, Sr. Ariel Amoroso, Sr. Claudio N. Aguilar, Dr. Luis María Peña y Carlos Gianelli*

La Plata, sede de reunión

# Encuentro regional de FEHGRA en La Plata



Autoridades presentes en la Reunión de la Región Provincia de Buenos Aires

La ciudad de La Plata fue sede de la Reunión de la Región Provincia de Buenos Aires de FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera de la República Argentina) El evento contó con la participación de más de 30 empresarios de las 17 Filiales.

En esta oportunidad, el evento estuvo encabezado por la Presidente de FEHGRA, Dra. Graciela Fresno; el Presidente de la AEHG La Plata y Zona de Influencia Sr. Claudio N. Aguilar; el Dirigente a cargo del Departamento de Relación con Filiales, Armando Zavattieri; y el Coordinador Regional, Jorge Lauret.

En el acto de apertura, las autoridades de FEHGRA estuvieron acompañadas por la Diputada provincial, Dra. María Elena Torressi De Mercuri; el Presidente de la Comisión De Turismo y Deporte de la Provincia de Buenos Aires, Diputado Marcelo Di Pascuale; y el presidente del EMATUR de La Plata, Juan Esteban Osaba.

Las Reuniones Regionales, que se realizan previo a las Reuniones de Consejo Directi-

vo -la próxima se llevará a cabo en agosto en la Ciudad de Buenos Aires-, brindan un espacio de debate y análisis de los temas y requerimientos locales. En este espacio se actualizó información sobre cada uno de sus Departamentos: Capacitación y Formación Profesional, Política Laboral y Social, Derechos Intelectuales, Fiscalidad y Tributación, Actividades Informales y Turismo.

La Región Provincia de Buenos Aires está integrada por las Filiales de Azul, Bahía Blanca, Junín, La Plata, Zona Sur del Partido de la Costa (Mar de Ajó), Mar del Plata, Miramar, Monte Hermoso, Necochea, Olavarría, Pinamar, San Clemente del Tuyú, Noreste de la Provincia de Buenos Aires (Asen), San Nicolás, Tandil, Tres Arroyos, Villa Gesell.



En la foto, de izquierda a derecha, Sr. Juan Osaba, Sr. Marcelo Di Pascuale, Sr. Jorge Lauret, Diputada Dra. María Elena Torressi de Mercuri, Dra. Graciela Fresno, Sr. Claudio N. Aguilar y Sr. Armando Zavattieri.





Autoridades presentes en la reunión regional de FEHGRA.

## Acto de apertura de la reunión de FEHGRA región Provincia de Buenos Aires

### Palabras del Sr Claudio N. Aguilar Presidente de AEHG La Plata y Zona de Influencia

“Quiero agradecer a la Dra. Fresno, Presidente de FEHGRA, a los Dip. Torresi de Mercuri y Di Pascuale, por interesarse en el desarrollo de nuestro sector, y a los representantes de cada una de las filiales por estar participando de este nuevo encuentro anual. Como presidente de la Filial de La Plata y zona de influencia, les damos la Bienvenida. Quiero destacar, que el crecimiento de conjunto y mancomunado del sector público y es sector privado, es un camino en el que se avanza, realizando este tipo de encuentros.

### Palabras de la Dra. Graciela Fresno, Presidente de FEHGRA

“No creemos en discursos grandilocuentes, todos sabemos en la situación en la que estamos, por eso son importantes estas reuniones de trabajo, donde lo público y lo privado se sientan a analizar los problemas que estamos atravesando y las

dos partes busquemos la solución a nuestros problemas. Seguimos apostando al turismo, porque sabemos que muchas veces ha sido este sector el que ha sacado a un país de una situación de crisis. Tenemos que potenciar el Turismo, queremos que se visite la provincia de Buenos Aires, que además de su maravillosa costa atlántica, tiene muchísimos destinos de increíble atractivo, la provincia tiene mucho para mostrar. Estamos acá para hablar de nuestros proyectos y contarles nuestras ideas. El turismo es una actividad que se desarrolla en todo el país y hace que las economías regionales crezcan”.

### Palabras de la Diputada María Elena Torressi de Mércuri

“Quiero señalar que encuentros como este sean declarados de interés legislativo, ya es un gran avance para nosotros, desde esta Honorable Cámara, queremos darles la bienvenida a todos Uds. q se acercaron para que podamos intercambiar ideas. Esta ya no es una charla, esto es un dialogo. Desde el gobierno de la provincia de Buenos Ai-

res, la gobernadora está trabajando para incentivar el turismo, la puesta en marcha del tren de Bs As a Mar del Plata es un ejemplo de eso, pero también se está trabajando en rutas aéreas y rutas terrestres, todo va a llegar, pero no hay que pensar en varitas mágicas. Desde todas las bancadas de esta cámara trabajamos para que los proyectos que incluyen al sector avancen”

### Palabras del Diputado Marcelo Di Pascuale

“Por el año 87 arranque con el turismo, fui 12 años intendente de Monte Hermoso, así que se lo que cuesta incentivar la actividad. La actividad turística cayó un 15%, estamos atravesando una crisis, es por eso que el trabajo en conjunto entre el sector público y el sector privado es fundamental. Presentamos un proyecto de ley que fue aprobado y posteriormente vetado; el mismo establece que se pospongan los juicios de Sadaic, sobre todo en el sector hotelero, si bien aún no está en curso, desde Sadaic surgió la necesidad de que nos reunamos a conversar sobre esto. Vamos por buen camino, ese es el camino, el diálogo”.



*Autoridades presentes en la reunión de la Cámara Bonaerense de Turismo*

# Reunión de la Cámara Bonaerense de Turismo

Disertaciones “Patrimonio cultural y recupero de pueblos rurales”, ejemplo testigo, Laguna de Bragado

Ante una treintena de personas se desarrolló el día 5 de julio, en la sede de la AEHG La Plata, la jornada de disertación sobre “Patrimonio y recupero de Pueblos Rurales” organizada por la Cámara Bonaerense de Turismo, que preside el Sr. Marcelo W. Aguilar.

Con la presencia de directores de turismo de distintas localidades de la Provincia de Buenos Aires, referentes de fundaciones vinculadas a la preservación de patrimonio, y miembros de la comisión Directiva de la Asociación Hotelera Gastronómica y Pastelera de La Plata y zona de Influencia, se desarrolló una nueva reunión de la Cámara Bonaerense de Turismo, que preside el Sr. Marcelo W. Aguilar.

En esta oportunidad, la primera disertación estuvo a cargo de la Arquitecta Nani

Arias Incollá, Presidente del centro Internacional para la Conservación del Patrimonio, Especialista en Conservación del Patrimonio de la Universidad de Nápoles. En su intervención, la especialista desarrollo una amplia exposición sobre cómo deben trabajar en conjunto, las direcciones de Turismo de cada municipio en relación a la conservación del Patrimonio y el incentivo al turismo. En este sentido señaló “es importante que se fortalezca la relación entre los municipios y los secto-

res privados que pueden aportar un gran apoyo en estos temas, ya que esta es la mejor y más profesional forma de trabajar, además de ser una relación casi obligatoria en estos tiempos que corren” y agregó “se deben buscar aliados para preservar el patrimonio, y entender que patrimonio y turismo no son temas que corran por caminos separados, sino todo lo contrario, la relación es tan estrecha que uno favorece al otro y viceversa”.

Concluida la primera conferencia, los asistentes disfrutaron de un brunch, y conversaron sobre lo expuesto, posteriormente retornaron al salón donde se dispuso la segunda disertación.



De Izquierda a derecha, Sr. Marcelo W. Aguilar, Arq. Nani Arias Incollá, Sr. Vicente Morgillo, Lic. Alejandra Bianchi

En esta oportunidad, los presentes pudieron escuchar las palabras de la Licenciada Alejandra Bianchi, Directora de Turismo de Bragado, quien a modo de ejemplo testigo, relató cómo fue el recupero y puesta en valor de la Laguna de Bragado. En relación a esto comentó “fue un arduo trabajo, nosotros siempre tuvimos en cuenta incluir al sector privado en el recupero de la laguna, y eso es lo que hicimos, ya que de esta forma fomentamos el turismo para la ciudad, y es un beneficio para todos” a su vez destacó “queremos agradecer al Sr Marcelo Aguilar, Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo, por tan generosa invitación, es para nosotros muy importante poder transmitir nuestra experiencia a colegas de toda la Provincia de Buenos Aires”.

Por su parte, el Sr Marcelo Aguilar, Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo manifestó “es para nosotros como Cámara, muy importante poder ser gestores de este tipo de encuentros, en donde el sector público y el sector privado puedan intercambiar opiniones y experiencias para poder seguir desarrollándonos” y

señaló “estamos realmente muy contentos y agradecidos por la amplia participación de diversos municipios de la provincia de Buenos Aires, muchos han viajado cientos de kilómetros para participar, creemos que este tipo de actividades son las que conllevan a aunar los esfuerzos por el trabajo en equipo, es por eso que tenemos previsto llevar a cabo, más adelante, otras jornadas de similares características”

Se encontraban presentes, Dir. De Turismo de 25 de Mayo, Arq. Verónica Leguizamón, Dir. De Turismo de Saladillo, Daniel Carnevalli, Coordinadora de Turismo de Roque Perez, Alejandra Tessi, Dir. De Producción Turismo y Ambiente de Magdalena, Sr. Néstor Fernandez, la secretaria de deporte y Turismo de Gral. Villegas, Sra. Sandra Heredia, la Dir. de Museo de Castelli, Sra. Yolanda Matos, el Sec. de Producción de Berisso, Carlos Carrizo, el Pte. Del EMATUR (Ente municipal de Turismo) La Plata, Sr Juan Esteban Osaba, el representante de la Municipalidad de la Plata, en el Puerto, Director Mariano Penas, la Srta. María Cecilia Parada, coordinado-

ra de Patrimonio Cultural e histórico de Berisso, el Coordinador de “Finca María Cristina” de Brandsen, Sr Juan Araujo, por la Fundación La Plata, asistió la Sra. María Elena Perez Galimberti, también asistió, la Sra. María Cristina Espinosa, Guía de Turismo y miembro de la Asociación Civil Colectivo Cultural para el Estudio de las Necrópolis y el Arte Funerario, la Sra. Mayte Soria, miembro activo de CATUR, la referente del hotel “La Escondida”, el Sr Vicente Morgillo, secretario de la AEHG La Plata y Zona de Influencia y de la Cámara Bonaerense de Turismo y la Sra. MG. Sabrina Simanovsky, Directora del Instituto Superior de Hotelería Gastronomía y Turismo “Ángel Salvadori”.



Sr. Marcelo W. Aguilar, Lic. Alejandra Bianchi y el Sr. Vicente Morgillo



Sr. Marcelo W. Aguilar, Arq. Nani Arias Incollá y el Sr. Vicente Morgillo



# Fiesta de la Galleta de Campo

Días pasados se realizó, en la sede de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera del La Plata y Zona de Influencia la primer reunión de organización para la segunda “Fiesta de la galleta de campo”.

Los municipio de Mercedes, a través de su localidad Tomás Jofré, Brandsen a través de su localidad Oliden y San Andrés de Giles a través de su localidad Azcuénaga organizan este evento, conjuntamente con la Cámara Bonaerense de Turismo y la AEHG La Plata. Además cuenta con el apoyo de FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera y Gastronómica de la Rep. Argentina).

Con motivo de la próxima realización de la tradicional “Fiesta Provincial de la Galleta de Campo”, se realizó en la sede de la AEHG La plata y Zona de Influencia, el primer encuentro de organización. Participaron del mismo, Marcelo W. Aguilar, Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo de la AEHG La Plata y zona de influencia, en Sr. Manuel Risso Director de Turismo de la Municipalidad de Mercedes, Lic. Carina Ríos, Directora de Turismo de la Municipalidad de Branden, el Arq. Jose Yanes Asesor en Pueblos Rurales de la Municipalidad de Andres de Giles, el Sr. Vicente Morgillo Secretario de la AEHG La Plata y zona de influencia, y el Sr Domingo Silvano, Vicepresidente Segundo de la AEHG La Plata y Zona de Influencia.

La Fiesta se realizará en tres etapas. Será en Tomás Jofré, Partido de Mercedes, Azcuénaga (partido de San Andrés de Giles),



Reunión de trabajo para la organización de la 2º Fiesta de la Galleta de Campo

y Oliden (partido de Brandsen). En esta oportunidad solo Mercedes elegirá la mejor Galleta de Campo hecha a horno de leña.

Los tres pueblos gastronómicos vuelven a reunirse para organizar este evento que se vivirá en distintas etapas. Durante estos días, el público podrá disfrutar de clases de cocina con productos regionales, stands, patios de comidas, artesanías, muestras, degustaciones y espectáculos artísticos. La galleta de campo es un producto autóctono de cada una de es-

tas localidades. La misma se elabora en hornos a leña y posee una masa aireada que al cabo de unos días se transforma en una masa suave y seca.

Marcelo Aguilar, Presidente de la Cámara bonaerense de Turismo, en la AEHG La Plata y zona de influencia agregó “para nosotros es importantísimo como institución, acompañar a los municipios que realizan estas actividades, ya que hacen fortalecer y crecer a todo nuestro sector” concluyó.



**2° Fiesta Provincial  
de la Galleta de Campo**

**¡LA GRAN FINAL!**

**¡Concurso, Stands, Degustación y Espectáculos!**



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



## Fomentar el Turismo Rural

Se llevó adelante, en la sede de AEHG La Plata, un encuentro entre el Sr Marcelo W. Aguilar, Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo de la AEHG La Plata, la Lic. Edith Heredia Secretaria de CATUR. (Cámara Argentina de Turismo Rural) el objetivo del mismo fue es entablar una agenda, con una serie de actividades a desarrollar en diversas ciudades rurales de la Provincia de Buenos Aires.

La evaluación este este encuentro, fue muy positiva ya que Aguilar señaló “el turismo rural está pisando fuerte en la provincia de Buenos Aires, tal vez lo que le falta es un poco de organización, es ahí , donde intervenimos nosotros como Asociación y Cámara Bonaerense para apuntalarlo y hacerlo crecer aún más” Mientras tanto, por su parte la Lic. Heredia destacó “trabajar de conjunto hace que crezcamos como sector, y nos impulsa a ir adelante, es importante saber que contamos con instituciones tan prestigiosas como la AEHG La Plata y zona de influencia, y la Cámara Bonaerense que nos respaldan”.



De izq. derecha: Lic. Edith Heredia, Sr. Marcelo W. Aguilar

# Turismo: Trabajar mancomunadamente sector público y privado



Sr. Juan Osaba

Conversamos con el Sr. Juan Esteban Osaba, Presidente del EMATUR (Ente Municipal de Turismo) de la ciudad de La Plata, quien nos contó cómo están trabajando de su dirección para el desarrollo del turismo en la región y el trabajo mancomunado que están realizando con todos los actores del sector.

Sobre diagonal 79, en el histórico Palacio Campodónico, de la ciudad de La Plata, funciona el Ematur, Ente municipal de Turismo de la ciudad capital, el Sr. Juan Esteban Osaba, nos recibe en su despacho. Le consultamos como es el desarrollo del EMATUR, y cuáles son los ejes de lo que están trabajando, y nos dijo “la visión que tenemos es la integración del turismo de la región, creemos que el desarrollo de la industria del turismo es fundamental el trabajo mancomunado del sector público y el sector privado. Para eso trabajamos con todos los actores que intervienen en el turismo, empresarios gastronómicos y hoteleros, agencias de turismo, cámara de comercio, también con taxistas y remiseros etc. Cuando llegamos a la gestión nos encontramos con el deterioro de los vínculos entre estos diversos actores, si bien todos son actores que forman parte del ente, no existía, en muchos casos, un vínculo entre ellos y el ente, hoy hemos avanzado mucho en ese sentido, y nos reunimos permanentemente con cada uno, para evaluar necesidades y desarrollar actividades de conjunto, para hacer crecer el sector”.

El ente se financia a través del municipio, el presupuesto del ente lo determina el concejo deliberante, para eso tenemos es fundamental que el turismo y todos los actores involucrados a su alrededor estén en la agenda pública. Sobre el financiamiento Osaba señala “el platense tiene que saber el potencial que tiene la ciudad para poder exigirle al Concejo Deliberante que el ente tenga presupuesto, no es un camino fácil, es un trabajo de mucho tiempo, el platense tiene que comprar el concepto del turismo. El rol de los medios de comunicación es clave, sean medios de comunicación periodísticos, o como en este caso, sea una revista institucional, porque es a través de ustedes que el platense se apropia de la ciudad”.

Seguimos avanzando en la charla, le consultamos al funcionario sobre qué proyecto están trabajando y destaca “nuestro proyecto más inmediato es el bus sin techo, no resuelve los problemas de transporte que

Palacio Campodónico, Ciudad de La Plata



tiene el sector del turismo, porque no es el objetivo, es para el reordenamiento de la oferta, y el platense al verlo todo el día dando vueltas recordará que somos una plaza turística. Ese proyecto está muy pronto a concretarse, a partir de eso tendremos un ingreso más, cubriremos un recorrido determinado, y cuando allá grandes eventos ira y vendrá de ese lugar, facilitando a los visitantes el conocer la ciudad e incentivando el consumo en restaurantes de la región, por ejemplo” y agrega “otra de las cosas que estamos proyectando, es la creación de un souvenir local, eso es más a largo plazo, pero va detrás del posicionamiento de la ciudad como plaza turista”.

Osaba continúa y comenta “Con respecto a los centros de información, cuando asumimos, arrancamos con 5, haciendo un blanqueo de realidad, cerramos el de la República de los Niños, porque no tenía acceso a la gente, también cerramos el del pasaje Dardo Rocha, porque tampoco funcionaba. Los criterios de los centros de informes varían, en muchas partes del mundo son privados, acá no podemos hacerlo así.

Nosotros nos planteamos en esta primera instancia construir, el que estará ubicado en la bajada de autopista y otro en la terminal, el que estamos construyendo en la baja es impresionante, grande y con nuevas tecnologías. En la terminal tenemos un problema de espacio, en el que estamos trabajando para poder tener un lugar físico, las deudas van a ser calle 44 y la estación de trenes, dependiendo cuando llegue el tren a la ciudad. Luego de los ingresos, lo ideal sería tener más, el que vamos a poner en plaza Moreno nos parece estratégico ya que es el punto neurálgico de la ciudad, y si pudiéramos poner uno en la entrada del bosque. Lo que sucede también es que los centros de informes que no son solo el lugar físico, sino también la capacitación de personal, porque necesitamos profesionales que hablen idiomas. Cada centro, contará, además de la información netamente turística sobre qué lugares visitar, con información de los lugares donde el visitante puede alojarse y también de la oferta gastronómica que puede encontrar en la ciudad”

República de los Niños, Ciudad de La Plata



# Cámara Bonaerense de Turismo

## La Importancia de la capacitación en la actividad turística

Se llevó adelante, esta mañana, en la sede de AEHG La Plata, un encuentro entre el Sr Marcelo W. Aguilar, Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo de la AEHG La Plata, el Sr. Cristian Amarilla, Subsecretario de Desarrollo económico de la Localidad de Zárate, y la Sra. Directora General de Turismo, también de Zárate Sra. Liliana Miñan. En esta oportunidad, conversaron sobre las diversas posibilidades turísticas de la localidad cercana y el aporte en capacitación que brindará la Asociación Empresaria Hotelera de La Plata.

Con respecto al trabajo que está realizando la Secretaría General de Turismo la Sra. Miñan señaló “estamos trabajando sobre los tres ámbitos de la ciudad, la ciudad propiamente dicho, el ámbito rural y la isla. La nuestra es una ciudad de impronta productiva, y lograremos la incorporación de la costanera, para la gente que viene de afuera y para los lugareños. Se están haciendo inversiones, entre lo público y lo privado, en un mix interesante. Estamos generando y recuperando la identidad zarateña, y recuperando el patrimonio intangible. También estamos promoviendo el turismo rural, en una parte que se llama Escalada. Estamos trabajando en conjunto



Sra. Liliana Miñan, Sr. Marcelo W. Aguilar y Sr. Cristian Amarilla

con actores intermedios y los propios pobladores. Hay una tendencia a nivel nacional e internacional, los milenials avanzan en el desarrollo sustentable ecológico. También estamos trabajando en las islas, Talavera y Botija, tenemos muchas actividades náuticas y actividades pesqueras, pero tenemos que acompañar el regimiento de la región. Con respecto al acercamiento a la Cámara Bonaerense de Turismo nos dijo

“estamos acá porque entendemos que todo el personal que trabaja en turismo debe capacitarse, desde el personal de un hotel, hasta la persona que atiende en la plaza donde se venden artesanías, también en los restaurantes, en todas esas actividades son las que la asociación empresaria nos da capacitación, y también queremos recuperar la señalética, que fue vandalizada”.

Por su parte, Cristian Amarilla, Subsecretario de la Secretaría de Desarrollo Económico, manifestó “desde el año pasado venimos trabajando con Marcelo y con la Cámara, porque creemos que aún tenemos mucho que mejorar y la Cámara nos da la capacitación que necesitamos, este año venimos por varias cuestiones, una es el recupero de la identidad del zarateño y el otro eje es fomentar el turismo rural y la recuperación del delta. Agrega “desde el municipio intentamos jerarquizar la actividad económica del turismo, estamos trabajando en eso, y contamos con la Asociación para recibir a los capacitadores”.

Para concluir, el anfitrión del encuentro, Sr. Marcelo Aguilar Presidente de la Cámara Bonaerense Turismo de la AEHG de La Plata y Zona de Influencia, quien se encontró muy satisfecho en el avance en las conversaciones, señaló “para nosotros es sumamente importante colaborar en lo que cada municipio de nuestra zona de influencia nos requiera, en este caso, estamos conversando sobre la implementación cursos de capacitación de la Red Federal de Capacitación de la Federación Empresaria Hotelera y Gastronómica de la República, y también el recupero de la señalética.



# La AEHG La Plata Inauguró la señalética de Dolores



*Autoridades presentes en la inauguración*

La Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica y Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia viajó el día 17 de Abril a Dolores (Pcia de Buenos Aires), para la inauguración de la señalética de dicha zona.

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, como así también la oferta hotelera, gastronómica y turística.

Es así, que se celebró la inauguración de la señalética turística con un acto que contó con la presencia del Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo, Sr. Mar-

celo W. Aguilar, Intendente de la Municipalidad de Dolores, Sr. Camilo Etchevarren, Secretaria de Turismo Sara Angelinetti, Reina y Princesas de la Fiesta Nacional de la Guitarra y empresarios del sector hotelero gastronómico y turístico de Dolores.

En este contexto, se dieron unas palabras de bienvenida al público asistente, conjuntamente con el agradecimiento por parte el Intendente Municipal a la Cámara Bonaerense de Turismo por el logro establecido, brindando la posibilidad de continuar con la realización de acciones mancomunadas entre ambos organismos, afirmando el rol protagónico que la comunidad residente y regional debe asumir para alcanzar una superación continua

dentro de la actividad turística, hotelera y gastronómica local.

Además Sara Angelinetti destacó la presencia del Jefe Comunal y de Marcelo W. Aguilar, señalando que desde la Secretaría de Turismo se consiguió el cartel de la señalética que está colocado en el ingreso a la Ciudad de Dolores, frente al Parque Libres del Sur por calle Lamadrid, que fue realizado por la Cámara Bonaerense de Turismo y la Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica y Pastelera de La Plata.

“A partir de hoy contaremos con esta importante información en el ingreso a nuestra ciudad, agradecemos muy especialmente a Marcelo W. Aguilar por este aporte para quienes visiten nuestra ciudad”, dijo Angelinetti.

## Firma de convenio entre el Municipio de las Flores y La AEHG La Plata

En la sede de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica La Plata y zona de Influencia, se firmó un convenio entre la AEHG La Plata, representada por el Ex Presidente Sr. Mario N. Aguilar y el Intendente de la Municipalidad de Las Flores, Sr. Ramón Canosa.

Las partes acordaron la puesta en marcha de acciones concretas para la instalación del Cartel de Señalética Turística de la ciudad de Las Flores. El espíritu y la finalidad de esta acción es la promoción y difusión de los principales atractivos turísticos del Municipio de Las Flores, en conjunto con los servicios hoteleros y gastronómicos que se prestan en el mismo.

El Sr. Mario N. Aguilar comentó "Es importante seguir avanzando por este camino que es el del crecimiento del Turismo, aunar nuestros esfuerzos hará crecer a La Flores y a nuestra Institución". Por su parte, el Sr Intendente de Las Flores co-

mentó "para nosotros también son importantes este tipo de acciones, y es nuestro interés, desde nuestra gestión hacer todo lo que podamos de conjunto para que Las Flores se convierta en un destino deseado por el turismo".



Firma del convenio entre el Ex Presidente de la AEHG La Plata Sr. Mario N. Aguilar y el Intendente de Las Flores Sr. Ramón Canosa

# Inauguración de señalética turística en Lincoln

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, participó de la inauguración de la señalética de la localidad de Lincoln.

El evento se realizó, en la ciudad de Lincoln, más precisamente en la entrada principal de la calle Hipólito Yrigoyen. Estuvieron presentes, el Intendente de la Localidad, Salvador Serenal y el Presidente de la Cámara de Turismo Bonaerense de la AEHG La Plata y zona de Influencia, Sr. Marcelo Aguilar

El trabajo mancomunado entre la entidad y la municipalidad sigue dando excelentes resultados, y avanzando un paso más para posicionar turísticamente a esta localidad



Autoridades presentes en la inauguración

que va creciendo día a día. Este proyecto que encara la Asociación en su Zona de Influencia permite que los destinos se amplifiquen y sean reconocidos por sus

atractivos, por lo que en consecuencia se ve beneficiado el sector hotelero y gastronómico brindando su oferta a los turistas que ingresan a las ciudades o pueblos.

# Saladillo

## Firma de Convenio para señalética

En el día de hoy, en la sede de la AEHG La Plata y Zona de Influencia se realizó la firma del convenio para la instalación de una señalética en la ciudad de Saladillo. Firmaron el acuerdo, el Sr Marcelo W. Aguilar Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo de la AEHG La Plata y Zona de Influencia y el Intendente del municipio de Saladillo, Sr. José Luis Salomón

El encuentro se desarrolló en la sede de la AEHG La Plata, el Intendente de Saladillo Sr Jose Luis Salomón manifestó “nosotros arrancamos la gestión creando

la dirección de Turismo que no existía, el año pasado nos consolidamos como tal, a través de nuestro director de Turismo Daniel Carnevali, que viene haciendo un gran trabajo y se puso en contacto con el Sr. Marcelo W. Aguilar, Presidente de la Cámara de Turismo Bonaerense, en este caso firmamos el convenio para instalar una señalética en nuestra ciudad, estimamos que en septiembre estaremos haciendo la Inauguración”

Por su parte, el Sr Aguilar señaló “desde la Cámara Bonaerense de Turismo, segui-

remos acompañando a los municipios. Uno de nuestro roles que es fomentar el turismo, estamos convencidos que el trabajo mancomunado es fundamental para hacer crecer a nuestro sector”. Para concluir el Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo destacó “queremos agradecer al Sr. Salomón, y al Sr. Carnevali, que se han acercado a nuestra sede a firmar este convenio tan importante para la ciudad de Saladillo, como para nosotros como Cámara”



*El Sr. Marcelo W. Aguilar Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo y el Intendente de la municipalidad de Saladillo, Sr. José Luis Salomón en la firma del convenio de la señalización turística .*

15 Y 16 DE DICIEMBRE, PLAZA ISLAS MALVINAS DE LA CIUDAD DE LA PLATA



*Te esperamos!*



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



FEDERACION EMPRESARIA  
HOTELERA GASTRONOMICA  
DE LA REPUBLICA ARGENTINA



# Preparativos

## Se viene la 6° Fiesta Nacional del Pan Dulce Artesanal Argentino.

El 15 y 16 de diciembre la Plaza Islas Malvinas e la ciudad de La Plata se encontrará de fiesta en vísperas de Navidad para disfrutar en familia a partir de las 16hs.

La sexta edición es organizada por la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la Ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, conjuntamente con la Municipalidad de La Plata y la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina.

Esta tentadora fiesta contará con numerosos stands de confiterías donde se expondrán pan dulces y productos navideños.

Se podrá disfrutar de la degustación de diferentes variedades de pan dulce artesanal que realizarán en vivo los Maestros Pasteleros, y presenciar las demostraciones de cocina de los Chefs de la Brigada de FEHGRA. También se contará con el espacio Paste-

leritos, donde los más chicos podrán dar sus primeros pasos en pastelería y decorar muffins para llevárselos.

Se encuentra programada la realización de diversos espectáculos artísticos y musicales, además de numerosos entretenimientos para toda la familia.

El año pasado miles de personas visitaron la Plaza Malvinas en este multitudinario evento y para esta edición 2017 se busca reafirmar un espacio que ya empieza a ser parte de la identidad de La Plata en las vísperas de las fiestas, con la finalidad de potenciar el turismo en la ciudad capital bonaerense.



# 14° Edición de la Fiesta del Vino de la Costa

## Presentes en Berisso

El Instituto Superior de Hotelería Gastronomía y Turismo "Ángel Salvadori" perteneciente a la AEHG La Plata y Zona de Influencia, estuvo presente con un stand en la 14° Fiesta del Vino de la Costa, edición que este año se desarrollará los días viernes 7, sábado 8 y domingo 9 de julio. La propuesta productiva, cultural y gastronómica, se realizó en la playa de estacionamiento de la Terminal Portuaria de Tec-Plata a partir de las 11:00 horas, y tuvo como punto de acceso la calle Nueva York (calle 2) y 172.

La Municipalidad de Berisso, a través de la Secretaría de Producción, y en conjunto con la Cooperativa de la Costa y la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la Universidad Nacional de La Plata, organizaron la 14° Fiesta del Vino de la Costa. La misma convocó no solo a los lugareños sino también a personas de diversos puntos de la Provincia de Buenos Aires.

La entrada fue libre y gratuita y los visitantes pudieron disfrutar de degustaciones de vinos, productos artesanales, más de 120 stands de comidas y espectáculos artísticos a cargo de la Dirección Municipal de Cultura. Asimismo, estuvieron presentes el paseo de artesanos y los productores locales.



# 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 ignífugo.

**Cel: 0221-153525494 e-mail [poni1954@yahoo.com.ar](mailto:poni1954@yahoo.com.ar)**

**Consulte por envíos**

# Décimo Festival Somos Cerveceros

Días pasados, se realizó en la sede la AEHG La Plata y zona de influencia, con presencia de su Presidente Claudio N. Aguilar, el Sr. Alejandro Romagnano organizador, y el señor Fernando Aguiar miembro de la Comisión Directiva de la Asociación Somos Cerveceros, la primer reunión de organización del Décimo Festival de Somos Cerveceros en la ciudad de La Plata.

Impulsado por la Asociación Somos Cerveceros, que cuenta con más de 10 años en funcionamiento y alrededor de 1320 asociados, y el auspicio de la AEHG La Plata y Zona de Influencia, se realizará, en la ciudad de La Plata, el próximo 8, 9 y 10 de diciembre el DECIMO FESTIVAL de SOMOS CERVECEROS, el encuentro se desarrollará en las instalaciones del pasaje Dardo Rocha.

El día Jueves 7 de diciembre se realizaran las acreditaciones, se estima que lo harán alrededor de 300 personas, el lugar está a definirse.

Los días Viernes 8 y sábado 9 de diciembre, de 9 a 16hs se desarrollarán las capacitaciones en el Pasaje Dardo Rocha. Las mismas están dirigidas al público en general que tengan interés en la actividad. Los socios de la Asociación Somos Cerveceros van a contar con tarifas especiales.

Durante la jornada de ambos días se realizará un Coffee Break a las 11 Hs y un break para almuerzo de 13 a 14 Hs. El servicio esté a cargo del Instituto Superior "Ángel Salvadori", con servicio de café por la mañana y almuerzo.

El viernes 8 después de las capacitaciones se desarrollará un recorrido de fábrica y se termina en el con una cena para los asistentes. El Sábado 9, posterior a las capacitaciones, se desarrollará la fiesta de premiación del concurso del año, con un encuentro de camaradería, y el domingo cerrará un almuerzo de despedida.

Somos cerveceros es la primera asociación en Sudamérica y el festival se realiza en diferentes lugares del país, con diferentes concursos.



## EQUIPAMIENTOS MARVA

Hoteles - Hosterías - 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.
- E15 Hasta 14Kg.
- S25 Hasta 33Kg.
- S65 Hasta 65Kg.



### Equipo Gastronómico

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



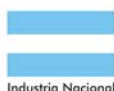
### Centrifuga Oscilante



### Plancha



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



[www.marva.com.ar](http://www.marva.com.ar)  
[ventas@marva.com.ar](mailto:ventas@marva.com.ar)

# Homenaje

## al Tribunal de Honor Luciano Pereira

17 de marzo de 1933 - 11 de julio de 2017

El empresario gastronómico con nacionalidad española, Luciano Pereira, poseía el restaurante “La Aguada”, el cual abrió sus puertas con su familia el 16 de junio de 1938, allí él continuó su vida trabajando y brindando el servicio a sus clientes.

El restaurante marcó 77 años de historia en la ciudad de La Plata, brindando sus platos típicos a los comensales. Ofreció siempre el servicio personalizado a sus clientes, y se destacaba por los ravioles y las costillitas a la riojana entre otros.

Por el restaurante pasaron muchas personalidades destacadas Cristina y Néstor Kirchner, René Favalaro, Osvaldo Zubeldía entre otros. Y hasta ser electo concurría el actual intendente de la ciudad de La Plata el Dr. Julio Garro.

En su trayectoria como dirigente, de la AEHG La Plata comenzó como vocal titular en el año 1995, bajo la presidencia del Sr. Mario N. Aguilar. Luego en 1996 pasó por el cargo de protesorero hasta el 2001, luego pasa a ser tesorero de la entidad. En el 2001 deja su cargo de tesorero y pasa a formar parte del Tribunal de Honor de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia hasta estos días. Paralelamente a su cargo de consejero en la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina.

Por otro lado el Sr. Luciano Pereira formaba parte de la comisión directiva del Hospital Español de la Ciudad de La Plata.

Hacemos extensiva las condolencias desde nuestra institución y de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina junto a sus filiales, confiando plenamente que el tiempo y sus recuerdos actuarán como consuelo reparador ante el profundo dolor de la pérdida.



Ex Presidente Sr. Mario N. Aguilar junto al Sr. Luciano Pereira.



El Tribunal de Honor, Sr. Luciano Pereira, recibiendo del Sr. Mario N. Aguilar una placa en el 90° Aniversario





El Sr. Claudio N. Aguilar entregando una distinción al Sr. Sergio Goycochea

## Reconocimiento a Sergio Goycochea

El pasado 27 de junio en el Museo Escenográfico “Botica del Ángel”, de Capital Federal la Universidad del Salvador conjuntamente con el Instituto Superior “Ángel Salvadori” homenajearon a Sergio Javier Goycochea en el marco del Ciclo de Homenajes a personalidades de la Cultura Rioplatense.

La entrega del reconocimiento estuvo a cargo del presidente de la AEHG La Plata y Zona de Influencia, Claudio N. Aguilar y la Sra Luciana Tondelo Vicerrectora de Investigación y desarrollo de la Usal, y el Decano de la Facultad de Historia Geografía y Turismo de la Universidad del Salvador, Prof. Paul Nielsen. La conducción de la entrevista a cargo del Sr. Eduardo Lazzari.

En esta oportunidad, el evento contó con alrededor de 80 personas y se le entregó al destacado ex Jugador, Sergio Goycochea, una camiseta de la universidad, un cuadro que el deportista dejó

firmado para la Botica del Ángel, y se llevó de parte de los homenajeadores la distinguida “Estrella de la Botica del Ángel” .

También se encontraban presentes el Sr. Mario N. Aguilar, vicepresidente de la AEHG La Plata, el Sr. Camilo Suarez Presidente de la AHRCC, el Sr. Ariel Amoroso, Secretario de la AHRCC, el Sr Daniel Prietto, Presidente de la Cámara de Bares y afines de la AHRCC, Sra. Paola Suarez de la AHRCC, la MG Sabrina Simanovsky, Directora del Instituto Superior “Ángel Salvadori”, Vicente Morgillo secretario de la AEHG LA Plata, Sergio Camaño miembro de comisión Directiva de AEHG La Plata, Marcelo W. Aguilar, Presidente de la Cámara Bonaerense de Turismo en la AEHG La Plata, Carlos Yanelli secretario de la Cámara de Restaurantes , estudiantes de ambas unidades académicas y público en general.



## Capacitación y nuevas Tendencias en el NRA SHOW en Chicago

Autoridades de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA) participan en el NRA SHOW, encuentro de la hotelería y la gastronomía más importante de Estados Unidos.

Organizado por la Asociación Nacional de Restaurantes (NRA por sus siglas en inglés), se llevó a cabo del 20 al 23 de mayo, en el McCormick Place, de Chicago.

El vicepresidente y el secretario de FEHGRA, Claudio N. Aguilar y Marcelo Barsuglia, respectivamente, llevaron por adelante una agenda orientada a generar alianzas y nuevas estrategias en relación a la formación y fortalecimiento de los recursos humanos para el desarrollo de las competencias laborales y la mejora de la calidad de los servicios hoteleros y gastronómicos argentinos.

FEHGRA tiene una amplia oferta de capacitación para dirigentes, empresarios y empleados del sector, y asume la tarea de revisar constantemente la propuesta académica para brindar a sus 63 Filiales, y a través de ellas a los empresarios de todo el país, las novedades en la materia.

En el marco del NRA SHOW, feria que convoca a más de 67 mil profesionales del sector, 2.100 expositores y más de 900 categorías de productos diferentes, se dictan más de 70 capacitaciones de alto nivel sobre tecnología, competitividad, oportunidades de negocios, sustentabilidad y marketing.

Las autoridades de FEHGRA se reunieron con los fundadores de The French Pastry School, Jacquy Pfeiffer y Sébastien Cannone -quien fue reconocido con la Orden de Honor del Gobierno francés por su trayectoria-. La institución, con sede en Francia, se destaca en la formación de profesionales especializados en pastelería francesa y tiene un amplio reconocimiento en todo el mundo. El programa de la Escuela se ha creado específicamente para responder a las demandas del sector y formar profesionales de alta performance. La campeona mundial de Pastelería, En-

Ming Hsu, forma parte del staff. Ambos referentes comprometieron su participación en HOTELGA 2018.

Por otra parte, las autoridades de FEHGRA fueron recibidas por Brad Hindsley, responsable de la cátedra de Artes Culinarias de la prestigiosa Robert Morris University. Dentro de su amplia currícula universitaria, cuenta con un Instituto de Artes Culinarias, orientado a la capacitación en la metodología, con aplicación práctica, y que ofrece experiencia en el mundo real en cocinas de última generación. Además de las clases presenciales, realiza capacitaciones online.

La NRA Show es uno de los eventos más importantes de la gastronomía en Estados Unidos, en el que se reúnen más de 67 mil profesionales del sector y se exponen cerca de mil categorías de productos diferentes vinculados a la industria.

# 15 TENDENCIAS DE ALIMENTACIÓN PARA HOTELES

Los productos de origen vegetal, las medias raciones, los granos antiguos, los noodles hechos con calabacín, las bebidas sin alcohol y las variedades autóctonas cotizan al alza en la hostelería y la restauración



El resumen de lo pronosticado por los principales analistas para el año en curso podría ser que la gastronomía y la salud van cada vez más de la mano, así como crecen en importancia los productos sin azúcares añadidos, sin conservantes, sin aditivos y sin gluten. En la práctica, muchas de las tendencias globales en alimentación que están vaticinando los expertos para el año 2017 están siendo divulgadas por Healthia Certification, el sello internacional que acredita a los hoteles que garantizan una oferta saludable a sus huéspedes.

En general, las tendencias gastronómicas para el año en el que nos encontramos reflejan corrientes de opinión emergentes, estudios de mercado realizados en los cinco

continentes sobre preferencias de consumo, así como opiniones de chefs o investigaciones de consultoras especializadas. Aunque es verdad que una parte de las tendencias pueden no fructificar y quedarse en un estado incipiente, la mayoría de ellas acabarán siendo masivas, como demuestra lo acontecido en años anteriores.

En relación a lo ocurrido en 2016, parecen consolidarse los alimentos de procedencia vegetal (si en el pasado se utilizaban en guarniciones, en la actualidad son en-

trantes y platos principales, cuando no aperitivos). Los analistas también auguran buenas perspectivas a las proteínas vegetales, los cereales de pasado milenario y los alimentos ecológicos. En este sentido, parece confirmarse que cada vez más personas expresan a través de la alimentación su manera de pensar y la forma con la que quieren relacionarse con el mundo, lo que está llevando a un número creciente de consumidores a valorar el impacto que tiene la comida en la salud y el medio ambiente.

Sin embargo, la apuesta por lo saludable no está reñida con el placer. Muy al contrario, el consumidor parece querer disfrutar de los alimentos sin sentimiento de

culpa y de ahí, posiblemente, la evolución que se está produciendo en los postres, con versiones 0% de materia grasa y sin azúcares añadidos. Algo parecido parece estar sucediendo con los tentempiés. De hecho, este escenario está abriendo las puertas a la innovación para crear alimentos saludables a base de verduras, hortalizas y legumbres que sean gustosos, lo que para algunos especialistas podría facilitar la entrada de sabores sorprendidos como los que proporcionan el jengibre, la mostaza o el chili, así como de cocinas exóticas como la hawaiana y polinesia.

### A continuación detallamos 15 de las principales tendencias de este año

**1.** Los vegetales siguen escalando posiciones. La 'fiebre verde' prosigue su avance. Los principales observatorios de tendencias coinciden en señalar que se expandirán las fórmulas vegetarianas y veganas, así como las recetas libres de ingredientes animales. En relación con este tema, 'Mintel' afirma en su estudio 'Food & Drink trends 2017' que cuando se trata de comer saludablemente, la inclusión de verduras en la dieta es una variable aceptada mundialmente.

**2. SALUD PERSONALIZADA.** Las opciones saludables irrumpieron con fuerza en el panorama de la hostelería ya en el año 2016. A día de hoy, son una realidad ineludible para un target de consumidores que no deja de crecer. También despegan la salud personalizada, esto es, una actitud proactiva y responsable en la búsqueda del equilibrio físico, mental y emocional. Hablamos de consumidores que desean alimentos adaptados a sus necesidades concretas, se trate de alimentos sin sal, sin gluten, sin azúcar o con determinados aportes vitamínicos o proteicos.

### 3. SI ES ORGÁNICO

**Y SOSTENIBLE, MUCHO MEJOR.** Diferentes

consultoras pronostican que las ventas de productos ecológicos en Europa Occidental y Estados Unidos se multiplicarán por tres hasta alcanzar el año 2025, momento en que el mercado tenderá a estabilizarse. La regla general es: cuanto más frescos y naturales son los ingredientes, mayor aceptación tienen.

**4. BEBIDAS SIN ALCOHOL.** Los aperitivos y comidas comienzan a disfrutarse con bebidas alternativas al vino y a los tradicionales cócteles. Una de las grandes triunfadoras es el agua, que recupera posiciones en las comidas principales. También despuntan las bebidas preparadas a base de frutas, caso de los mocktails o cócteles sin alcohol. Otras bebidas en auge son el agua de sandía o el agua de higo chumbo, cada vez más valoradas, ya no por ser refrescantes, sino, sobre todo, por sus nutrientes.

**5. MEDIAS RACIONES.** Diversos estudios confirman que el cliente demanda cada vez cantidades más pequeñas para poder probar más sabores en cada comida. Al respecto, ganan terreno las medias raciones, e incluso los cuartos o tercios para crear rutas gastronómicas que permitan compartir platos y romper el orden tradicional de una carta o menú.

**6. EL ORIGEN ES IMPORTANTE.** En paralelo a los que buscan lo más rápido y global, crece el colectivo de consumidores que prefieren lo local y que eligen comer solo aquello de lo que tienen claro su origen, sea por razones medioambientales, sociales o relacionadas con la salud.

**7. LIBRES DE TODO.** Productos sin gluten, sin azúcar, sin lactosa, sin conservantes, sin aditivos, etc. En general, cuanto menos artificial es un alimento más auténtico se percibe.

**8. PROTEÍNAS DE ORIGEN VEGETAL,** legumbres y granos antiguos: quinoa, mijo, espelta, semillas de chía, teff... el uso de cereales 'vintage' no deja de crecer en las cartas de los restaurantes. Noodles sin gluten hechos con garbanzos, así como la quinoa, e incluso las lentejas, están ganando cuotas inesperadas de popularidad y prestigio en diferentes mercados.

**9. LA NUEVA PASTA.** El noodle (es decir, el fideo o tallarín) de calabacín, por ejemplo, comienza a convertirse en una nueva forma de comer verduras que funciona muy bien con los niños. En la misma línea, empiezan a despegar los noodles de algas.

**10. ESPECIAS Y CONDIMENTOS ÉTNICOS** para dar un toque original a los platos. La creciente facilidad para conseguir ingredientes de cualquier rincón del planeta, está llevando a que la gastronomía sea cada vez más mixta y a que proliferen las cartas de fusión.

**11. MILLENNIALS.** La nueva generación apuesta por la comida personalizada. Un estudio señala que un tercio de los millennials pide algo diferente cada vez que visita un restaurante, así que la tendencia del bowl, un cuenco en el que entran todo tipo de ingredientes saludables para componer una comida al gusto de cada cual, ha encajado como anillo al dedo con los millennials. Otro plato que se ha ganado el aprecio de esta generación nacida entre 1982 y 2004, es el



poké, una receta hawaiana que se sirve en un bol y que tiene como base el arroz blanco y los pescados crudos (atún, salmón, etc.), marinados con aliños de salsa de soja. Por encima de estos ingredientes cada consumidor opta por servirse diferentes productos al gusto, como algas, aguacate, pepino, huevas de pescado, cebolleta, sésamo o cualquier otro ingrediente, siempre que sea fresco.

**12. PROHIBIDO DESPILFARRAR.** Aproximadamente un tercio de la comida producida se pierde o despilfarran, según estima la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Una de las tendencias en crecimiento es el trash-cooking, que consiste en aprovechar todo en la cocina (pieles de vegetales, espinas, tendones, etc.) para reducir los desperdicios y contribuir a la salud del planeta.

**13. 'SLOWCAL'.** El acelerado ritmo de vida y la globalización han generado un contracorriente que busca contrarrestar estos impactos. 'Slowcal' se identifica con lo 'slow' o lento y reivindica recuperar el tiempo para uno mismo (empezando por el dedicado a la comida), y con lo local, otorgando un mayor estatus al entorno más próximo.

**14. LA IMPORTANCIA DE COMUNICAR BIEN.** Un chef que quiera hacer crecer su negocio en 2017 deberá adaptarse al nuevo marketing que reclama el sector, donde ya no solo vale con hacerlo bien en los fogones, sino que exige comunicar todo lo que ocurre en el establecimiento para hacer sentir al cliente participe e informado.

**15. PRODUCTOS DE DESAYUNO DE INSPIRACIÓN ÉTNICA** como, por ejemplo, los burros o fajitas, empiezan a restar protagonismo a la tradicional bollería.

Un posible resumen de las tendencias para el año 2017 es que llevar una alimentación saludable para el organismo y el planeta es cada vez más importante. Healthia Certification, el primer sello internacional que acredita a los hoteles que garantizan un plus de excelencia a sus huéspedes, impulsa estos dos objetivos en sus hoteles acreditados, a la vez que fomenta una cocina con productos de proximidad y platos locales que sean saludables.

Departamento de Comunicación RV EDIPRESS, Hoteles y alojamientos, 23 de Marzo del 2017

# 15 tendencias gastronómicas del 2017

¿Cuales son las novedades gastronómicas que se cuecen en el mundo? La salud, la conciencia medioambiental y la tecnología orientan los comportamientos y subyacen bajo estas 15 tendencias que se expandirán en 2017.



## 1.- FLEXITARIANISMO.

O lo que es lo mismo, vegetarianos que consumen carne de vez en cuando y apuestan por la flexibilidad –y concordia- entre vegetarianos y omnívoros. Esto se traduce en restaurantes cuyas cartas incluyen tanto vegetales como animales, aunque la proporción sea (80-20 a favor de lo verde) preocupados por ofrecer una dieta saludable a los clientes, que buscan el productos con certificaciones ecológicas y se interesan por trabajar con superalimentos. Por poner ejemplos en Barcelona estaría Flax and Kale y en Madrid Nest o Mama Campo. Locales donde un vegetariano estará a sus anchas, pero quienes no lo sean encontrarán recetas sabrosas y apetecibles. En otro orden podrían tener cabida aquí –con perspectiva de alta cocina- El invernadero de Rodrigo de la Calle o 4amb5 Mujadesde Toni Tomero y Quim Coll.

## 2.- COMER EN CUENCOS.

Desde luego es mucho más cómodo que hacerlo en platos y muchísimo más que hacerlo en esos recipientes de diseños imposibles con los que los cocineros pre-



tendidamente innovadores han castigado a los clientes durante años. El cuenco es amable, permite mezclar sabores, integrar ingredientes, rebañar, mojar pan... Desde Noma a Ricard Camarena pasando por Maruja Limón, muchos cocineros han encontrado en este recipiente el espacio perfecto en el que servir sus platos. A veces, incluso, no se necesita ni cuchara. El ejemplo cunde y cada vez encontramos más cuencos en las mesas.

### **3.- LOCALES GRUNGE.**

Una puerta negra en un callejón oscuro. Ni un cartel, ni un rótulo, ni un luminoso, nada que haga sospechar que estás ante el local de moda en la ciudad. Dentro tampoco muchos lujos. Paredes descarnadas, cables sueltos, luces mortecinas... Pero un ambientazo que ni te imaginas. Nueva York, Londres, París... el modelo se repite. En Madrid, Fismuler, abanderado de la estética de derribo que pronto comenzará a imperar.

### **4.- FUSIÓN INVASIVA.**

La cocina es fusión en sí misma desde el principio de los tiempos, no es un invento moderno, aunque a nosotros no lo parezca. Lo que ocurre es que ahora todo se acelera y la facilidad en las comunicaciones hace que dispongamos de ingredientes de cualquier rincón del mundo

con una facilidad pasmosa. Las ventajas son muchas pero también existen inconvenientes, el más grave que las generaciones que nos sucedan no lleguen a saber nunca a qué sabían las lentejas con chorizo, por ejemplo, porque a fuerza de ponerles salsa de ostras o sishimi togarasi las habremos desvirtuado.

### **5.- SI RESERVAS, PAGAS.**

Esta práctica criticada por los clientes de restaurantes se está implantando en los restaurantes de alta cocina de todo el mundo. ¿Qué diferencia hay entre un hotel, un avión, un espectáculo y un restaurante? ¿Si pagamos al reservar en unos porqué no en los otros? Se impone un cambio de mentalidad que ayude a evitar irresponsabilidades que provocan pérdidas innecesarias para los negocios. Los sistemas de reservas on-line aportan soluciones y en el futuro aún más.

### **6.- EL PAN, UN PASE DEL MENÚ.**

Ni antes, ni durante, ni sin él. Servir el pan a mitad del menú con toda la ceremonia necesaria y retirarlo pasados unos minutos es una nueva moda. Quienes lo practican (Maemo, Atera o Nilko Romito en Reale...) defienden que servir el pan como si fuera un paso más del menú, es decir un plato en sí mismo, es una forma de homenajear al alimento más sencillo y

esencial –y rico- de nuestra dieta. Convierten su llegada a la mesa en un ritual: presentan solo uno, grande, artesano, cuidadísimo, acompañado de mantequilla, aceite u otros condimentos y una vez que el cliente lo ha disfrutado, lo retiran. Visto desde esta perspectiva razón no les falta, pero lo reconozco, a mí me resulta extraño no poder echar mano al pan a mitad de la comida, me pasa en DiverXo, en Tickets, donde no se sirve pan, y en Mugaritz, donde aparece con el queso al final del menú.

### **7.- TODO ES COMESTIBLE...**

Si se cocina bien. Se acabó eso de elegir las mejores piezas. Poner fin al desperdicio es una máxima. El reto para los cocineros más arriesgados consiste en demostrar que son capaces de hacer grandes platos con las piezas menos elegantes. Si hace un par de años la casquería resurgía con fuerza, la tendencia no se ha parado ahí. Piel, raspa de pescado, tendones... El "trashcooking" que hace unos años estaba reservado a la vanguardia ha saltado a la arena de los restaurantes comunes. Incluso especies enteras (sobre todo pescados y verduras) que se despreciaban ahora se recuperan con resultados brillantes. La cocina del aprovechamiento vuelve encumbrada por la conciencia social de evitar un derroche innecesario. A las campañas del #spotfoodwaste que se

sucedan por todo el mundo se unen las de reciclado como #lagrancadena inicia da este año por ECOVIDRIO.

### 8.- CIBERMERCADOS GASTRONÓMICOS.

Amazon ha llegado al mundo de la gastronomía y con él la revolución de la distribución a través del gran escaparate de su "market place". En dos horas se comprometen a ponerte la compra en casa desde la tienda gourmet más exquisita o la bodega mejor pertrechada.

### 9.- SABORES ANCESTRALES.

Los fermentados son solo la punta del iceberg de este retorno a todo aquello que nos une con la tierra. La fascinación por el fue-



go y sus toques ahumados o la atracción por el ácido y el picante son también señales de ese retorno que se presume imparable. El kimchi, la kombucha, el kéfir son nombres exóticos que comienzan a verse en nuestras cartas. Tras ellos una promesa de salud y bien estar ligada a sabores diferentes que invitan a la exploración. La cúrcuma será la próxima revolución. Los más audaces de entre los cocineros no se quedan solo con el sabor, sino que se zambullen en la experimentación técnica. Rene Redzepi y el equipo de Noma disponen de varios contenedores en el exterior del restaurante donde fermentan todo cuanto cae en sus manos, sobre todos aquellos productos cuyo destino es el cubo de basura: antes de tirarlos los ponen a fermentar y observan la evolución. Los resultados son diversos pero lo que cuenta es el aprendizaje y las conclusiones que extraen de él.

### 10.- COMENSALES OPINADORES.

Quien acude a restaurantes no se conforma con subir sus fotos a Facebook y compartirlas con la familia y los amigos, el fenómeno TrypAdvisor crece y se consolida porque vende opinión y eso es lo que a la gente le gusta, lo que quiere. Que le guíen otros como él (nada de expertos, ni gurús) y poder guiar cuando llegue el momento. El minuto de gloria se repite y vas logrando subir de categoría. Un juego con vocación aspiracional que ha venido para quedarse, aunque a los hosteleros no les guste.

### 11.- BARRAS DE ALTA COCINA.

Comer sentado en un taburete, como quien toma el aperitivo se le ocurrió, allá por los años 70 del siglo pasado, a Raimundo González Frutos alma mater de restaurante murciano El rincón de Pepe. Después Jöel Robuchon le copió la idea para sus Atelier y hoy en día son decenas de restaurantes en todo el mundo los que replican el modelo ¿Se puede servir -y disfrutar- un menú de alta cocina en una barra? Pues sí, y si no se lo creen, den-se un paseo por Atera (Nueva York) Geist (Copenhague) Mina (Bilbao) o A'Barra (Madrid). Un modelo diferente, cercano e informal que gana adeptos.

### 12.- LA DEMOCRATIZACIÓN DEL PLANCTON.

Desde que Ángel León comenzó sus investigaciones sobre este ingrediente

marino hasta que pudo patentarlo como producto alimentario pasaron años. Ahora se ha convertido en uno de los ingredientes de moda y se emplea lo mismo para aderezar un arroz que dar sabor a un pil-pil. Su tremenda potencia de sabor con fuertes notas yodadas lo convierten en un potenciador de sabor sin igual para los platos de pescado.

### 13.- ARMONÍAS SIN ALCOHOL.

Para la gran mayoría un menú sin vino supone la mitad de la experiencia. Sin embargo donde está escrito que los maridajes deban hacerse con vino u otras bebidas alcohólicas. Los cocineros y barman del Norte de Europa llevan años desarrollando armonías líquidas sin alcohol para acompañar sus menús. Zumos de frutas, bayas, vegetales, etc, con fermentaciones ligeras, no siempre alcohólicas que proporcionan continuidad a los platos. Esta práctica es habitual en Noma (Dinamarca) o en In de Wulf (Bélgica) pero también en El Invernadero de Rodrigo de la Calle o en Coque, ambos restaurantes de la Comunidad de Madrid.

### 14.- VACAS SOBREMADURADAS.

Se han convertido en la niña bonita de los asadores de toda Europa. Piezas espléndidas que se dejan colgadas en ganchos con la humedad y la temperatura controlada durante tres, cuatro y hasta seis meses con la finalidad de que su carne adquiera sabores complejos y matices distintos a los habituales. Los carnívoros se han dividido, la mitad a favor, la mitad en contra.

### 15.- PASTELERÍAS MONOTEMÁTICAS.

Se acabaron los genéricos, viva la especialización. No lo sabíamos pero nuestras entrañables churrerías fueron el anticipo de esta tendencia que desde hace un par de años arrasa en París y comienza a extenderse. Lo que mola no es ofrecer cien variedades de pasteles, sino que en la tienda de eclairs elaboren 15, con sabores y colores diferentes, y los presenten perfectamente alineados en mostradores de diseño. En Madrid está Miss Chou París, una delicia.



# EL BOOM DE LA CERVEZA ARTESANAL: CUÁL ES EL SECRETO DEL FENÓMENO DE LA CERVEZA ARTESANAL

En momentos en que la economía atraviesa una época difícil, con cierre de restaurantes y baja del consumo en los supermercados, la cerveza artesanal se consume cada vez más y tiene su propio circuito de bares especializados. Una tendencia que nació en el interior del país y formó su propia subcultura.

Siempre es difícil determinar cuál es la fecha de nacimiento de un fenómeno que se vuelve de repente muy popular. Pero en el caso de la cerveza artesanal, es posible ubicar ese parto alrededor del año 1994. Fue cuando Leo Ferrari, un ingeniero químico de Mar del Plata, recibió de regalo un kit para fabricar la bebida. Él había estado viviendo en Cabo Cañaveral, Florida (la misma ciudad desde donde la NASA lanza sus cohetes), cuando un amigo cayó a su casa con la cerveza que había fabricado él mismo. Leo pensó que

***Claves de una buena birra. El criterio para evaluar una cerveza debe basarse en el aroma, color y sabor, la textura y el cuerpo, y la impresión que causa./ Ariel Grinberg.***

la cerveza sólo podía comprarse, nunca cocinarse como el pastel de papas. Aunque la idea le encantó, jamás tenía los 300 dólares extra para comprarse el equipo. Así que cuando su amigo se lo regaló como símbolo de despedida, se dedicó con pasión a perfeccionar recetas.

Eventualmente, con otro amigo ingeniero químico, abrió el primer bar de cerveza artesanal de Mar del Plata. Estamos hablando de Antares. Este lugar se convirtió, en poco tiempo, en el disparador de la movida en la ciudad balnearia, una de las capitales de la cerveza artesanal en el país. Otra zona fuerte es la Patagonia. Allí, el furor arrancó con Blest, en El Bolsón, en 1997. Luego, en 2004, se sumó Berlina en la localidad bucólica de Colonia Suiza. Hoy, en Bariloche, la cerveza artesanal representa a la ciudad casi tanto como el chocolate. Tanto identidad tiene. Lo mismo ocurre en La

Plata, otro polo cervecero. Y el fenómeno, ya se nota fuerte en Buenos Aires: donde se abre una cervecería, explota de clientes el mismo día de la inauguración. Dicen los baristas que hay tanta demanda que la producción de materias primas está en crisis: no hay suficiente cantidad.

En momentos en que la economía atraviesa una época difícil, en el que cierran restaurantes y baja el consumo en los supermercados, es notable que un producto totalmente casero, como este tipo de cerveza, viva una curva absolutamente opuesta a la del resto del rubro gastronómico. Y no son sólo los millenials –jóvenes de hasta 35 años– los que están impulsando este verdadero movimiento que brota en ciudades chicas y ciudades grandes, en todos los barrios y en zonas donde no existían ni siquiera bares. A excepción de los celíacos, que no pueden consumirla por el gluten, todos toman cerveza. Los ancianos, los maduros y los más jóvenes.

Según datos del sector, la cerveza se lleva el 50% del consumo de alcohol en la Argentina. En 2015, sin embargo, bajó de 43 litros a 40 por persona. Pero, en ese mismo lapso, se duplicó la venta de cerveza artesanal de la mano de productores de todo tipo: familiares, amigos, empresas medianas y de tamaño respetable también. Hay unos mil productores de cerveza artesanal, un número muy interesante ya que el país está ahora alcanzando la cresta de la ola. En los Estados Unidos, donde el fenómeno es más antiguo, hay cinco mil productores.

Tan grande es el fenómeno que Leo Ferrari, el pionero, dice: “Estamos en Silicon Valley de 1985”. Metáfora que alude a una efervescencia total por la innovación y la





búsqueda, como las que revolucionaron la computación.

La movida en la Argentina es parte de un fenómeno que también se desarrolla en el exterior, y que probablemente, haya empezado en los Estados Unidos en los '90. La cerveza artesanal se comió el 14 por ciento del mercado de cerveza norteamericano, que es literalmente gigante. Aquí, sólo alcanza al 2 por ciento de lo que se consume, con lo cual tiene mucho margen para seguir creciendo y fanáticos para seguir captando.

Lo que está pasando con la cerveza ya pasó con el vino hace 20 años, excepto que esta es una bebida más fácil de hacer: sus fabricantes no necesitan tener las instalaciones sofisticadas que requiere una bodega. Un pibe (o una piba) en la cocina de su casa puede hacerla, perfeccionarla e incluso venderla en los bares que se están abriendo en todos lados. La pasión junta a cerveceros de todas las edades, que no tienen miedo en compartir sus secretos –algo no habitual–, “cocinar” juntos ediciones especiales, organizan festivales y concursos. Y los paladares se refinan.

Cuatro ingredientes. La cerveza es el producto de la combinación de cuatro ingredientes: agua, malta, lúpulo y levadura. Aunque sea una melodía con pocas notas, puede dar lugar a miles de canciones diferentes. Por ejemplo, tostando más o menos la malta, se obtiene una cerveza más clara o más oscura o más cremosa. El lúpulo, un cogollo con un muy fuerte aroma, es lo que le da gran parte de su personalidad. La levadura, que puede ser Ale o Lager, provoca productos muy disímiles entre sí. Han llegado a ir a la guerra por defender el honor de cada levadura.

El agua hay que tratarla para que tenga la acidez correcta. Todo tiene sus bemoles. Hay un quinto ingrediente que es intangible: el tiempo. Esto es cuánto se dedica al proceso de fermentación, que es clave.

Toda esta movida cervecera artesanal tiene un gran espíritu de rebeldía, y cada uno que esté en el negocio –ya sea fabricando o vendiendo– te hablará con la camiseta puesta, con gran conocimiento por la historia y el arte de fabricar la bebida que viene acompañando a la humanidad desde sus primeros asentamientos sedentarios. El símbolo de todos los que se dedican a la fabricación artesanal es la Indian Pale Ale o IPA, una cerveza más bien amarga, que no es recomendada para iniciados, cuenta Guido Ferrari, de Berlina (no tiene relación alguna con el Ferrari de Mar del Plata, a no ser por el amor que ambos tienen por el producto). Pero la eligen porque es todo lo contrario a una cerveza estandarizada e industrial. Tiene mucho lúpulo y cierto dejo a perfume del bosque.

Redefiniendo pautas culturales. Los cerveceros coinciden en que el fenómeno, que arrancó en los '90, tuvo una decadencia sobre fin de siglo y un repunte post crisis, pero que ahora está en un punto indetenible como un tsunami. Esto es porque el cliente es el que está demandando este tipo de producto y el que está redefiniendo pautas culturales de encuentro en todos los lugares. Si antes los amigos se juntaban a tomar un café, ahora lo hacen para tomar cerveza; los compañeros de trabajo van al after-office y aprovechan la “happy hour” (2 por 1). Y con la cerveza aparece también una cultura gastronómica nueva en Buenos Aires. Se replican recetas que son de los Estados Unidos y México, como el chile con carne, los ta-

cos, los nachos... Cosas nuevas.

En Buenos Aires, eran raros los bares donde sólo se sirviera alcohol como los que existen en los Estados Unidos, donde hay oficinistas desde las cinco de la tarde. Son ámbitos generalmente oscuros, ruidosos. La tele siempre está prendida. Una cosa que allá no se puede hacer, y aquí sí, es sacar la cerveza a la vereda. Es más: parece un factor distintivo del consumidor argentino. A tal punto que La Birrería, un local que abrió en septiembre, tiene un patio que se asemeja a un callejón, para dar ese ambiente que tanto aman los porteños. Los locales de On Tap, otra cervecería que da mucho que hablar, son deliberadamente pequeños para que los clientes gocen en la calle del producto que venden.

“Hay una cervecería por cuadra en Palermo”, destaca uno de los dueños de la Birrería, Gabriel Prada. Y la competencia es lo que menos le molesta. Lo mismo dice Juan Ignacio Echayre, de 1516. Le encanta que existan polos cerveceros en los barrios, que eventualmente, se van a convertir en rutas ciudadinas para explorar sabores.

Echayre dice que el público respondió porque la moda cervecera es muy descontracturada. Se puede ir a una cervecería vestido como uno quiera, reunirse temprano con amigos, hacerlo de manera espontánea. “Yo quiero que abran más cervecerías”, dice, desafiando las leyes de la competencia. Sin embargo, aún los porteños no parecen haber adoptado la costumbre de los españoles de ir de bar en bar tomando “cañas”. Pero quién te dice que no vaya a suceder.

“Los cerveceros son los que hicieron el cambio con su arte y su pasión”, afirma, por su lado, Amancio Alcorta, de OnTap,

una cervecería que es como una suerte de “sala de exposición” de las distintas obras de pequeños productores-artistas. “Decimos que somos una galería de arte”, subraya Alcorta. El recuerda que abrieron el primer local en Palermo un jueves, sin avisarle mucho a nadie, y sin embargo, el primer día estalló de público. “Se nos fue de las manos. A la semana, parecía un bar abierto hace diez años”, cuenta.

La gente de OnTap, como muchos baristas, resaltan algo fundamental de la cerveza artesanal: no hay intermediarios en el proceso y la sustentabilidad es un valor importante. El productor mismo es el que hace el delivery de los barriles o botellas, y entre expendedores y fabricantes se establece una sinergia y una colaboración que luego se traduce en variedades innovadoras en las pizarras, ganas de seguir creciendo. “Creemos en el comercio justo”, dice Alcorta. Es uno de los lemas que los impulsa.

La “fabriquita”. Uno de esos fabricantes pequeño es Baronesa. Pertenece a Nicolás Sánchez y Patricio Petersen, dos amigos que abrieron un local en Villa Crespo. Llegamos justo cuando estaban “cocinando” una Golden Ale, a la que llaman “Rubia Argentina” (uno de los gustos favoritos de la plaza local). Ellos se rigen estrictamente por la ley de pureza cervecera, una normativa de 1516, decretada por el duque Guillermo IV de Babiera, que es una especie de Biblia para todos los que cultiven este arte. Nos muestran, entonces, la olla de licor, la olla de macerado, la de hervor... El momento en que le echan el lúpulo a la mezcla de agua con malta, el proceso de enfriamiento y de estacionamiento. Ellos mismos se encargan de en-



vasar sus cuatro tipos de cerveza, etiquetarlas, y de distribuirlas en un camión a su lista de clientes, que incluyen algunos bares de Palermo. Están muy orgullosos de compartir la pizarra con cervezas de mucho prestigio.

“Sueño con hacer la cerveza lo más sustentable”, dice Nico, que es de Venado Tuerto. En algún momento, quieren tener su propio patio cervecero en alguna localidad del interior, optimizando cada proceso, conservando agua, reutilizando el bagazo de malta, y hasta cuidando que el gas que se usa para el proceso de enfriamiento no sea contaminante de la atmósfera. Unos avanzados.

Algunas claves y códigos. Las cervezas que más se toman son las rubias más suaves, que son la puerta de entrada para los novatos. En los pizarrones generalmente se aclara cuál es el contenido de alcohol y la medida de amargor de cada variedad, que se mide con la denominación IBU (en castellano, la sigla significa unidad internacional de amargor).

Cuanto más amarga es la cerveza, más lúpulo tiene. “Entrás por una Golden o una Blond, te pasás a la Scotch o a una Honey, antes de llegar a una Porter”, dice Echayre.

Aunque hay cervezas que perfec-

tamente podrían tomarse a temperatura ambiente, aquí en general se bebe a unos 3,5 grados centígrados. La gente se enoja si no se sirve la cerveza fría, una costumbre que se adoptó recién con la masificación del producto industrial.

Los bares cerveceros se caracterizan por tener mesas comunales y altas, donde la gente se junta alrededor y puede establecer fácilmente una dinámica de grupos. “La cervecería es muy democrática”, cuenta Guido Ferrari. “Podés gastarte dos mangos o ir a cenar. En Bariloche, cambiamos el hábito de la gente. Ya no se toma el té: se toma cerveza con papas fritas”, sostiene.

Tanto los productores patagónicos como los de Mar del Plata están tratando de integrarse con los productores de lúpulo, para obtener nuevas variedades y diferenciar aún más la bebida que producen. Por un tiempo, se traían los rizomas de contrabando en la valija. Pero ya hay emprendimientos en el Sur y también en Sierra de los Padres, buscando la innovación. “El lúpulo es como el terroir al vino”, señala el Ferrari de Bariloche. El Ferrari de Mar del Plata coincide que la identidad de la cerveza argentina va a salir de esta flor. “Hay mucho potencial de crecimiento y de desarrollo”, cuenta convencido el marplatense. Brindemos, entonces, a la salud de todo el mundo. Cerveza para todos y todas.



# EL PRODUCTO DE PASTELERÍA FUROR EN PARIS SE MUDA A CHINA



Descubierto en el 1850, parece que por Antonin Carême, el famoso pastelero francés del 1700, los Eclairs se adueñan de las vitrinas de París hace ya unos años de la mano de otro pastelero francés, Christophe Adams. El producto, un clásico desde hace siglos fue reinventado y marketineado por él con nuevos looks y sabores.

Sus vidrieras parecen joyas que hacen honor a su nombre (eclair en francés es destello) Lindo nombre para representar una masa crocante por fuera, vacía por dentro que nos espera siempre con una sorpresa interior. Crema chibouste, crema pastelera, ganaches y en los últimos tiempos puedes probar con sabores como el yuzu (cítrico de moda) el praliné, las ganaches de caramelo y cientos de sabores más.

Christophe Adams, creó 175 distintos sabores en los últimos años. una demostración que el universo pastelero no tiene límite.

Al igual que su competidor en Hong Kong, otra francés, Marc Toutain, que elabora Eclairs salados con foi gras, muzzarella o pato.

Otra ejemplo de lo que llamamos en marketing, un negocio de Monoproducto.

Difícil encontrarlo, difícil el logro de un sabor y textura tan espectacular.



Por Moira Sigal

# ARGENTINA ESTÁ ENTRE LOS 20 PAÍSES QUE LIDERAN EL “TURISMO DE REUNIONES”

Es un nicho clave para el segmento que generó casi 20 millones de pesos anuales. Además, el 95% de aquellos que vienen por eventos y congresos, volvería.

Eventos, convenciones, reuniones. Argentina ingresó al ranking de los 20 países que lideran el turismo de reuniones en el mundo. De qué se trata este nicho que resulta clave para el sector y que generó un impacto económico de casi 20 millones de pesos anuales.

Este segmento, nada menor, atrajo en 2016 a dos de cada diez extranjeros, en 4.891 encuentros realizados en alguno de los 275 destinos para el rubro de las distintas provincias y la Ciudad de Buenos Aires.

Y otro dato significativo: “Cada uno de estos turistas gasta el triple que el resto”, señaló a Infobae el ministro de Turismo de la Nación Gustavo Santos. “Esto significa que cada turista vale por tres”.

Agregó Santos: “El turismo de reuniones es un segmento clave. Y fue el primer producto turístico que comenzó a trabajarse con profesionalismo y encuadrado en una política de Estado”.

## EL RANKING

Argentina está dentro de los 20 países del mundo que lideran el turismo de reuniones.

La estadística fue elaborada por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) que determinó Argentina se ubicó en 2016 en el puesto 19 de los mayores países organizadores de eventos y reuniones turísticas internacionales.

De esta manera, el país escaló cuatro posiciones respecto al puesto 23 que había obtenido en la evaluación de 2015 y pasó a formar parte del grupo de las veinte naciones más importantes del mundo por encima de países como México, Suiza, Dinamarca, Tailandia, Grecia, Irlanda, República Checa, entre otros.

Argentina representa el 16 por ciento de los congresos internacionales que tienen lugar en Latinoamérica.

Otro de los resultados a destacar fue la consolidación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en la vanguardia de todo el continente americano. Por octava vez consecutiva, la capital argentina superó a otras grandes ciudades. “Estamos por encima Nueva York. Esto se debe a que somos muy



competitivos y logramos un fuerte trabajo de infraestructura. Creo que somos un país aspiraciones y lo demuestras las estadísticas, ya que el 95% de estos turistas dijo que volvería para vacacionar en el país”, destacó el ministro Santos.

## UN TURISMO BIEN FEDERAL

32 ciudades argentinas fueron sede de congresos el último año.

El turismo de reuniones no se centra solamente en Buenos Aires. De hecho, 32 ciudades argentinas fueron sede de congresos internacionales en el último año.

“Este es otro dato muy bueno. Y para eso, seguimos trabajando muy fuerte para mejorar la conectividad, con mayores vuelos que generen una oferta económica conveniente para el turista. Ya logramos el reintegro del IVA por estadía y vamos a seguir trabajando en la apertura de Argentina al mundo”, concluyó Santos.

Además, el futuro del segmento es promisorio. Argentina espera una larga lista de eventos internacionales en el próximo año, como la cumbre de presidentes del G20 que pondrá al país en primera plana mundial.

# INSCRIPCIONES

## CICLO LECTIVO 2018



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](http://www.aehg-laplata.org.ar)



[instituto@aehg-laplata.org.ar](mailto:instituto@aehg-laplata.org.ar)



Calle 6 N°554



Instituto Superior "Ángel Salvadori"



## Feria Masticar

### Participación de Alumnos

El día jueves 11 de mayo del corriente año los alumnos de 1º, 2º y 3º año de la carrera de Técnico Superior en Servicios Gastronómicos, junto a los profesores Luis Liera y Natalia Amezcua, realizaron una salida a la Feria MASTICAR, cuyo objetivo es poner en valor la gastronomía argentina y ayudar a que el público tome conciencia de las bondades de los productos frescos de estación, bajo el lema “Comer rico hace bien”. Allí, pudieron recorrer los diferentes puestos de comida, el mercado y participar de las clases de cocina y talleres brindados por reconocidos cocineros.

## Salida Hotel La Boca

Días pasados, alumnos de la carrera Técnico Superior en Hotelería del Instituto Superior “Angel Salvadori” de la ciudad de La Plata, participaron de la recorrida del Hotel Boca, ubicado en Capital Federal. La salida se lleva adelante en el marco de la materia Práctica Profesional Hotelera. En esta oportunidad participaron los alumnos Franco Alonso, Ulises Dvorsky, Ailén



*Sr. Pedro Picciau, miembro de la Asociación Masticar, Restaurante Italpast de Campana*

## Salida Estadio Único

El día 13 de julio de 2017 las alumnas de 2º año de la carrera de Técnico Superior en Guía de Turismo, junto a la profesora María Victoria Britos en el marco de la materia Práctica Profesional II, realizaron un City Tour por la ciudad de La Plata. Las alumnas debían programar todo el circuito e ir guiando a los asistentes a medida que la combi iba recorriendo la ciudad. Algunos lugares por los que pasaron fueron la Plaza Malvinas, Plaza Moreno, Catedral y el Estadio Único.

Negro, Marisol Acosta, Facundo Podestá y Juan Manuel Ravazzoli, acompañados por la Profesora Norma Garrasino.

El Instituto lleva adelante este tipo de actividades para que sus alumnos puedan interiorizarse en el desarrollo de la actividad hotelera y su posterior práctica profesional.

*Alumnos de la carrera de técnico Superior en Hotelería en el Hotel Boca.*



# Propuesta Educativa 2018

## 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 (DIPREGEP 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 Hotelaría, 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@aehg-laplata.org.ar](mailto:instituto@aehg-laplata.org.ar)  
Facebook Instituto Superior Ángel Salvadori

# CURSO CORTO DE COCINA ALTERNATIVA



**DURACIÓN DE 2 MESES  
COMIENZA EN AGOSTO**

# CURSO CORTO DE PASTELERÍA AVANZADA



**DURACIÓN DE 2 MESES  
COMIENZA EN SEPTIEMBRE**

# CURSO CORTO DE BARMAN Y ENOLOGÍA

**DURACIÓN DE 2 MESES  
COMIENZA EN OCTUBRE**



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

RES OFICIAL DIPREGEP N° 6266

# CURSOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA

## Campana Organización y gestión de destinos turísticos

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, y la Escuela Superior de Hotelería Gastronomía y Turismo, a través de la Red Federal de Capacitación de FEHGRA desarrolló el 8 y 9 de mayo, en localidad de Campana, el Curso de organización y gestión de destinos turísticos.

Los objetivos del mismo fueron, comprender los conceptos y elementos básicos del desarrollo y planificación turística del destino. Entender la necesidad de un desarrollo sustentable o sostenible para mantener la competitividad a largo plazo. Considerar la participación como eje de desarrollo en una comunidad turística y brindar principios prácticos de compromiso, liderazgo, negociación, entre otros temas.

El curso, contó con la asistencia de 42 participantes, y fue dictado por MG. Ma-



*Asistentes al curso realizado en Campana*

ría Lucila Salessi, Licenciada en Turismo y Hostelería - Magíster en Gestión Turística. Se entregaron certificados de asistencia.

Desde la Municipalidad de Campana y la AHEG La Plata y Zona de Influencia des-

tacaron la importancia de la formación, como claves para la organización y gestión pública y privada del destino turístico, para lograr la profesionalización de los actores implicados en el sector.-

## Luján Curso de Marketing práctico para empresas hotelero gastronómicas

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, y la Escuela Superior de Hotelería Gastronomía y Turismo, a través del Departamento de Capacitación y Formación Profesional de FEHGRA, conjuntamente con el Municipio, desarrolló el 14 y 15 de junio, en localidad de Lujan, el Curso de Marketing práctico para empresas hotelero-gastronómicas.

Los objetivos del mismo fueron identificar y aplicar las herramientas específicas del marketing, establecer estrategias y mercadotecnia, identificar y evaluar participaciones comerciales, para comprender el mercado turístico y los perfiles de los nuevos turistas. También la tecnología 2.0 y presentar la técnica renuevo Management como técnica de optimización de tarifas.

El curso contó con la asistencia de una veintena de participantes, y fue dictado por la profesora Elena Boente de Perino y se desarrolló en el Salón del Museo de la ciudad en el Edificio de la Cúpula. Se entregaron certificados de asistencia.

Desde la Municipalidad de Lujan agradecieron a FEHGRA y la AEHG La Plata y Zona de Influencia por el permanente acompañamiento en la formación, de diversas áreas del sector, para lograr la profesionalización de los actores implicados y de esta forma la optimización de los servicios.



*Asistentes al curso realizado en Luján*

# General Belgrano

## Organización y gestión de destinos turísticos

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, y la Escuela Superior de Hotelería Gastronomía y Turismo, a través de la Red Federal de Capacitación de FEHGRA desarrolló el 8 y 9 de mayo, en localidad de Gral Belgrano, el Curso de capacitación y gestión de Destinos Turísticos.

Los objetivos del mismo fueron, comprender los conceptos y elementos básicos del desarrollo y planificación turística del desti-

no. Entender la necesidad de un desarrollo sustentable o sostenible para mantener la competitividad a largo plazo. Considerar la participación como eje de desarrollo en una comunidad turística y brindar principios prácticos de compromiso, liderazgo, negociación, entre otros temas.

El curso, contó con la asistencia de una veintena de participantes, y fue dictado por la MG. María Lucila Salessi, Licenciada en Turismo y Hostelería - Magister en Gestión

Turística. Se entregaron certificados de asistencia.

Desde la Municipalidad de Gral Belgrano y la AEHG La Plata y Zona de Influencia destacaron la importancia de la formación, como claves en la organización, de la gestión pública y privada del destino turístico, para lograr la profesionalización de los actores implicados en el sector.-



*Asistentes al curso realizado en General Belgrano*

# Dolores

## Atención al cliente

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, y la Escuela Superior de Hotelería Gastronomía y Turismo, a través de la Red Federal de Capacitación de FEHGRA, conjuntamente con el Municipio desarrolló el 6 y 7 de junio, en localidad de Dolores, el Curso de Atención al Cliente.

Los objetivos del mismo fueron, identificar las herramientas necesarias para la optimización de la atención al cliente, Ana-

lizar las expectativas de los clientes para optimizar el servicio, analizar el perfil al personal de contacto orientado a la atención de los clientes y comprender las diferencias que establece una buena atención e impulsa la elección del cliente.

El curso, contó con la asistencia de una veintena de participantes, y fue dictado por la Lic. Lia Graciela Oviedo, Licenciada en Sociología (UBA). Se entregaron certificados de asistencia.



*Asistentes al curso realizado en Atención al Cliente*

Desde la Municipalidad de Dolores y la AEHG La Plata y Zona de Influencia destacaron la importancia de la formación permanente, en diversas áreas del sector, para lograr la profesionalización de los actores implicados, para lograr de esta forma la optimización en la Atención al Cliente.-

## Castelli Cocina profesional

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, y la Escuela Superior de Hotelería Gastronomía y Turismo, a través de la Red Federal de Capacitación de FEHGRA, conjuntamente con el Municipio desarrolló el 14 y 15 de junio, en localidad de Castelli un nuevo Curso de Cocina Profesional.

El objetivo del mismo fue entender el funcionamiento de la cocina, comprender la importancia de las materias primas, clasifica-



Asistentes al curso de Castelli



Marcelo W. Aguilar en la entrega de certificados

ción, ciclos, conservación, tipos de cocción. También relacionar la gastronomía con las demás ciencias, como la química, la física, biología etc. Conocer técnicas y procedimientos para diversas preparaciones

El curso, contó con la asistencia de una veintena de participantes, y fue dictado por la Chef Guadalupe Mendoza. Participó de la entrega de certificados de asistencia el Sr Marcelo W. Aguilar Presidente

de la Cámara Bonaerense de Turismo en la AEHG La Plata y Zona de Influencia

Desde la Municipalidad de Castelli agradecieron a FEHGRA, y la AEHG La Plata y Zona de Influencia por el permanente acompañamiento en la formación, de diversas áreas del sector, para lograr la profesionalización de los actores implicados, para lograr de esta forma la optimización de los servicios.-

## Zarate

### Marketing práctico para empresas hotelero gastronómicas

La Filial La Plata y el Municipio de Zarate dictaron el curso que estuvo a cargo del Departamento de Capacitación de FEHGRA. Desde la Municipalidad agradecieron a FEHGRA y la Filial por el permanente acompañamiento en la formación.

La Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia, y la Escuela Superior de Hotelería Gastronomía y Turismo, a través del Departamento de Capacitación y Formación Profesional de FEHGRA, conjuntamente con el Municipio, desarrolló el 14 y 15 de junio, en localidad de Zarate, el Curso de Marketing práctico para empresas hotelero-gastronómicas.

Los objetivos del mismo fueron identificar y aplicar las herramientas específicas del marketing, establecer estrategias y mercado-



La Dra. Elena Boente Capacitadora de FEHGRA junto a los asistentes del curso en Zárate.

tecnia, identificar y evaluar participaciones comerciales, para comprender el mercado turístico y los perfiles de los nuevos turistas. También la tecnología 2.0 y presentar la técnica renueve Management como técnica de optimización de tarifas.

El curso contó con la asistencia de una veintena de participantes, y fue dictado por la profesora Elena Boente de Perino y se de-

sarrolló en el Salón cultural "Tito Alberti". Se entregaron certificados de asistencia.

Desde la Municipalidad de Zarate agradecieron a FEHGRA y la AEHG La Plata y Zona de Influencia por el permanente acompañamiento en la formación, de diversas áreas del sector, para lograr la profesionalización de los actores implicados, para lograr de esta forma la optimización de los servicios.

# DESTINOS

## Conocemos Castelli

**Lugar de pescadores y turismo rural**

### Un poco de historia

Castelli toma su nombre de la ciudad cabecera que a su vez homenajea al político argentino Juan José Castelli, miembro de la Primera Junta de gobierno patrio.

En 1856 el gobierno de la Provincia dispuso el trazado de una ciudad en la desembocadura del Río Salado, en el Rincón de López, propiedad de Gervasio Rosas. La creación del partido se incluyó en la Ley sobre división de campaña de 1865.

En 1883 se dispuso la fundación de un pueblo en la estación Taillade, en los terrenos contiguos a los de Guerrero. En 1888 los vecinos Taillade y Guerrero formaron centros agrícolas. El 16 de marzo de 1896 el Centro Taillade fue declarado cabecera de partido, actualmente donde se encuentra emplazado el ejido urbano de nuestro distrito.

El partido de Castelli tiene una superficie: 2.063 km<sup>2</sup>, y alrededor 8.206 habitantes.

La ciudad, tiene como principal actividad la agricultura

y la ganadería, la cría de ganado vacuno y el desarrollo en materia de siembras y cultivo caracterizan a la región en un área que depende del sector rural.

Sumergido en la depresión de la cuenca del Salado, Castelli cuenta con atractivos turís-



ticos muy interesantes, la laguna La Rosita, es una de ellas ya que se emplaza a solo 1 km del centro neurálgico de la ciudad. Además el turismo de estancia rurales, Bella Vista y el castillo de la familia de Felicitas Guerrero son escenario característicos de preservación, turismo, historia y cultura.

Destino de pescadores situado en cercanías al cruce de rutas AU2 y RP41, en la costa este de Buenos Aires, el partido de Castelli se compone por paisajes lacustres y rurales. Naturaleza, tranquilidad, este pedacito del territorio bonaerense invita a relajarse y disfrutar de un simple momento. El partido de Castelli está integrado por la localidad



cabecera homónima, la Estación Guerrero y el Canal Quince también llamado Paraje Cerro de La Gloria. Sus magníficos pesqueros de pejerreyes, tarariras y carpas, entre otras especies codiciadas, lo han convertido en una escapada típica de fin de semana.

### Que recorrer

#### *Laguna La Rosita*

Es un espacio natural donde el Municipio de Castelli ha creado un Recreo con servicios básicos para sus visitantes.

La laguna, de 500 hectáreas y una profundidad media de 1,50 metros, es conocida por su atractivo para los pescadores. Tarariras, bagres y dentudos hacen de carnada para quienes se escapan hacia la naturaleza y la tranquilidad, y aprovechan probando el pique de algunos ejemplares itícolas; o se dejan llevar por la contemplación de las numerosas aves acuáticas

Cómo llegar a la Laguna La Rosita: se ubica a 2 kilómetros del centro de Castelli y a 175 kilómetros de Capital Federal por autovía 2. El acceso a la laguna es asfaltado.

Características: tiene 500 hectáreas una profundidad máxima de 3 metros, costas barrosas con suave declive y algunas barrancas bajas. Hay una enorme población de aves acuáticas que se mueven libremente en el ámbito.

Especies deportivas y flora acuática: tarariras, bagres y dentudos. Manchones de juncas emergentes en sus orillas; gambarrusa y cola de zorro sumergidas.

#### *Museo Crucero General Belgrano*

Su trascendencia y contenido constituyen un gran aporte al conocimiento de la cultura, historia y tradiciones. Fue creado en 1971 sin intención de lucro y con el único fin de que la población tuviera la posibilidad de acceder gratuitamente al conocimiento de piezas de valor histórico.

Con el tiempo, el Museo Crucero General Belgrano ha acumulado en sus vitrinas más de 43.000 piezas, entre ellas catalejos de bronce y sables de la Marina Argentina, armas de fuego, latones de la Policía Fronteriza y de la Real Armada Inglesa; y cuadros de reconocidos artistas como Benito Quinquela Martín, A. Freyre, Marengo, Emilio Biggieri.



# Dolores

## Arte, Cultura y Recreación

### Historia

La historia comienza en 1810, lo que es hoy Dolores, era territorio del Desierto.

Las intenciones de extender las fronteras se sucedieron a través de los sucesivos gobiernos, hasta que el Congreso de Tucumán, el 25 de Enero de 1816, dicta un reglamento relativo a las mercedes de estancias al Sur del Río Salado.

El Soberano Congreso faculta al Director Supremo para adjudicar las tierras a los vecinos de frontera, en aras de satisfacer las necesidades de extender las tierras útiles, especialmente en el aspecto económico del país.

Todo esto y la situación planteada por los vecinos de la zona, exigiendo atención y protección a las autoridades, llevan a la fundación de Dolores, intención manifiesta y acordada en la gloriosa fecha del 21 de Agosto de 1817, refrendada por el Presbítero Francisco de Paula Robles, el Comandante Pedro Antonio Paz, Leonardo Piedrabuena, Antonio González y Salomón González.

Nace así, la historia de nuestra Dolor, "Primer Pueblo Patrio, como merecidamente se le reconoce.

Fue cuna de la democracia. En septiembre de 1817, el Supremo Gobierno, le reconoce a la nueva población, el derecho de elegir por si misma, las autoridades que la regirán.

¡Salve, salve Gloriosa Dolores! ¡Salve, Salve en tu tierra natal!

### Paseos Sugeridos

El Centro Cívico de la ciudad. En 1839 se dio allí el histórico "Grito de Dolores". Su pirámide es "Monumento Nacional" erigi-



do en nombre a los "Libres del Sur" Conjuntamente con la Iglesia "Nuestra Señora de los Dolores" representan nuestra identidad. La Plaza Castelli es uno de los puntos más representativos de la historia de Dolores. Es el símbolo de la "Revolución de los Libres del Sur" porque allí se produjo el "Grito de Dolores" que dio inicio al levantamiento. En la actualidad la Pirámide de los Libres del Sur, es un monumento en homenaje a los caídos durante la rebelión. Además en este espacio verde se expuso la cabeza de Pedro Castelli, uno de los líderes del levantamiento contra Rosas, del que proviene su actual nombre.

Es una ciudad con una gran arquitectura, se puede visitar la Iglesia Nuestra Señora de los Dolores, de estilo románico, aparentemente proyectada originalmente por Eduardo Taylor. Posee un diseño de crucero con una alta cúpula sobre pechinas. Hacia fines del siglo XIX fue reformado su plano original por Pedro J. Benoit.

Para actividades recreativas está el Aero Club, fundado en 1929. Está habilitado por la Fuerza Aérea Argentina. Se realizan prácticas de vuelo deportivo en aviones y

planeadores de última generación. Posee una escuela de pilotos de avión y de planeador, dos pistas de césped de 1250 m, hangares, radioayuda, estación meteorológica, combustibles, vuelo nocturno, buffet, casa de pilotos, y pileta de natación.

Quienes disfruten del Golf, cuenta con Cancha de 18 hoyos. Inaugurada en 1990 por Roberto de Vicenzo y con el Lago Parque Náutico, que integra el complejo turístico deportivo "Aero - Golf - Náutico". Lago artificial de 30 ha, y 12 ha de parque forestados. Paseos y competencias de yates a vela, kayaks y windsurf. También cuenta con una Escuela Náutica para grandes y chicos,

En cuanto a arte y cultura, se puede visitar el Museo "Libres del Sur" creado por la Dirección de Museos de la Provincia de Buenos Aires. Histórico, del Gaucho y del Indio en el siglo XIX. Dolores fundacional. Evocativo de la "Revolución de los Libres del Sur", de 1839. Sector de Ciencias Naturales, con cientos de especies autóctonas y exóticas. Del Transporte en el siglo XIX, con enormes carretas y legendarias galeas. Dolores tiene un sitio en donde guardar su memoria: el Museo Libres del Sur.

# CALENDARIO DE FIESTAS POPULARES

## SEPTIEMBRE

### Salliqueló

Expo Rural Salliqueló-Fiesta del Novillo Tipo

### Berisso

Berisso Fiesta Provincial del Inmigrante

### San Andrés de Giles

Fiesta de la Galleta de Campo

### Dolores

Fiesta de las Colectividades

### Las Flores

Chango's - Festival

### Brandsen

Fiesta de la galleta de campo

### San Vicente

Fiesta regional del pollo

### Rauch

Fiesta Nacional del ave de raza

### Quilmes

Fiestas patronales y fogones de Bernal

### Adolfo Alsina

Fiesta patronal en honor de la Señora de los Desamparados

### San Andrés de Giles

Fiesta patronal en Cucullú

### San Antonio de Areco

Fiesta de las colectividades

### Mercedes

Fiesta nacional del salame quintero

### Berisso

Fiesta provincial y nacional de la Corvina

### Ituzaingó

FECI - Festival de cine de Ituzaingó

### Magdalena

Expobavio - Semana del desarrollo rural

### Las Flores

Fiesta criolla CEPT Rosas

### Moreno

Exposición de floricultores

### Zárate

V Encuentro de las culturas del mundo

### General Las Heras

Fiesta de la pasta casera

### Brandsen

Aniversario de La Posada

### Nueve de Julio

Fiesta del agricultor y el empleado rural

### Navarro

Fiesta del buñuelo navarrese

### Colón

Feria provincial de artesanos

### Roque Pérez

Roque Pérez vive la primavera

### Carlos Casares

Casares Rock

### Rivadavia

Aniversario de la creación del partido de Rivadavia - Cabalgata de Rivadavia - Cándido Mansilla

### Bolívar

Fiesta del chorizo seco en pirovano

### Luján

Peregrinación gaucha a caballo al santuario de Nuestra Señora de Luján

## OCTUBRE

### Hipólito Yrigoyen

Fiesta patronal en honor a Sta. Teresita del Niño Jesús

### Maipú

Maipú Cortos - Festival de cine de humor

### Luján

Peregrinación de la juventud a pié a Luján

### Roque Pérez

Campeonato de Rural Bike "Desafío al Parque"

### Morón

Aniversario de Morón

### San Andrés de Giles

Fiesta de Nuestra Señora del Rosario de San Nicolás

### Lobos

Fiesta de la mujer rural en Barrientos

### Bragado

Fiesta provincial del Caballo

### La Plata

Festival internacional de cine independiente FestiFreak

### Saladillo

Expovivero - exposición de viveristas locales y zonales





# EN NUESTRA ZONA DE INFLUENCIA

## NOVIEMBRE

### General Paz

Fiestas patronales en honor a Nuestra Señora de Luján de las Sierras

### Tordillo

Fiestas patronales de Villa Roch

### Cañuelas

Fiesta de la picada y la cerveza artesanal

### Campana

Día de la tradición

### Tapalqué

Día del pueblo y cantón Tapalqué

### San Antonio de Areco

Fiesta de la tradición

### Carlos Casares

Fiesta zonal del ladrillo artesanal

### Magdalena

Aniversario de la fundación de la ciudad de Magdalena

### Tordillo

Feria artesanal y cierre de los talleres

### Marcos Paz

Fiesta del día del inmigrante

### Cañuelas

Exposición regional, comercial y agro-industrial - Fiesta del dulce de leche

### Leandro N. Alem

Fiesta de la identidad e integración

### Bragado

Fiesta de la tradición

### Zárate

Fiesta de la tradición



### Cañuelas

Fiesta de la picada y la cerveza artesanal

### Chascomús

Fiesta del Inmigrante

### San Vicente

Expo San Vicente - Fiesta de la Mozzarella

### Marcos Paz

Fiesta regional del Jamón

### La Plata

Fiesta del payador platense y la parrillada

Aniversario de la ciudad de La Plata

Expo Flor

La Plata Jazz Festival

### Colón

Encuentro nacional e internacional de motociclistas

### Bolivar

Fiesta regional del chorizo seco y la galleta de campo

### Las Flores

Fiesta Grande en Las Flores - Prueba nacional de riendas

### Trenque Lauquen

Fiesta del jamón

### Chivilcoy

Aniversario de Chivilcoy

### Brandsen

Fiesta de Aniversario de la creación del partido de Brandsen

### La Plata

Festival internacional Folklore Buenos Aires - FIFBA

### Brandsen

Exposición rural, ganadera, comercial e industrial - Expo Brandsen



### Magdalena

Fiesta de la carreta

### Las Flores

Fiesta nacional de peñas y fortines

### Ayacucho

Festival de destreza, canto y coraje

### Brandsen

Fiesta de las tropillas entabladas

### Mercedes

Fiesta de jineteada y baile M.J. García

### 25 de Mayo

Fiesta del cordero

### Bragado

Fiesta tradicionalista de O'Brien

### General Viamonte

Motoencuentro Los Toldos

### Chacabuco

Fiesta de la primavera

### Saladillo

Festival nacional de cine con vecinos

### San Andrés de Giles

Segundo encuentro nacional de tango y juventud en Villa Espil

### Bragado

Fiesta del agricultor y fundación de la localidad de Irala

### Marcos Paz

Marcos Paz Tango

# FIESTA ELEGIDA

## Ayacucho *Fiesta Provincial de la Repostería Criolla*

Unión de Artesanos de Ayacucho - Dirección de Turismo y Museo Municipalidad de Ayacucho

La Unión de Artesanos de Ayacucho comienza a realizar la Feria de la Repostería Criolla en el año 1996, con el objeto de revalorizar las tradiciones lugareñas y en especial rescatar la repostería tradicional argentina, considerando que en esta feria se exponen y venden no solo productos de la zona, sino que se suman elaboraciones de personas provenientes de otras provincias que residen en Ayacucho y que conocen y mantienen la realización de productos tradicionales de sus lugares de origen.

La Fiesta Provincial de la Repostería Criolla, como tal, comienza a realizarse en el año 2003 organizada por la Unión de Artesanos de Ayacucho, con el antecedente de haber realizado previamente ocho ediciones de la Feria de la Repostería Criolla, coincidiendo con Fiestas Patrias como el 9 de Julio o 25 de Mayo.

Esta modificatoria se produce con el objeto de convertirla en una "Fiesta" que trascienda el orden local, brindándole así un carácter Regional y Provincial, y llevándose a cabo durante dos jornadas, que continuaron siempre próximas a las fecha patrias.

Así se comienzan a cursar invitaciones a expositores de otras localidades de la Provincia de Buenos Aires, los cuales se sumaron a reposteros locales, y especialmente Instituciones de Bien Público, a quienes se les facilitaba un recurso para obtener algún beneficio económico.

Asimismo en cada edición, se brindaron homenajes a una especialidad distinta de la repostería tradicional, así se realizó el año del Pastel, del Alfajor, del Buñuelo, de

la Torta Frita y del Dulce de Leche, hasta la 5ª edición. Luego de ello por diferentes motivos la Unión de Artesanos dejó de realizar esta Fiesta.

En el año 2013, la Coordinación de Turismo de la Municipalidad de Ayacucho convoca a la Unión de Artesanos de Ayacucho proponiendo su apoyo para retomar las realizaciones de la Fiesta y así ese año se realiza la 6ª Fiesta Provincial de la Repostería Criolla, continuando hasta la fecha donde se alcanza la 10ª edición.

En distintas ocasiones se han sumado actividades tales como: Jornadas: "Herramientas para armar un buen stand" y "Como poner precios a nuestros productos" a través de la Dirección de PYMES y Cooperativas de la Municipalidad de Ayacucho con el aporte de técnicos del INTA; "Curso de Manipulación de Alimentos" organizado por la Secretaría de Desarrollo Local de la Municipalidad de Ayacucho, requiriendo a los reposteros contar con esta capacitación para incorporarse como expositor en la Fiesta; entre otras actividades.

Desde el año 2015 cuenta con la participación de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Pastelera de la ciudad de La Plata y su zona de influencia, quien en las últimas tres ediciones ha coordinado el dictado Clases Magistrales a través de la chef internacional Leticia Paradela.

Asimismo esta Fiesta ha sido declarada de Interés Turístico Municipal y se ha elevado la petición para la declaratoria de Interés Turístico Provincial, como cada edición.



# 10° FIESTA PROVINCIAL DE LA REPOSTERIA CRIOLLA

2 y 3  
de  
SEPTIEMBRE  
2017  
CLUB ATLETICO  
B. MITRE 1039

HORARIO:  
SABADO 2 de 14 a 20 hs.  
DOMINGO 3 de 10 a 20 hs.

## ORGANIZA



AUSPICIA  
DIRECCION DE TURISMO Y MUSEO

## CONSULTAS E INSCRIPCIONES

Oficina de turismo: terminal de omnibus 7 a 13 hs.  
TE: (02296) 454477  
mail: [oficinadeturismoayacucho@yahoo.com.ar](mailto:oficinadeturismoayacucho@yahoo.com.ar)  
[unionartesanosayacucho@hotmail.com](mailto:unionartesanosayacucho@hotmail.com)



En esta oportunidad la Fiesta se realizará el 2 y 3 de SEPTIEMBRE de 2017

## PROGRAMA

### Sábado 2 de Septiembre

- 11 a 13,30 hs. Recepción de Reposteros y Artesanos en Gimnasio Club Atlético Ayacucho. Mitre 1038

- 14 hs. Apertura de la Muestra

Exposición y Venta de productos de Repostería Criolla: pasteles, alfajores, buñuelos, tortas fritas, masas y dulces tradicionales acompañados por chocolate, mate cocido, te y café.

Exposición de Artesanos: artesanías en hierro, vidrio, madera, cerámica, lana hilada, crochet, telar y otros textiles, etc.

- 15.30 hs. Acto Oficial de Apertura:

Himno Nacional Argentino a cargo de la Banda Municipal de Música

Palabras de Presidente Unión de Artesanos de Ayacucho

Palabras de Autoridad Municipal

Actuación de la Banda Municipal

- 16,30 hs. Clases Magistrales a cargo de la chef internacional Leticia Paradela, coordinadas por la Escuela Superior de Hotelería, Gastronomía, Pastelería y Turismo, perteneciente a la Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica y Pastelera de La Plata y zona de influencia. Abierta a todo público.

- 18,30 hs. Comienzo de Espectáculos

Presentación de Grupos de Danzas, Bandas musicales, Cantantes e Instrumentistas.

- 20 hs. Cierre de la Muestra

- 21 hs. Peña Folklórica en Museo Histórico Regional. Organizada por la Dirección de Turismo y Museo de Ayacucho.

### Domingo 3 de Septiembre

- 10 hs. Apertura de la Muestra

Exposición y Venta de productos de Repostería Criolla: pasteles, alfajores, buñuelos, tortas fritas, masas y dulces tradicionales acompañados por chocolate, mate cocido, te y café.

Exposición de Artesanos: artesanías en hierro, vidrio, madera, cerámica, lana hilada, crochet, telar y otros textiles, etc.

- 12 hs. Fogón y venta de carne frente a la sede del Club Atlético Ayacucho. Organiza Comisión del Club

- 17 hs. Comienzo de Espectáculos

Presentación de Grupos de Danzas, Bandas musicales, Cantantes e Instrumentistas.

- 20 hs. Cierre de la Muestra

(ambas jornadas son con ingreso libre y gratuito, así como la Clase Magistral)

## San Antonio de Areco

# Visitamos la Estancia "El Ombú"

Recorrer la Provincia de Buenos Aires, descubrir nuevos destinos.

El origen itálico del General Pablo Ricchieri definió el estilo arquitectónico del casco principal, de fines de siglo XIX. La estancia fue adquirida en 1934 por Enrique Boelcke, abuelo de la actual propietaria, Eva Boelcke. En 1993 esta antigua propiedad abrió sus tranqueras al turismo nacional e internacional.

Centenarios robles, araucarias, palmeras, eucaliptos, casuarinas y magnolias engalanan las 4 hectáreas del parque que invitan a ser recorridas por los huéspedes, disfrutando de los aromas de jazmines, rosas y tilos...

La estancia cuenta con 12 espaciosas habitaciones recicladas con baño privado en suite y grandes ventanales que brindan buena luz natural al amoblamiento de época.

Si su visita ocurre en invierno, podrá disfrutar en cada habitación de una auténtica salamandra junto a la calefacción central.

La Estancia El Ombú ofrece todo el confort requerido por los más exigentes junto a un servicio amable y personalizado en el marco de la belleza y tranquilidad que ofrece nuestro campo argentino.

Hay una sala de estar con TV satelital y video, billar, mesas de ajedrez y cartas, sin olvidar la mesa de ping-pong en la galería lateral y un metegol. Una importante colección de armas así como diversos elementos de decoración guachesca



pueden ser admirados en un recorrido por sus interiores.

En su cómodo y acogedor comedor, frente a una gran chimenea podrá degustar un excelente asado con las mundialmente famosas carnes argentinas, cocina internacional o criolla, acompañada de vinos del país.

Durante el verano, su almuerzo será servido bajo la sombra del frondoso Ombú, en pleno contacto con la naturaleza.

Los huéspedes pueden optar por una estadía de uno o varios días, que le permitirá recorrer y descubrir a fondo sus 300 hectáreas dedicadas en su mayor parte a la cría de ganado vacuno (Hereford y Aberdeen Angus)

Para ello podrá elegir uno de los 38 caballos que componen la caballada, hacerlo en uno de los varios sulkys o bien emprender largas y saludables caminatas.



La Sra Eva Boelcke es una de las propietarias y nos comentó “El ombu tiene como uno de sus principales atractivos ser un establecimiento con actividad agrícola-ganadera propia, además de recibir turistas. La atención es personalizada, siempre se encuentran presentes sus dueños, para aclarar dudas y preguntas. Las cabalgatas, acompañadas por los gauchos, se realizan en la estancia mismo, atravesando potreras, lagunitas y pastizales, rodeados de vacas, terneros y toros curiosos.

Y agrega “contamos con un número importante de caballos (70) por lo cual siempre se encuentra un animal asegurado para cada jinete, los paseos a caballo son una experiencia inolvidable y para los que no quieren usar los caballos se ofrecen paseos en carruajes que remontan a otras épocas. También hay bicicletas, cancha de fútbol y saludables caminatas”

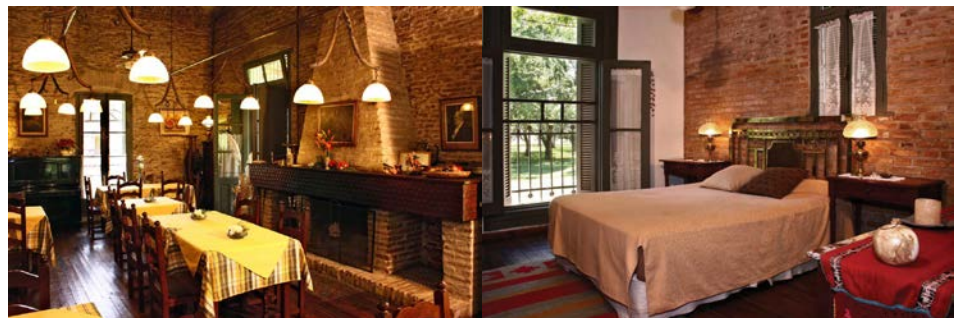
A los amantes de las aves se les proporcionará binoculares y libros ilustrativos sobre aves argentinas.

También es posible observar y participar de las diferentes actividades con hacienda que se realizan en el establecimiento (según calendario de trabajo programado): ordeño, arreo, vacunación, señaladas, descornes, marcaciones, etc.

Otras actividades recreativas propuestas: pileta con solarium, ping-pong, metegol, billar, cancha de fútbol y volley, paseos en bicicleta, tenis y golf en un country club a 8 km de la estancia.

A 20 km del casco se encuentra el pintoresco pueblo histórico de San Antonio de Areco, con sus museos el más conocido es el Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes- sus talleres de plateros y artesanos que todavía mantienen vivas las tradiciones de la cultura gauchesca y que sin duda merecen un alto en el camino.

Como opcional, y a pedido de los clientes, la estancia ofrece shows de música y/o danzas folclóricas así como pruebas



de destreza criolla (carreras de sortija, cuadreras, pialada de novillos, entrevero de tropillas).

Brandsen

# Descubrí Finca María Cristina



## “UN CAMPO CON WI-FI”

Como suele suceder a veces sin imaginárselo, algunos emprendimientos crecen más lo de planeado. En este caso, en julio del 2007 Bárbara y Fernando (un publicista porteño), quería salir de Capital Federal y buscar un “poco de verde para disfrutar los fines de semana”, se encontraron de repente en un remate de un campo en Brandsen. Se trataba de un predio de 55 hectáreas a solo 18 kilómetros del pueblo, con un casco viejo y abandonado, que los Serenelli restauraron en tiempo record. Para la noche del 31 de diciembre de ese

año, la casona de la Finca María Cristina (en ese momento “María Cristina” solamente) tenía todo el aspecto de un refugio familiar en medio de la campiña.

El predio era enorme, y la familia utilizaba solo una pequeña parte, entonces se les ocurrió que podían hacer algo más que un asado por fin de semana. Casi como un juego, le comentó a su esposa la posibilidad de instalar un hotel de campo, (contaban con la experiencia de otros 2 hoteles fundados por ellos, uno en Bariloche y otro en Cariló). La idea fue tomando forma, con una característica que marca-

ría un nuevo concepto en hotelería rural. Nació así “Finca María Cristina” y no iba a ser un establecimiento rural devenido en hotel, sino un hotel de campo creado exclusivamente para ese fin.

Ellos mismos diseñaron el proyecto y la decoración, y para Navidad del 2008 la casona estaba reinaugurada, esta vez como un hotel boutique de ocho habitaciones que rompía con el molde de los tradicionales hoteles de campo.

Con el claro concepto de que un hotel rural no tiene porqué ser frío, húmedo y



poco confortable, dotaron a las habitaciones y los espacios comunes, de todo el confort y los amenities que necesitan los futuros huéspedes. Lo hicieron respetando el estilo campo argentino, utilizando materiales nobles, reciclando y restaurando muchos elementos, pero aportando un toque de modernidad que marca la diferencia de otros emprendimientos turísticos rurales.

Hoy Finca Maria Cristina cuenta con nuevas suites, otra piscina, vestuarios, cabañerías y una nueva sala de estar. A su sello de calidad, le agregaron algunos ingredientes extras: paseo a caballo o en sulky, canchas de fútbol, salas de juegos para los más chiquitos, y la novedad de habitaciones temáticas (“Princesas” para niñas y “Aventura” para niños).

Los Serenelli se cruzaron con los responsables de la cadena Howard Johnson, que estaba interesada en un producto de estas características con la idea de instalar el “Howard Johnson Brandsen”. Las negociaciones llegaron a buen puerto y como este hotel ya tenía un nombre impuesto, con una fuerte imagen de marca, las partes decidieron rebautizarlo como “Howard Johnson Finca María Cristina”, el primer hotel boutique de campo dentro de los veinticinco que tiene la cadena internacional en nuestro país.

Cuenta además, con chacras boutique de campo. Se trata de unidades funcionales de 100 a 140 metros cuadrados, insertadas en un lote de 5000 metros cuadrados. Estas chacras son proyectos de inversión turística de alta rentabilidad, ya

que estas unidades no pagan expensas ni gastos de mantenimiento y pueden ser alquilados para huéspedes en todos los momentos que no sean utilizados por sus propietarios, lo que garantiza una renta sin costos extras.

Tiene el estilo que sus propietarios soñaron: chapa, madera y vidrio, enormes galerías y ventanales para que la inmensidad del campo se meta en todos los rincones. Y quizás esa sea la diferencia fundamental entre Finca María Cristina y otros hospedajes rurales. “Este es un campo wi-fi”.

Hoy el emprendimiento cuenta con 33 suites de diferentes tipologías de alojamiento entre chacras, lofts temáticos, lofts del bosque y suites y puede alojar hasta 80 ó 90 huéspedes.

*Mauro Colagreco*





De La Plata al mundo

# “PARA COCINAR ME INSPIRO EN LA NATURALEZA Y EN LOS VIAJES”

En la actualidad la comunicación ha cambiado de formas, en esta oportunidad la AEHG La Plata y Zona de Influencia entrevistó, vía e-mail al chef Internacional Mauro Colagreco. El primer cocinero argentino (es platense) con dos estrellas Michelin. Actualmente reside en la costa Azul Francesa, más precisamente en Menton, allí encontramos Mirazur, su restaurante, el 4to mejor del mundo. Además le pone su sello a Grand le Coeur, en París; a Carne, su red de hamburgueserías gourmet (con sedes en la Ciudad Luz, La Plata y Olivos);

y al restaurante Azur en Shangri-la; mientras ultima los detalles de un emprendimiento en el aeropuerto de Niza.

## IH - ¿CÓMO NACIÓ TU DECISIÓN DE SER CHEF?

**MC:** Decidir ser cocinero fue algo natural para mí. Provengo de una familia italo-argentina que tiene la costumbre de reunirse alrededor de la mesa para compartir momentos todos juntos. Tengo recuerdos muy vivos relacionados a este ritual de la comida compartida: los almuerzos distendidos y en familia de los domingos;

las vacaciones y las fechas especiales en la casa de mis abuelos paternos en Tandil, donde nos recibían y cocinaban para toda la familia con mucha alegría. Fue muy fuerte esa impronta: mi abuela Amalia cocinando los más variados platos para toda la familia, mi abuelo haciendo el fuego para “el asado”. Esas reuniones, íntimas, de gente sencilla, eran una verdadera fiesta para nosotros; siempre se respiraba una atmósfera de generosidad y de amorosa abundancia. Mi abuela amasaba la pasta: tallarines, ravioles increíbles que



servía con salsa de tomates cosechados de su huerta. Hacía tortillas, empanadas, pastelitos, milhojas, mermeladas.... Crecí aprendiendo esos gestos de cocina, disfrutándolos. Quedaron en mí, adormecidos debajo de mi piel, hasta el momento de tener que decidir a qué dedicar mi vida. Mis padres no son cocineros: mi madre es notaria, mi padre contador. Intenté seguir su camino, pero me di cuenta en seguida que no era el mío. Intenté también la carrera literaria pero tampoco encontré allí mi destino. Hasta que un día, por el



gusto de probar empecé mi formación en la Escuela de Cocina del gato Dumas y eso dispuso todas mis dudas: quería ser cocinero. Esa decisión se encendió con una pasión que es la que cada día me acompaña y que tiene una raíz muy profunda ligada a mi historia y a mi familia.

#### **IH - ¿QUIÉNES ALENTARON TU CARRERA, QUIENES FUERON TUS MAESTROS?**

**MC:** En el tiempo en que estudiaba en la Escuela de Gato Dumas, una gran maestra, Beatriz Chomnalez alentó mis capacidades y me empujó a continuar mis estudios en el país que por excelencia representa la gastronomía: Francia. Me enamoré de la cocina francesa y tenía un enorme anhelo de aprender. Gracias a mi obstinación, tuve la posibilidad de trabajar con los mejores cocineros en aquel periodo de mi estadía en Francia. No importaba la función: al comienzo pelar papas para Bernard Loiseau era un honor!

En cada restaurante aprendí algo valioso y diferente: al lado de Bernard Loiseau aprendí que el detalle es verdaderamente lo que hace la diferencia; Alain Ducasse me enseñó la importancia del rigor; Alain Passard sin duda ayudó a desarrollar mi creatividad. Todos ellos son importantes referentes en mi recorrido profesional. A nivel nacional, mi querida maestra Beatriz Chomnalez, marcó un antes y un después en mi vida como cocinero y a nivel internacional, Alain Passard un su gran genio que encendió mi poder creativo.

#### **IH - ¿CÓMO FUE LA DECISIÓN DE ABRIR MIRAZUR, EN MENTÓN?**

**MC:** Cuando llegó el momento de abrir mi propio restaurante decidí que tenía que ser en un país simbólico para mí: pensé en Italia, por mis raíces familiares; en España por el idioma; en Francia por ser el país que me permitió crecer gastronómicamente. Al final, como a veces pasa, fueron algunos hechos de la vida los que terminaron de definir la elección. Un amigo me contó con entusiasmo que en la Costa Azul, en la frontera entre Francia y Italia había un sitio que merecía la pena que visitara, un restaurante cerrado desde hacía tres años con una vista magnífica sobre el Mediterráneo, donde la mirada se perdía entre el cielo el mar. Así fue que llegué a Mentón y me enamoré a primera vista... y aquí estoy! Cuando llegué a Mentón descubrí que no solamente el restaurante era lo que buscaba, sino que se encontraba en un cruce de culturas que permitía utilizar todos los ingredientes que podía pensar y aún más. Puedo acceder a los mejores productos de Italia y de Francia, del mar, del jardín, de la montaña: este lugar es un verdadero paraíso en la tierra.

#### **IH - ¿QUÉ TIPO DE COCINA ES LA QUE REALIZAS?**

**MC:** La cocina que realizo, es una cocina muy personal en el sentido que es una creación que tiene que ver con la conjunción de mi historia personal, de mis países de origen que son Argentina y Italia, de mis viajes, del paisaje y de los productos locales y, finalmente, de todas las técnicas que aprendí a lo largo de los años.



**IH - ¿QUÉ TE INSPIRA A LA HORA DE COCINAR, CUAL FUE EL PAÍS Q MÁS TE HA SORPRENDIDO GASTRONÓMICAMENTE?**

**MC:** Lo que me inspira es la naturaleza y los viajes. Cuando estoy en mi jardín, busco un estado de conexión, dejo que la naturaleza entre en mis ojos, en mi cuerpo, dejo que ella me tome. Viajo mucho y mi creatividad es muy solicitada por todas las experiencias que vivo cada día. Y también me inspiran mis orígenes: mi background es algo interno que siempre está listo para que pueda bucear en él y encontrar motivaciones que vienen de mi historia personal. El país que más me ha sorprendido gastronómicamente es China, tenemos dos restaurantes ahí, y estamos por abrir el tercero. Es increíble cómo se cocina y la fusión de sabores.

**IH - SIENDO UN CHEF RECONOCIDO MUNDIALMENTE ¿QUIÉN FUE LA PERSONA A LA QUE MÁS NERVIOSO TE DIO COCINARLE?**

**MC:** La persona que más nervioso me puso cocinarle fu Michael Ellis, Director mundial de la Guía Michelin , fue un mo-

mento de una presión increíble, por suerte quedó muy contento.

**IH - Y SI HABLAMOS DE TUS GUSTOS ¿CUÁLES SON TUS COMIDAS PREFERIDAS Y QUE INGREDIENTES ELEGÍS?**

**MC:** Mis comidas preferidas: pasta fresca con salsa de tomate casera; ensalada hecha con los zucchinis y tomates de mi jardín y una buena mozzarella di bufalo italiana, aceite de oliva, sal y pimienta negra. Y mis ingredientes favoritos a la hora de cocinar: los productos de mi jardín: remolacha, zucchini, tomates. También la pesca del día, que llega muy fresca a Mirazur, estoy en un lugar de privilegio.

**IH - OLVIDÁNDONOS UN RATITO QUE SOS CHEF, ¿A DÓNDE TE GUSTA IR A COMER?**

**MC:** Los lugares que elijo para comer : La Vecchia Ostaia por la excelente pasta casera, Spiaggetta dei Balzi Rossi por los pescados y frutos del mar frescos servidos al borde del mar; Café de la Fontaine por los vinos excepcionales de Marion Cirino y el stockfisch de mi amigo Dominique Le Stanc en su restaurante la Merenda en Niza.

**IH - ¿CUÁLES SON TUS DESEOS Y TUS DESAFÍOS PARA EL FUTURO?**

**MC:** Mi deseo y mi desafío es el de perder, seguir siendo creativo e innovador con el propósito de poner mi mejor parte en la construcción de un mundo mejor.

Me gustaría que todos tengan una consciencia lo más amplia posible del producto cuando cocinan. Es importante tener en cuenta la temporada de los alimentos, su origen, su sustentabilidad. Para que podamos comer con consciencia, podamos elegir y así ir sentando otros modos de relacionarnos con nosotros mismos y el entorno que sea más saludable, menos violento, más armonioso.

Por ejemplo podríamos empezar poniendo atención al respeto del ritmo de la naturaleza, a los ciclos, a la manera de cultivar, utilizar formas de cultivo sostenible es un buen comienzo.

# La imposición de costas al trabajador vencido en el proceso laboral bonaerense.

Por Dr. Matías Barone (\*)

El 4 de julio próximo pasado, la Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN) dictó sentencia en los autos: “López, Enrique Eduardo c/ Horizonte Compañía Argentino de Seguros Generales SA s/ accidente de trabajo – ley especial”, fallo que tuvo una importante repercusión en todos los medios, especialmente el gráfico, sin que ello signifique un cambio de importancia en la jurisprudencia actual o en la normativa procesal sobre la forma de imposición de costas, más allá de reafirmar un criterio –si bien para el caso concreto– respecto del proceso laboral en el ámbito de la Justicia Nacional del Trabajo, pero esta oportunidad sirve para aclarar algunos conceptos sobre las costas judiciales y su imposición en el ámbito provincial.

En el caso en cuestión la CSJN abordó el tema ante la presentación de un recurso por la demandada ART que había resultado vencedora del pleito por cuanto no pudo determinarse la existencia de incapacidad laboral definitiva del actor –como lo había peticionado en su demanda– por no haberse presentado a las revisiones médicas establecidas en el proceso en el marco de la prueba pericial médica. Las constantes citaciones y su omisión en la presentación a realizarse los exámenes médicos fueron causa fundamental en la determinación de la imposición de costas considerando, a criterio de la CSJN, dicha conducta renuente a cumplir con el proceso instando así todas las etapas judiciales y considerando injusto que la ART vencedora debiera abonar las costas del proceso judicial.

Ahora bien, más allá del caso en cuestión –se aduna el fallo al presente para su lec-

tura– resulta de interés tratar el tema de la imposición de costas al trabajador vencido y como se proyecta esta situación en el ámbito provincial.

Para abordar el tema debemos realizar algunas precisiones previas respecto de los conceptos de “gratuidad” o “beneficio de gratuidad” y “costas” para un mejor entendimiento.

En ese orden, señalo que la Ley de Contrato de Trabajo (LCT) establece en su art. 20 la “gratuidad” de los reclamos tanto administrativos como judiciales que impulse el trabajador contra el empleador. De esta manera, el acceso del trabajador a la justicia no pueden ser objeto del pago de tasas o sellados por la actuación judicial, señalando que no se requiere ninguna tramitación especial para acreditar su situación de pobreza más allá de la propia condición de trabajador. Esa facilitación se funda en la conocida situación de hiposuficiencia del trabajador para contar con los medios necesarios para afrontar un proceso judicial y es una clara derivación del principio protectorio contenido en el mencionado ordenamiento legal.

Lo expuesto es la contracara del procedimiento civil ya que, al no existir esta gratuidad por considerar que el proceso se desarrolla entre partes con idénticas posibilidades para sustentar su reclamos en el cual ambas partes deben sufragar los gastos y sellados regulados normativamente, pudiendo en forma excepcional las partes obtener un beneficio de litigar sin gastos lo que implica un proceso especial y consecuentemente, la aprobación judicial de tal condición.

Debe señalarse que, la gratuidad mencionada –la garantía de acceso al proceso– no opera cuando el actor de un pleito laboral no acredita la existencia de una relación de dependencia, por lo que debe correr –como en el proceso civil– con el pago de los gastos y costas del juicio.

En cuanto al mencionado “beneficio de gratuidad” se encuentra también regulado en la Ley 11.653 de Procedimiento Laboral en la Provincia de Buenos Aires en su art. 22, señalando: “Los trabajadores o sus derecho-habientes gozarán del beneficio de gratuidad. La expedición de



testimonios, certificados, legalizaciones o informes en cualquier oficina pública será gratuita. En ningún caso les será exigida caución real o personal para el pago de costas, gastos u honorarios o para la responsabilidad por medidas cautelares. Sólo darán caución juratoria de pagar si mejorasen de fortuna”.

El fundamento de dicha norma resulta ser idéntico al establecido en la LCT arriba mencionado por cuanto considera necesaria la facilitación al trabajador de elementos necesarios para realizar su reclamo judicial eliminando así toda traba que pueda obstruir su reclamo.

Por su parte y para una mejor comprensión siguiendo a Palacios, se consideran costas a: “las erogaciones que las partes deben realizar a consecuencia directa de la tramitación del proceso y dentro del el, sellado de actuaciones, impuesto de justicia, honorarios de los abogados, peritos, etc. (Palacio, Derecho Procesal Civil, T III, pág. 363).

En el ámbito provincial la Ley 11.653, reiterando lo expuesto por su antecesora Ley 7718, dispone en el art. 19 que: “El vencido en el juicio será condenado al pago de las costas, aunque no se hubieran pedido. El Tribunal podrá eximirlo en todo o en parte cuando hallare mérito para ello, expresando los motivos en que se funda. En el caso de acumulación de acciones, las costas se impondrán en relación al éxito o fracaso de cada una de ellas”.

De esta forma se observa que lo prescripto por la norma procesal coincide con el art. 69 del Código Procesal Civil y Comercial provincial: “la parte vencida en el juicio deberá pagar todos los gastos de la contraria, aun cuando ésta no lo hubiese solicitado...”.

Ahora bien, el beneficio mencionado no tiene los alcances que establecen los arts. 37, siguientes y concordantes de la ley 18.345 y modificatorias que regulan el proceso laboral en la Justicia Nacional del

Trabajo, donde la imposición de las mismas también se aplican al trabajador si es vencido y no determinada que su pago dependa de la “mejora de fortuna”.

Aquí radica la principal diferencia en los ordenamientos procesales (facultad de cada provincia por ser una poder no delegado a la Nación, art. 121 CN) donde la condena en costas se aplica al trabajador vencido en un proceso laboral –reitero que se descarta esta situación cuando no se acredita la condición de tal- pero el beneficio de gratuidad opera como una eximente en el pago hasta que mejore de fortuna.

Así la Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires (SCJBA) ha sostenido que: “El beneficio de gratuidad consagrado en la ley procesal laboral no impide la imposición de costas al vencido, sino que sus efectos solo se proyectan de pleno derecho como una eximente de pago hasta que se mejore de fortuna (SCBA, L. 89.615, del 28/05/2008, “Ortigoza, Gabriel Vicente c/ Cometsarsa SAIC s/ indemnización enfermedad accidente”)”.-

Por último, es importante comentar que tratándose de un fallo de la CSJN la misma no obliga a los tribunales de provincia a acatar la doctrina de los mismos ya que, los tribunales laborales de la provincia de Buenos Aires únicamente deben fallar conforme la Doctrina Legal de la SCJBA .

Con las precisiones formuladas se indica que si bien el fallo de la CSJN implica un llamado de atención a quienes utilicen el sistema judicial sin fundamento o no acrediten o justifiquen sus reclamos deban abonar los gastos judiciales, en la forma en que el beneficio de gratuidad se encuentra regulado en nuestra provincia, el pago de las costas y gastos del proceso únicamente podrán reclamar al vencido –en este caso el trabajador- con la condición de demostrar que ha mejorado en su fortuna.

(\*) Abogado y Docente Universitario Autorizado, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, UNLP. Asesor de la Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica y Pastelera de la ciudad de La Plata y su Zona de Influencia.

1. Diario Clarín del 4/07/17: “Fallo de la Corte, si un trabajador pierde un juicio laboral, deberá pagar los gastos”. Diario Página 12 del 5/07/17, “Una Corte que les falla a los trabajadores”. Diario La Nación del 4/07/17, “Porque el trabajador deberá hacerse cargo de las costas del juicio que perdió”, Diario Infobae.com, del 4/07/17, “Un fallo de la Corte Suprema de Justicia desalienta el juicio laboral sin fundamentos”, entre otros tantos de diversos tinte político.

2. Sería el caso en el cual un actor en un proceso laboral formula un reclamo por despido, pago de rubros salariales (haber, vacaciones, SAC, etc.) encontrándose la relación sin registro y no puede acreditar en el proceso con la prueba incorporada y la declaración de testigos tal vinculación.

3. Así se ha sostenido que: “la “doctrina legal” en la acepción técnica que le confiere el texto del CPCC de Buenos Aires, nos ubica frente a otro caso de “obligatoriedad” de la jurisprudencia, con un alcance mucho más amplio que el que poseen los fallos plenarios. Ello así, por cuanto en la actualidad forma parte del mecanismo del control casatorio que lleva adelante nuestra Suprema Corte bonaerense respecto de sentencias definitivas provenientes de toda la provincial (“Jurisprudencia obligatoria y doctrina legal en la Corte bonaerense”, por Carlos E. Camps, en Lexis Nexis, Jurisprudencia Argentina, número especial, “La Corte Suprema de Justicia de la Provincia de Buenos Aires. Actualidad”, 2004, fascículo 13, Pág. 2 del 30/06/2004, en JA 2004-1”.-

# 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.

**Dra. Paola Aldana Rios:** Asesoramiento Jurídico Laboral de la Zona de Influencia de la AEHG La Plata.

**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

**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](mailto: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](mailto: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 transcripto 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
CAPTAN 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](http://www.aehg-laplata.org.ar) | [presidencia@aehg-laplata.org.ar](mailto:presidencia@aehg-laplata.org.ar)



# CÁMARAS



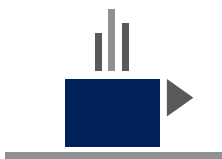
**Cámara de Hoteles**  
de la Ciudad de La Plata  
y su Zona de Influencia

La Cámara de Hoteles se encuentra trabajando informando al socio, acerca de los convenios de derechos intelectuales, desde la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina, se están llevando a cabo reuniones con las diferentes entidades de derechos de autor, para presentar las diversas problemáticas que hoy presenta el sector.



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

La Cámara de Restaurantes está participando activamente de las reuniones de actividades informales, para la regulación de los comercios que abren días de fines de semana y no se encuentran habilitados como establecimientos gastronómicos.



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

La Cámara de Confiterías, está organizado la nueva edición de la Fiesta Nacional del Pan Dulce Artesanal Argentino, la cual se llevará a cabo los días 15 y 16 de diciembre en la Plaza Islas Malvinas de la Ciudad de La Plata, para que todas las confiterías de la ciudad expongan sus productos para las fiestas.



**Cámara Bonaerense  
de Turismo**

de La Plata y Zona de Influencia

La Cámara de Turismo, trabaja continuamente con la capacitación del personal de los dependientes de los establecimientos para que nuestra ciudad y la Zona de Influencia cuente con los recursos humanos acordes para la atención de nuestros comensales y huéspedes. También continúa instalando señaléticas turísticas en los municipios que aún no la poseen, como así también realizando disertaciones a cargo de directores de turismo de la Provincia de Buenos Aires para intercambiar ideas y compartir información y trabajo de los municipios.

DIVISIÓN HOTELERA

# LA CARDEUSE

---

COLCHONES Y SOMMIERS



[www.lacardeuse.com.ar](http://www.lacardeuse.com.ar)

★★★★★

0810-888-2273

[hoteles@lacardeuse.com.ar](mailto:hoteles@lacardeuse.com.ar)



# 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 \_\_\_\_\_



**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](http://WWW.CAFEPARANA.COM)

SEGUINOS EN  /CAFEPARANA •  @CAFEPARANA

IMPORTACION-EXPORTACION

VERTIZ 4590 - (1752) - LOMAS DEL MIRADOR

BUENOS AIRES - [INFO@CAFEPARANA.COM](mailto:INFO@CAFEPARANA.COM)