



El  
Mirador  
Salteño

Prensa  
Turística

Noticias desde Salta La Linda, en Argentina, para todo el mundo!!!

Año 3 - Nº 16 - Diciembre 2006

Director: Lic. René Alejandro Ramos -

## Las Marcas en el Mundo del Turismo

Muy pronto se inicia una nueva temporada estival y estamos en tiempo de que nuestros potenciales turistas deben elegir su próximo destino de vacaciones. Cuando el turista piensa en una marca a la hora de comprar un producto o servicio, las mismas juegan un papel fundamental al comprobar si están instaladas en la mente del prospecto. ¿Qué hacer para fidelizar al prospecto-turista a la hora de vender nuestro producto?.

Cuando hablamos de una marca turística no debemos olvidar que esta nos remitirá a los estándares de calidad con que fue concebido el producto y los servicios, cuando más palpables sean los mismos mayor será la fuerza que tiene la misma.

Debemos prepararnos para recibir a un nuevo turista, el perfil del mismo ha cambiado, ya que nos presenta un comportamiento de consumidor que no es fiel a una sola marca, un ejemplo concreto lo podemos apreciar en la gran cantidad de productos que surgieron en nuestra provincia, esto lleva indefectiblemente a una competencia, en la cuál no todos los emprendimientos turísticos se preocupan por diferenciar sus marcas.

El nuevo turista que nos visitará busca establecer relaciones más duraderas que identificarse con la marca que consumió en viajes anteriores.

Entonces a la hora de elegir una marca, de la cuál no se tiene la información respectiva, elegirá aquella que le suene más familiar, que le sea más conocida, que la escuchó de unos amigos, aunque no tenga identificado los estándares de calidad referidos.

Una vez que el mismo eligió, comprueba los beneficios que le brinda esa marca y estos cubren sus expectativas, sin dudas que este visitante elegirá la misma marca para su próximo viaje, o se la recomendará a sus amigos cuando sepan que el destino a visitar es Salta.

Debemos comenzar a construir nuestra imagen de marca, esto es el trabajo personalizado sobre nuestro producto y marcar las diferencias que tenemos con respecto a los demás. Para lograr esto habrá que edificar una perfecta combinación de los factores físicos que tiene el mismo mas las emociones que vivirá el consumidor que nos eligió y que en definitiva es la clave del éxito: EMOCIONES UNICAS.



Marcas con propio estilo arquitectónico.



Almuerzo en Salta con una marca Salta, placeres de la vida cotidiana.



La marca inconfundible de la Ciudad de Salta desde la cumbre del Cerro San Bernardo.

## FIN DE AÑO... ALTA DISTINCION ENTRE AMIGOS

El motivo es más que justificado, juntarnos a celebrar, a brindar por un año más lleno de éxitos, por aquellos que alcanzaron algunas de las metas que se propusieron, por los que sienten que están al final, por los que llegaron a la cumbre, o por los que simplemente queremos agradecer por ascender un peldaño más en este largo caminar.

Por eso no dejemos de brindar!!!, acostubrémonos a celebrar nuestros éxitos y nuestros fracasos, por que es allí dónde más aprendemos. Pobres de



aquellos que nunca se animaron a hacer nada, desde El Mirador Salteño te vamos anticipando las reuniones que se vienen, con motivo de estas tradicionales fiestas:

Licenciados en Comunicaciones Sociales  
Universidad Católica de Salta.

Licenciados en Marketing - Universidad Católica de Salta.

Licenciados en Turismo - Universidad Católica de Salta.

Promoción 1983 - Escuela de Educación Técnica "Alberto Einstein".



El tono de los blancos y los pasteles nos invitan a un estilo puro. El buen gusto y la fina atención configuran todos

los ingredientes que hacen falta para vivir en Salta, otras sensaciones placenteras en este verano que ya nos invade. Es que descubrirá un estilo propio, su Gerente Dn. Gerardo Galvez, desde su innata amabilidad nos brinda información de esta joyita arquitectónica que tiene a su cargo.

## Hotel Altos de Balcarce Una propuesta con Estilo Salta

Las habitaciones están concebidas para saborear cada una de las vistas que se pueden apreciar desde sus amplios ventanales. El encanto que guarda este Hotel, esta contenido entre las montañas y la combinación perfecta de diseño, decoración y el estilo salta.



Fachada del Hotel, construido en pleno corazón del polo turístico de calle Balcarce.

El blanco que impacta, los muebles, los espacios, la iluminación y la perfección en la impecable limpieza de este Estilo Salta.

Este producto hotelero cuenta con 48 habitaciones, Suites y la concepción de una variedad de servicios de primera categoría. Le informamos sobre los servicios que cuenta el hotel:

- Bar y Restaurante.
- Sala Ejecutiva con capacidad para 12 personas y hasta 24 personas en forma de auditorio.
- Piscina al aire libre.
- Conexión a Internet (ADSL).
- Garage en subsuelo.
- Servicio de Lavandería/tintorería.
- Guardia médica.
- Enfermera y babysitter (a pedido).
- Traslados especiales.

### **Para huéspedes especiales**

Dispone de una habitación para los huéspedes que tienen capacidades especiales. Cuenta con un baño acondicionado para el fácil acceso con silla de ruedas. La ducha posee barandales para apoyarse en ellos y el ropero está ubicado a una altura especial.

También destacamos el acceso principal al Hotel, pensado con todos los adelantos de las

construcciones accesibles, cuenta con una rampa especial para el acceso con sillas de ruedas, baño en la recepción y el ascensor con botones del código Braille para personas no videntes.

**HOTEL ALTOS DE BALSARCE**  
**Señor Gerente**  
**Gerardo Gálvez**  
**Balcarce 747**  
**A4400EMH - Salta**  
**República Argentina**  
**Tel/Fax: +54 (0387) 431-5454**  
**[www.altosdebalcarce.com.ar](http://www.altosdebalcarce.com.ar)**  
**[info@altosdebalcarce.com.ar](mailto:info@altosdebalcarce.com.ar)**



La piscina del hotel, ideal para refrescar las ideas, junto al servicio de bar y quincho, después de una caminata ecológica por el cerro San Bernardo.

## Promociones

Conozca nuestros exclusivos Paquetes Promocionales, adecuados a la medida de sus necesidades y expectativas, para que su estadía en Salta, sea realmente inolvidable.

### **PROMOCIÓN VERANO 2007**

• **Opción 4 x 3:** Se aloja 4 noches y sólo paga 3.

• **Opción 7 x 5:** Se aloja 7 noches y sólo paga 5.

Incluye: Desayuno Buffet, Estacionamiento, Internet, Sala de reuniones y Piscina.

### **NOCHE DE BODAS**

1 Noche en Suite. - 1 Champagne.

1 Arreglo floral. - 1 Caja de bombones.

Late check out sin cargo.

Ingreso 12:00 Hs.

Salida 18:00 Hs. del día siguiente.

Promoción válida del 01/12/2006 al 28/02/2007.

[+] Más información

## ARQUITECTURA TURÍSTICA El Control Ambiental (II parte)



La radiación solar incide directamente sobre los edificios de la Ciudad.

Continuando con esta II parte, conozcamos entonces que son LOS ELEMENTOS CLIMÁTICOS.

**Radiación solar:** Es el intercambio radiante que se da entre la atmósfera, que recibe radiación de onda corta del sol, y la tierra que emite en onda larga actuando el aire como intermediario. También podemos decir que son ondas termolumínicas que provienen de una fuente natural de energía que la podemos descomponer en un componente térmico y uno lumínico.

Ambos componen tres formas de radiación: 1.- Radiación directa: proveniente del sol directamente.

2.- Radiación normal: la que menos nos afecta por que dá justo sobre el elemento constructivo y la que menos incide. Absorbe la radiación pero queda en él y luego la trasmite. 3.- Radiación difusa: que incide sobre una superficie y se la recibe sobre una radiación directa, por rebote, reflejo y generalmente emite más calor. La sombra que se genera con ciertos espacios que se diseñan, son para evitar justamente esta RADIACIÓN DIFUSA. Para eso se inventaron las galerías, pues además la sombra merma la temperatura y resguarda las paredes de la casa, lo cual trae directamente el efecto de mantenerla mas fresca.

**La Humedad:** es la cantidad de agua que se encuentra por unidad de masa o volumen de aire. Muchas veces percibimos con el tacto, en nuestra piel, la humedad reinante, o por el contrario esa sequedad ambiental. Es necesaria al humedad en el aire; el extremo o desequilibrio nos enferma de igual manera. Por eso algunos artefactos domésticos nos proporcionan la humedad.

**Vientos:** es el efecto producido por el calentamiento del sol a las masas de aire. Al estar calientes, el aire se desplaza hacia arriba y va generando movimiento, desplazando otras masas de aire. Eso es el viento. Y en una situación urbana este se

comporta de manera distinta, según se deslice y encuentre obstáculos a su paso, lo que puede causar efectos indeseables, tales como el efecto Venturi, que es cuando la disposición de los edificios produce un cono y una posterior canalización del viento, o precisamente un efecto de canalización que la edificación forma paredes inamovibles por las cuales el viento no puede escapar entonces adquiere mayor velocidad y suciedad.

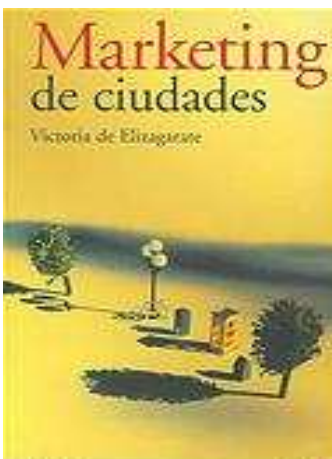
Otro efecto es el llamado de Barra: cuando la masa de aire

pasa por encima produciendo una zona negativa en la parte posterior, lo cual genera succión, por ende, malestar: golpes de puertas, ventanas, velocidad de aire en el interior, etc.

VEAMOS ENTONCES A LA ARQUITECTURA DE LA COLONIA NO SOLO COMO BELLA Y AGRADABLE. SINO COMO BENEFICIOSA.

Santiago Germán del Campo Bettella  
Estudiante 5º Año de Arquitectura  
Universidad Católica de Salta  
Tel. (0387) 154 67 53 39 -  
[santidelcampo@hotmail.com](mailto:santidelcampo@hotmail.com)

### Libros Turísticos Recomendados **MARKETING DE CIUDADES** Victoria de Elizagarate



Editorial: Pirámide Año: 2003  
Páginas: 192

Nos presenta los nuevos desafíos a los que se enfrentan las ciudades en el nuevo milenio, utilizando conceptos y herramientas de marketing con un enfoque similar al de las empresas que trabajan con una orientación al cliente. Parte del concepto de que el marketing se ocupa de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales, la gestión municipal y la gestión pública deben orientarse

desde una perspectiva del marketing social; identifica las necesidades, deseos e intereses de los diferentes públicos objetivos que existe en la ciudad para satisfacer de la manera más efectiva, de forma que preserven o realcen el bienestar a largo plazo de dichos usuarios y del conjunto de la sociedad. La primera parte del libro, explica cómo se llegó a este enfoque, analizando las transformaciones en el tejido urbano desde finales del siglo XX, y cómo es necesaria la aplicación del marketing a la

ciudad, como herramienta para la crear valor, satisfacer a los usuarios y comunicar ese valor a todos los que necesitan sus servicios, siempre desde la elección en un mundo globalizado. La segunda parte desarrolla las estrategias para incrementar la competitividad de las ciudades, así como las tácticas de marketing más necesarias para desarrollar, como eje central, el plan de marketing de la ciudad.



## INVITACIÓN ESPECIAL

**"CONFERENCIA DE DIFUSIÓN, FERIA DE PRODUCTOS Y BÚSQUEDA DE CONTACTOS"  
DE LA RED DE TURISMO CAMPESINO DE LOS VALLES CALCHAQUÍES DE SALTA**

**MIÉRCOLES 6 DE DICIEMBRE DE 2006 A LAS 11 HS  
EN EL MICROCINE DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN  
SUIPACHA 1.111, PISO Nº13, CAPITAL FEDERAL, ARGENTINA**

### ¿QUÉ ES LA RED DE TURISMO CAMPESINO?

La Red de Turismo Campesino es un emprendimiento turístico gestado por un conjunto de familias del campo de la región Sur de los Valles Calchaquíes de la Provincia de Salta, en el Noroeste de Argentina.

Es un espacio social y organizativo gestado por 50 familias campesinas que residen en 12 comunidades a lo largo de casi 70 kilómetros lineales en la región semiárida de los valles intermontanos denominados Valles Calchaquíes.

Las familias que decidieron abrir sus fincas y costumbres al turismo, se dedican a la producción agropecuaria y artesanal en pequeña escala, conservando la característica diversidad biológica y cultural tradicional. La producción está orientada según los microclimas, al cultivo de la vid, pimiento, aromáticas, cebolla, tomate, trigo, forrajeras, frutales diversos como el durazno, la nuez, membrillo, manzana, pera y la cría de ovejas, cabras y ganado vacuno para el autoconsumo.

También elaboran quesos, dulces, conservas, masitas, vino casero, tejidos, bordados rústicos, cerámica, elementos en madera nativa y otros subproductos del campo dentro de los principios de buenas prácticas y el cuidado del ambiente natural.

La Red es el propio emprendimiento turístico, pensado como una herramienta de generación de trabajo genuino local e ingresos dignos, complementarios a la actividad productiva tradicional y por sobre todo, para decidir qué y cuánto turismo desean recibir en las comunidades.

La Red de Turismo Campesino contiene y garantiza el trabajo en ella, será una nueva actividad, apoyada en el fortalecimiento de las comunidades y en la valoración de su propia cultura, costumbres, paisajes y fortalecerá hacia dentro de ellos y con los visitantes, los valores de amistad, honestidad y respeto.



### LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA RED

**Alojamiento** en viviendas familiares de arquitectura tradicional. Baño compartido, camas individuales. Plazas limitadas. **Gastronomía** regional elaborada por las familias anfitrionas a partir de sanos productos de la finca y en uso del saber campesino local; **Guías idóneos** zonales y locales, de habla hispana; **Circuitos** sencillos de senderismo, paseos a caballo, cicloturismo rural, senderos arqueológicos autorizados, visita a artesanos y recorridos por las comunidades y fincas en compañía obligatoria de nuestros guías locales; **Actividades** relacionadas a la vida cotidiana rural de la familia campesina, eventos festivos y culturales autorizados para visitar, degustación de vinos caseros de cepas criollas, talleres prácticos de elaboración de artesanías, jornadas de vida comunitaria.

#### CONTACTOS:

La Red de Turismo Campesino trabaja directamente al público y en vínculo con agencias mediante nuestro propio Equipo de Comunicación y Comercialización.

**Correos Electrónicos:** [turismo\\_campesino@yahoo.com.ar](mailto:turismo_campesino@yahoo.com.ar) ; [turismo\\_campesino@hotmail.com](mailto:turismo_campesino@hotmail.com)

**Teléfonos:** 54-387-156058057 (Ramiro); 54-3868-15456757 (Soledad); 54-3868-15455127 (Javier)

**Dirección Postal:** Calle 20 de Febrero s/n, Medidor 258, (sobre Ruta Nacional Nº 40 acceso Norte), San Carlos.

**Código Postal:** 4427 - Provincia de Salta.

**Oficina de Información:** Acceso Norte del pueblo de San Carlos, sobre Ruta Nacional Nº 40 - Salta - Argentina.

**Aprendiendo a Emprender**  
**LAS COMPAÑÍAS JUNIOR ACHIEVEMENT**  
**RECIBEN SUS PREMIOS 2006!**

Luego de un gran año de trabajo, esfuerzo y compromiso los jóvenes salteños participantes de los programas educativos de Acción Emprendedora, reciben sus premios, en el Acto de Clausura de Junior Achievement Sede Salta, que se realizará el próximo Jueves 07 de Diciembre de 2006.

Durante esta experiencia práctica, estudiantes de Salta Capital y el Interior de la Provincia desarrollaron el espíritu emprendedor a través de la formación de empresas de productos y servicios, los cuales fueron evaluados por destacados profesionales y empresarios locales. El Consejo Evaluador constituido para la elección de los mejores productos fue integrado por: **Lic. Analía Parodi, (Revista Emprender); Sr. Roy Davies (Hotel Sheraton Salta); Cr. Fernando Bruna (AYSSA); Ing. Fernando Triquel (Cámara de Comercio Exterior de Salta); Lic. Lía Rivella (Aliar Viajes); Sr. Martín del Cerro (Agencia Aíra)** quienes, junto a miembros del Consejo de Administración de la Fundación, eligieron a los mejores productos para los **Programas La Compañía JAC y La Compañía de Turismo TTBiz.**

Los criterios de evaluación fueron la originalidad, calidad, línea de montaje, mercado potencial y packaging de los productos que desarrollaron los jóvenes emprendedores salteños.

Los mejores productos se darán a conocer durante este Acto Académico previsto para el Cierre 2006.

**Fundación Junior Achievement**  
**España77 - PB Of. 6**  
**Tel: (0387) 4 312 312, int. 225**  
**oficina@jasalta.com.ar**  
**4400 - Salta - Argentina**

**Junior Achievement**  
 Sede Salta

**Premios JA Salta 2006**



Entrega de premios y certificados  
 Fundación Junior Achievement Sede Salta  
 Programas de Acción Emprendedora 2006

**JUEVES 7 DE DICIEMBRE - 19.30 HS.**  
**SALÓN DE CONVENCIONES**  
**CENTRO CIVICO GRAND BOURG**

La consigna es que vos y tu grupo concurren identificados de una manera divertida.

*Galeries El Palacio - Propuestas Exclusivas para gente Exclusiva*

Mer

# CUMPLEAÑOS GRACIAS A VOS

*y lo festejamos durante todo diciembre*

**Cronograma**

01/12	08/12	14/12
Festival al aire libre bandas en VIVO y el Circo de Sabrina Sansone	Los mejores pesebres se muestran en El Palacio	Show de tango de Victor Acho
15/12	16/12	21/12
Danza aérea con Sabrina Sansone	Bandas de música en VIVO	Show de salsa con Soledad Giménez
22/12	23/12	28/12
Swing Jazz con el elenco de Sabrina Sansone	Coro de voces Pallay	Show de Tango con Victor Acho
29/12	30/12	31/12
Show de percusión y ritmo con Sabrina Sansone	Coro de voces Pallay	Sorteo de una Bici
04/01	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;"> <p style="color: red; font-weight: bold;">05/01</p> <p><b>Gran Sorteo del Auto Okm</b></p> </div> <div style="text-align: right;"> <p style="color: red; font-weight: bold;">8/12</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">06/01</p> <p><b>Muestra de pesebres</b></p> </div> </div>	

**Batucadas**

LO DE JUANA MANUELA - PETRUZKA - TORCIVIA - UFO NYC - MIA CARO - MAGNA - HARBOUR  
 LA SELECTA - REYNA - LORD - JOANNA - DUFOUR - HUAYNA - ABBY'S - TIME ZERO - MAB - TOBASCO  
 ISADORA - OSHKOSH - OSSIRA - Y FELIX - GIFT - LA MATRA - HAVANNA

**El Palacio**  
 GALERIAS  
 Caseros 662  
 Mitre 37