

Estrategia e ingenio empresario para acompañar el Bicentenario

Desde estampillas hasta hamburguesas y actividades recreativas. Nadie quiso quedarse afuera de los festejos y, cada cual, armó su propia táctica a la hora de sumarse a la celebración. Por Gabriela Helman.

GABRIELA HELMAN ()



Imprimir



Recomendar

18:28 | Economía y Política

Con la llegada de los festejos por el Bicentenario, cada rincón del país comenzó a vestirse de celeste y blanco, y el mundo empresario local no quiso quedarse afuera de la celebración y comenzó a delinear la manera de estar presente en los festejos patrios.

Ese brainstorming dejó por resultado iniciativas de lo más variadas y originales: desde un menú alusivo hasta una estampilla, pasando por publicidades institucionales hasta actividades conmemorativas para cualquier edad y gusto. Es que todo está permitido al momento de decir presente durante los festejos por los 200 años de la Revolución de Mayo.

"Queremos mostrar que los argentinos estamos más unidos que nunca y que llevamos el nombre de la patria a donde vayamos", señalaron desde la gerencia de marketing de Aerolíneas Argentinas y agregaron: "Vemos al Bicentenario como una oportunidad de revalorizar la identidad nacional".

Entre las acciones que implementará la línea aérea se cuentan la presencia de la marca en el Paseo del Bicentenario y la difusión de una campaña institucional que comenzará a verse en los próximos días. Además, no descartan aplicar otras novedades para conmemorar, de aquí en adelante, la fecha patria.

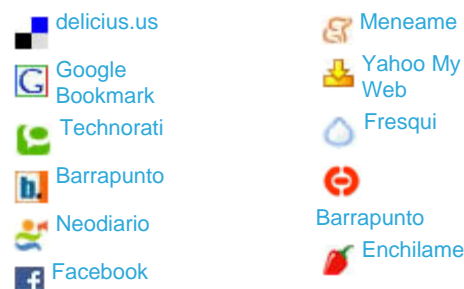
Y si de festejos se trata, el Banco Provincia (Bapro) sacó a relucir una vasta agenda de actividades y acciones para la semana de Mayo y días posteriores. "Tenemos el sentimiento de pertenencia a la Nación argentina y por eso trabajamos para la producción y promoción del país, para hacer una patria grande con compromiso y continuidad",



* Haga click en la foto para abrir la galería

[El Cronista Comercial en Facebook](#)

Herramientas



explicó Rubén Stella, coordinador de políticas culturales del Bapro.

Entre las propuestas que ofrece el banco, abiertas a todo el público y a realizarse tanto en Capital como en Provincia, se destacan una exposición de historietas y abanicos, charlas alusivas, un ciclo de cine y hasta un peña con loco y empanadas incluidas. "El Banco no podía dejar de estar presente en este festejo con una variedad de actividades importantes, con reflexiones sobre diferentes ángulos del Bicentenario", agregó Stella.

Un clásico infaltable en todo aniversario rimbombante es la emisión de un sello postal por parte de Correo Argentino y, como era de esperar, esta celebración también tiene su estampilla.

Con esta emisión, "el Correo busca reflejar como eje temático este destacado festejo", explicaron desde la empresa postal y señalaron que el Bicentenario "plantea una conmemoración que involucra, activamente, a la multiplicidad de voces e identidades que conforman nuestra sociedad".

Para el disfrute de los más chicos, y de los más grandes, también, Rasti exhibirá en Galerías Pacífico una maqueta de la Plaza de Mayo, de 3 metros de largo y construida con más de 36.000 ladrillitos. "Queremos que a los niños les quede el recuerdo de la celebración de esta fecha histórica", afirmó Daniel Dimare, director de marketing de Dimare SA y completó: "Será una propuesta donde lo lúdico, lo artístico y lo patrio se unan para disfrutar este festejo con los más pequeños".

Menú criollo

La ocasión de armar platos que rememoren las costumbres de los años de la Revolución no fue algo que escapó a los ojos de las empresas. Eso así, el repertorio gastronómico se aggiornó, en algunos casos, a los gustos actuales. Sin embargo, las opciones contemplan a todos los paladares.

Para los más sofisticados, el restorán El Faro, del Hotel Hilton, armó un menú con platos típicos argentinos, donde no faltan la crema de loco, las empanadas de carne y el dúo de humita y tamales artesanales.

Sumado a esas delicias, McDonald's no quiso quedarse afuera y también diseñó un McCombo Bicentenario, enfocado a quienes buscan comer al paso y seguir disfrutando de los festejos.

"Los casi 25 años que llevamos en el país nos impulsaron a pensar cuál era el mejor homenaje que podíamos rendirle a los 200 años de historia. Y por supuesto, el regalo es ofrecer a los clientes un producto con alusión al Bicentenario", describieron fuentes de McDonald's Argentina y agregaron que su foco fue mantener la identidad gastronómica nacional y elaborar una carta acorde a las circunstancias.

Para sumar dulzura a los festejos, Freddo creó dos nuevos productos: el helado Mantecol y el Trifreddo Bicentenario, dos alternativas que buscan agregar más sabor a la fiesta patria.