

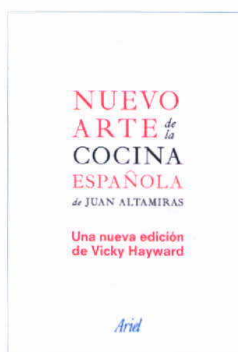


| | | | |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tirada: 6000 |  <p>INFOHORECA</p> <p>Nacional Bimensual</p> <p>Hostelería</p> <p>1ª Edición 01/12/2017</p> | Superficie: 624 cm² |  <p>1/1</p> |
| Difusión: 6000 | | Ocupación: 100% | |
| Audiencia: 21000 | | Página: 78 | |
| Ref: 9897849 | | | |
| | | | |

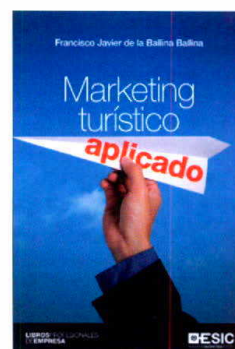
Bibliografía



Nuevo arte de la cocina española

En 1745, Juan Altamiras, fraile franciscano aragonés, publicó un libro con sus recetas anotadas: Nuevo arte de cocina, sacado de la escuela de la experiencia económica. La obra es un canto a la comida sensata y cotidiana, la esencia de la cocina conventual o la cocina económica, esto es: comer rico y sabroso a partir de buenas materias primas, algo que enlaza con estos tiempos y con una cocina más acorde con la naturaleza. Tuvo cinco ediciones en vida del autor y, tras la muerte de éste, cobró vida propia y acabó por convertirse en un auténtico best-seller en una buena parte de Europa. Ahora, la hispanista, traductora y editora literaria y de libros cocina, Vicky Hayward, presenta esta nueva edición en la que no sólo recoge las recetas clásicas de Altamiras, sino que las pone en su contexto cultural y, sobre todo las reelabora, pensando en el lector del siglo XXI y otorgándole la categoría de obra práctica.

Vicky Hayward
Editorial Ariel - Grupo Planeta
 Av. Diagonal, 662-664
 08034 Barcelona
 Tel 934 928 000
www.planetadelibros.com



Marketing turístico aplicado

Según cifras de la Organización Mundial del Turismo, en 2016 se obtuvieron 1.235 millones de llegadas por turismo internacional y sus previsiones son que alcance los 1.800 millones de llegadas en 2030. Las empresas se ven obligadas a realizar cambios internos, en sus propios modelos organizativos y también en las relaciones con su demanda, que evoluciona al mismo ritmo que crece. Nada es como era: el turista todo lo compara, comienza con el precio pero a la vez revisa opiniones y recomendaciones de los demás; está más formado e informado, llevándole a niveles de exigencia de calidad cada vez mayores; realiza más viajes pero muchos de ellos los organiza como quien hace bricolaje; ha cambiado la mochila por un pequeño aparato que se llama smartphone, haciéndose más móvil y mobile; ahora lo importante son las experiencias y no el ver, es más, dan gran relevancia a que les vean en sus redes sociales. El mercado exige un nuevo marketing turístico y es precisamente acerca de sus bases sobre lo que habla este libro. En sus 288 páginas se disponen de las herramientas para gestionar, de forma eficiente, el principal motor de la economía.

Javier de la Ballina Ballina
Esic Editorial
 Av. de Valdenigrales, s/n
 28223 Pozuelo de Alarcón
 Tel 914 524 133
www.esic.edu/editorial