



GIPUZKOA

HOSTELERÍA - OSTALARITZA

*La Revista de los hosteleros de Gipuzkoa
Gipuzkoar Ostalarien aldizkaria*

IV ETAPA Nº33 PRIMAVERA 2016



DONOSTIA 2016
SAN SEBASTIAN

Amplia oferta de cursos de capacitación profesional

Las terrazas del futuro: proyecto MOMAT

Donostia 2016
Kultur Hiriburutzak
ostalaritzan duen
eragina

La nueva normativa
de alérgenos, en
detalle



Soluciones globales para la Hostelería

Las Soluciones Punto de Venta más completas para:
Restaurantes, Pizzerías, Fast Food, Cafeterías...

FrontRest, FrontDisco,
FrontCafé,
FrontFood...

Una solución de software
Punto de Venta para
cada necesidad.

Controle las ventas
y los consumos
de su negocio.



TeleComanda

Para tablets
con SO Android



Con TeleComanda para Android, el camarero toma nota del pedido en la mesa y lo envía al instante a las impresoras y/o pantallas en cocina, bodega y a la caja para registrar la venta.

Es un software ideal para establecimientos con mesas y terrazas.

CashDro

la caja que siempre cuadra

Cajón inteligente que acepta y valida billetes y monedas, con devolución de cambio en el Punto de Venta.

Principales Ventajas:

- El cuadro de caja está siempre garantizado aún trabajando varios empleados.
- El efectivo siempre está seguro.
- Minimiza posibles hurtos.
- Agiliza las transacciones de cobro en el Punto de Venta.
- Ahorro de tiempo en el cierre de caja.



Más información:

www.icg.es
comercial@icg.es

AsisMan[®]
Master Provider ICG

Especialistas en TPV Táctil
para Comercio,
Hostelería y Empresa

Astigarragako Bidea, 2, 3^ª Pl. Ofic. 19
20180 Oiartzun Gipuzkoa
Tels. **943 490 710 - 608 527 515**
C. San Vicente, 8, 6^ª Planta, Dpto. 8
(Ed. Albia I) - 48001 Bilbao Bizkaia
Tel. **944 240 946**
www.asisman.com

EDITORIAL

DE AVIONES Y RESTAURANTES

Causa cierto sonrojo leer las recientes declaraciones del director del aeropuerto de Hondarribia en el Diario Vasco, en las que habla de la marcha del aeropuerto y de las gestiones realizadas de cara a aumentar su actividad.

Sorprende comprobar como, bajo la gestión del actual equipo directivo, el aeropuerto de Hondarribia se ha ido "empequeñeciendo" de manera continuada. Se reduce el número de pasajeros, se cierran el cajero automático, la cafetería, la tienda de recuerdos, el restaurante.... Y todo ello ocurre pese al aumento continuado de la cifra de llegadas de turistas al territorio y de las exportaciones de la industria guipuzcoana.

Mientras que esto pasa, el equipo directivo emplea su tiempo en reunirse con "todos los cocineros más relevantes del entorno" para ofrecerles el "gran chollo" de liderar el restaurante de una infraestructura en caída libre; en lugar de hacerlo con compañías aéreas para convencerles de la idoneidad de la instalación.

Y digo yo, ¿No debería ser al revés?. Es decir, ¿reunirse con el mayor número posible de compañías aéreas para convencerles de las ventajas de Hondarribia; aumentar la actividad en la terminal y, solo después de lograrlo, buscar un buen gestor de los servicios de restauración? Parece evidente, ¿no? Pues eso.

HEGAZKIN ETA JATETXEAK HIZPIDE

Hondarribiko aireportuko zuzendaria El Diario Vasco egunkarian egin berri dituen adierazpenak gorritzeko modukoak dira. Azpiegituraren garapena nola doan eta horren jardura areagotzeko egin dituzten gestioez mintzo da José Manuel Sánchez Losada.

Harrigarria da egiaztatzea egungo zuzendaritza-taldearen gidaritzapean etengabe "txikiagotuz" joan dela aireportua. Bidaiari kopurua murriztu da, eta itxi egin dituzte kutxazain automatikoa, kafetegia, oroitzapenen denda eta jatetxea. Hori guztia gertatzen den bitartean, gero eta bisitari gehiago bertaratzen ari dira gure lurraldera, eta Gipuzkoako industriaren esportazioak ere gora doaz.

Alabaina, zuzendaritza-taldea "inguruko sukaldari garrantzitsuenekin" biltzen ari da, etenik gabe jardura galtzen ari den aireportu horretako jatetxea beren ardurapean hartzeko "mauka bikaina" eskaini asmoz. Denbora horrela galdu beharrean, hobe lukete hegazkin konpainiekin hitz egitea, instalazio honetan jardutearen abantailak ikusarazteko.

Hori galdetzen diot nire buruari: "Ez al luke alderantziz izan beharko?". Hau da, ez al lirateke ahalik eta konpainia gehiagorekin bildu behar, azpiegitura honek eskaintzen dituen aukerez konbentzitzeko? Terminalaren jardura handitzerakoan, errazagoa izango litzateke jatetxearen kudeatzaile on bat erakartzea. Bistakoa da, ezta? Bada, horixe.

SUMARIO

TE INTERESA SABER

- 04 > OPINIÓN Mikel Ubarrechena, presidente
- 06 > Relevo generacional
- 09 > Pablo Berástegui desglosa el proyecto Donostia 2016
- 10 > Euken Sesé analiza el impacto de Donostia 2016 en la Hostelería
- 14 > Proyecto Gureak de inserción social
- 16 > Las terrazas del futuro
- 20 > Asamblea General 2015

LA ASOCIACION SE MUEVE

- 22 > Acuerdo con Fomento de San Sebastián
- 27 > II Semana del Txakoli, la Anchoa y el Bonito
- 30 > Tolomendiko ostatuak

ACTUALIDAD

- 32 > Foro Turismo Gastronómico
- 35 > Nuevos cursos de formación
- 38 > La normativa sobre alérgenos, en detalle

EL RINCON DEL ASOCIADO

- 42 > Nuevos asociados

TENDENCIAS

- 45 > Tendencias



La Revista de los hosteleros de Gipuzkoa
Gipuzkoako Ostalarien aldizkaria

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTELERÍA DE GIPUZKOA
GIPUZKOAKO OSTALARITZA ELKARTEA
Almorta, 2 - 20018 Donostia-San Sebastián
Tel. 943 31 60 40 - Fax 943 31 21 73
aehg@hosteleriagipuzkoa.com
www.hosteleriagipuzkoa.com

REDACCIÓN, COORDINACIÓN y DISEÑO: Infotres
Telf. 943 22 45 30 - infotres@infotres.com
IMPRESIÓN: Gureak Marketing



Mikel
Ubarrechena
Pisón

Presidente de Hostelería Gipuzkoa

EL TURISMO GASTRONÓMICO REPRESENTA UNA EXPERIENCIA MÁS AMPLIA QUE LA QUE OFRECE EL TURISMO CULINARIO. IMPLICA CONOCER LA CULTURA DEL LUGAR, DE SUS PRODUCTOS, SU PREPARACIÓN Y, OBTIVAMENTE, SU DEGUSTACIÓN.

Donostia-San Sebastián, capital mundial del turismo gastronómico

Los días 27 y 28 del pasado mes de abril fueron los elegidos por la Organización Mundial del Turismo para celebrar en nuestra ciudad el primer foro mundial de turismo gastronómico, un evento que pretendía dar a conocer, de primera mano, las tendencias más actuales en este ámbito del mercado turístico.

La realización de este foro en nuestra ciudad es, por sí solo, un hecho relevante, con independencia del resultado final del mismo en lo que a aportación de novedades, riqueza de contenidos o generación de conocimiento se refiere. Donostia es, gracias al buen hacer del conjunto de la hostelería local, la capital mundial de la gastronomía y, qué duda cabe, esta realidad se refuerza cuando se producen hitos como el desarrollo del referido foro mundial de debate, la construcción de la mejor facultad de ciencias gastronómicas de Europa, la presencia de nuestros chefs en los más importantes rankings culinarios del planeta o la mención, hecha recientemente por The New York Times, del ambiente de los bares de pintxos de la calle 31 de Agosto.

Sobre los contenidos del foro quiero destacar un par de ideas realmente interesantes. La primera, la diferenciación entre turismo culinario y turismo gastronómico y la excelente posición que en ambos ámbitos ocupa nuestra ciudad. En efecto, el turismo culinario sería aquel que se detiene, y se deleita, en las cocinas de los grandes restaurantes, no necesariamente estrellados, y centra su atención en el recreo que supone disfrutar de una buena comida o cena. Sus actores, gente normalmente adinerada, son capaces de coger el coche (o en ocasiones el avión) y hacer de una tacada 500 o 600 kilómetros para comer en Las Pedroñeras (Las Rejas);

Villoldo (Estrella del Bajo Carrión); Arriondas (Corral del Indiano); Cáceres (Atrio) o Lasarte (Martín). Su experiencia es fundamentalmente gustativa, no exenta del deseo de socializar y "ser visto".

El turismo gastronómico representa una experiencia más amplia que la que ofrece el turismo culinario. Implica conocer la cultura del lugar, de sus productos, su preparación y, obviamente, su degustación. Esta demanda turística coincide con lo que, en repetidas ocasiones, hemos señalado desde Hostelería Gipuzkoa: la necesidad de que un destino Premium en materia gastronómica, como es Donostia, deba ofrecer experiencias 360º en torno a la gastronomía. Actividades que agrupen las tres C básicas de toda experiencia gastronómica que se precie: CONOCER + COCINAR (saber cómo tratar el producto) + COMER.

El turista gastronómico, con poder adquisitivo y nivel educativo más elevado que el turista convencional, busca, además del deleite gustativo, la profundización en la cultura de la tierra que visita, el conocimiento de sus materias primas, de su tradición culinaria, de sus lugares de intercambio (mercados y lonjas). Busca ampliar el encuentro con los fogones, precediéndolo de un contacto directo con las materias primas, los productores, sus técnicas y los lugares que sustentan la oferta gastronómica del destino en cuestión.

En ambos mercados turísticos de nicho, el culinario y el gastronómico, Donostia tiene una posición de privilegio. Para un viaje culinario, que por lo general representa una estancia de un par de noches, la ciudad se sitúa en niveles de ciudades como Londres, Milán, Chicago, Nueva York o Tokio, tanto por la oferta de sus grandes chefs como por la riqueza, calidad

y singularidad del resto de sus ofertas culinarias (asadores, sidrerías, pintxos, gastrobares, etc.).

En lo referente al turismo gastronómico, la ventaja competitiva de Donostia, respecto a las ciudades aludidas antes, es abismal. A la calidad de nuestras cocinas, se une la cercanía geográfica de nuestras fuentes de materias primas. ¿Se imaginan ustedes cuántos kilómetros deberá recorrer un turista gastronómico en Nueva York para localizar una huerta como las que tiene Aroa en Getaria? ¿O cuántas horas deberá conducir un turista gastronómico en Londres para localizar una quesería como la Ondarre de Segura? ¿O a qué distancia estarán los viñedos más cercanos a un restaurante con 3 estrellas Michelin ubicado en el corazón de Tokio?

Pues aquí, en Donostia, todo está a mano, en un radio de apenas 30 kilómetros de distancia. Los más afamados restaurantes, del mismo nivel culinario que sus colegas japoneses o londinenses, conviven con los bares de mejor ambiente gastronómico de Europa y las lonjas de pescado, viñedos, queserías, mercados y huertas, dispuestas a abrir sus secretos a quien quiera conocerlos. ¿Hay algún lugar en el mundo que pueda poner tan fácil la labor a un agente turístico que quiera ofrecer un producto Premium de turismo gastronómico? Es solo cuestión de elaborar un discurso, una narrativa, que ponga en valor lo que ya tenemos, saber empaquetarlo y gular, con cierto criterio y sensibilidad, a quien nos visite. Mi amigo Jon está sabiendo hacerlo y el éxito de San Sebastian Food es un ejemplo de que estas reflexiones que hacemos públicas desde Hostelería Gipuzkoa son acertadas.

La segunda idea que me gustó del foro de turismo gastronómico mun-

dial fue la necesidad de conjugar esta apertura al mundo de un destino con el hecho de preservar su autenticidad y el mantenimiento de sus señas de identidad. En este apartado, empiezan a encenderse las luces de alarma en algunas zonas de la ciudad, donde algunos establecimientos han optado descaradamente por el negocio rápido y fácil, poniendo en riesgo la idiosincrasia de nuestra forma de socializar. Es difícil equilibrar la gestión diaria de un negocio hostelero con la visión más a largo plazo de un destino turístico. No tengo la solución para dar cauce a algunas prácticas que veo a diario en el sector y que, con la mano en el corazón, he de decir que me horrorizan.

Quiero acabar señalando que echamos en falta, en el trascurso del referido foro de turismo gastronómico, alguna alusión más concreta a las razones del éxito de Donostia y a la necesidad de poner en valor la realidad que vivimos. Creemos que, además de a nuestros grandes chefs que iniciaron el camino hacia la excelencia, debería haberse reconocido a otros agentes gastronómicos que ayudaron a estar donde hoy estamos, bien porque abanderaron su pequeña revolución en el mundo del pintxo hace ya 30 años, como es el caso de Patxi (Bergara de Gros), José Ramón (Aloña Berrí), Jesús y Mikel (Oñatz) y tantos otros; o bien porque con sus valoraciones y comentarios generaron un ambiente de sana competencia y búsqueda de la excelencia en el sector, del que hoy recogemos sus frutos; este sería el caso de Pelo García Amiano, Mikel Corcuera, Juanjo Mendioroz, Rafael García Santos...

A todos gracias por vuestra aportación, consciente o inconsciente, al momento que hoy vivimos y a las expectativas que en el mundo del turismo gastronómico se dibujan para Gipuzkoa.



EL TERMÓMETRO



SUBEN



A la Organización Mundial del Turismo por haber elegido Donostia como sede para el desarrollo del I Foro Mundial de Turismo Gastronómico.

Por su impulso a la Integración social en Gipuzkoa y, en particular, por el proyecto Pauso Berrak en el que participa Hostelería Gipuzkoa.



BAJAN



Porque, pese a nacer para impulsar el aeropuerto de Hondarribia, hace ya unos cuantos años que su "actividad" se ha caracterizado por la ausencia de resultados positivos para la infraestructura.

Un nuevo espacio donde nuestros asociados podrán valorar a proveedores e instituciones por su comportamiento con el sector. Mándanos tus quejas o recomendaciones a:

comunicacion@hosteleria Gipuzkoa.com

Desde la asociación estamos encantados de escucharte.



Saltxipi se ha convertido en un referente de éxito a la hora de abordar el relevo generacional.

Los datos obtenidos en un reciente informe encargado por Hostelería Gipuzkoa confirman la creciente necesidad de abordar de forma adecuada el reto del relevo al frente de los negocios hosteleros

El mejor relevo está en casa

HOSTELERÍA GIPUZKOA SE HA MARCADO COMO UN OBJETIVO prioritario la puesta en marcha de un sistema que proporcione apoyo y orientación a los asociados que decidan abordar un proceso de relevo generacional, para asegurar así la continuidad empresarial. La dimensión del reto se confirma con los datos obtenidos en el propio informe, ya que se ha desvelado que en el 28% de los establecimientos, la persona propietaria tiene entre 51 y 60 años, y que en el 12% de los casos, la persona propietaria se encuentra próxima a la edad de jubilación (entre 61 y 65 años). Como resultado, el 28% de los establecimientos

hosteleros deberán abordar un relevo antes de 2025.

El pasado mes de abril se presentaron los resultados del estudio elaborado por Prospektiker y Teyser XXI, con la colaboración de Hostelería Gipuzkoa, tras las encuestas telefónicas realizadas a 251 asociados. Este trabajo pretende recabar datos de primera mano de las empresas en cuanto a su estructura organizativa actual, necesidades de relevo y expectativas de cara a los próximos años. La investigación está cofinanciada por el Departamento de Innovación, Desarrollo Rural y Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

El trabajo de campo se ha llevado a cabo entre el mes de febrero y de marzo de 2015. El error de la muestra para los datos relativos al conjunto de la muestra se sitúa en más o menos 5,4%, con un nivel de confianza del 95%. Todos los establecimientos consultados son bares o restaurantes.

Conclusiones del trabajo

Las principales conclusiones de la encuesta revelan que la edad media de las personas propietarias de los establecimientos hosteleros gipuzcoanos se sitúa en los 49,4 años. Y en uno de cada tres establecimientos consultados,

la persona propietaria tiene entre 41 y 50 años.

Sin embargo, más relevante para los objetivos del estudio ha sido conocer que el 40% de los propietarios tienen entre 51 y 65 años, y que incluso un 7,4% tiene más de 65 años.

Con estos datos, no es extraño que un 28 % de los responsables de un negocio hostelero admita que prevé la necesidad de reemplazo por jubilación en el corto y medio plazo. Estos datos son más acuciantes si se analizan en detalle, ya que un 18% afirma directamente que necesitará ser relevada en los próximos 5 años.

Es llamativo que un 28% de los casos en los que se afirma prever la necesidad de reemplazo, el propietario pronostica que no continuará con la actividad económica.

Extrapolando estos porcentajes a los 3.956 establecimientos hosteleros de Gipuzkoa abiertos en la actualidad, el escenario previsto determina que 1.107 establecimientos necesitarían relevar a la persona propietaria del negocio entre los próximos 5 y 10 años. Y 310 negocios cesarían su actividad tras llegar la persona propietaria a la edad de jubilación, en este horizonte de entre 5 y 10 años.

Reemplazo por jubilación

En aquellos casos en los que continuará la actividad tras la llegada del momento de jubilación de la persona propietaria del negocio, se valoran diferentes soluciones. La sucesión familiar es la primera solución valorada, ya que es la opción seleccionada en un 68%.

Por otra parte, el 18% de los casos en los que se da el relevo de la persona propietaria y se desea continuar con el negocio, se hace a través de la venta de la actividad. Y en el 6% de los casos, se espera que el negocio se transmita a algún trabajador interno del negocio. En idéntico porcentaje de situaciones, el relevo se realizará a través de una nueva incorporación externa.

Respecto a los propietarios que aseguran que no continuarán con la actividad, esgrimen diferentes razones. En el 50% de los casos se debe al desconocimiento de las alternativas y apoyos existentes para proceder al relevo. Y en el 10% de los casos, es debido a que el resto de personas trabajadoras de la actividad no desean

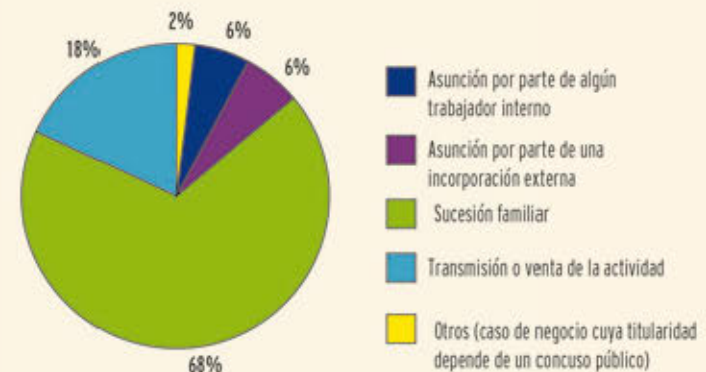
hacerse cargo de la propiedad del negocio.

Asesoría necesaria

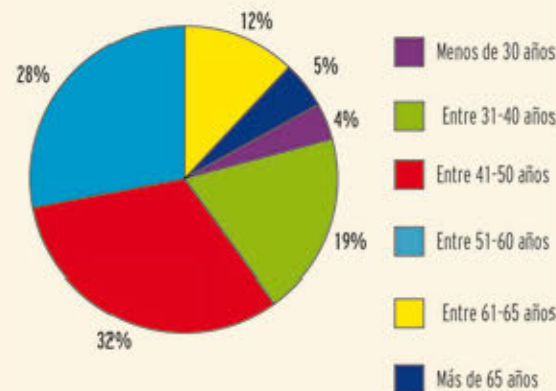
El 44% del total de personas consultadas en este estudio, independientemente de sus necesidades de relevo, afirman que llegado el momento de jubilación, estarían interesadas en recibir asesoramiento sobre cómo transmitir su negocio de Hostelería Gipuzkoa. Y en el 53% de los casos se considera que no se tendrá esa necesidad, por lo que no se muestra interés en recibir asesoramiento en este tema por parte de la asociación. Únicamente en el 3% de los casos se considera que se acudiría a otro tipo de asesoramiento especializado.

En concreto, los encuestados demandan mayoritariamente los siguientes servicios: apoyo en la negociación; asesoramiento jurídico, laboral y mercantil; y búsqueda de compradores/vendedores. De los establecimientos que necesitarán relevar a la persona propietaria (71 establecimientos), el 58% estaría interesado en recibir asesoramiento desde Hostelería Gipuzkoa (41 establecimientos). Teniendo en cuenta la intención de continuar o no con la actividad, se pueden extraer los siguientes datos: de los establecimientos con necesidad de reemplazo que sí van a continuar con la actividad (51 establecimientos), el 69% (35 establecimientos), estaría interesado en recibir asesoramiento de Hostelería Gipuzkoa. Y de los establecimientos con necesidad de reemplazo que no van a continuar con la actividad (20 establecimientos), el 30% (6 establecimientos), sí estaría interesado en recibir asesoramiento de Hostelería Gipuzkoa."

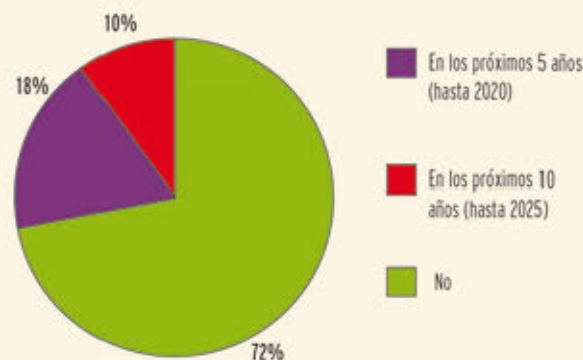
¿Cuál es la solución que se valora para responder a la necesidad de reemplazo?



Distribución de los establecimientos en función de la edad de la persona propietaria



¿Se prevé la necesidad de reemplazo por jubilación en el corto y medio plazo?:



on egin



DECANO DE LA PRENSA GUIPUZCOANA www.diariovasco.com

EL DIARIO VASCO

V. REDES SOCIALES: UNA NUEVA FORMA DE CONOCERSE

LA REAL SOCIEDAD APUESTA POR LA CANTERA

Uno de cada dos guipuzcoanos, [según las encuestas](#)



Donostia 2016 en clave hostelera

HOSTELERÍA GIPUZKOA CONTÓ EL PASADO LUNES, 4 de mayo, con el máximo responsable de Donostia 2016 Capital Europea de la Cultura, Pablo Berastegui, en la sede de la asociación. Su presencia se ha debido a la necesidad urgente de los hosteleros de conocer mejor la candidatura y de saber, más concretamente, en qué repercutirá al sector.

Pablo Berastegui se incorporó a la Iniciativa en octubre del año pasado con un objetivo muy concreto: "Sacar adelante un proyecto innovador que no se limite sólo al desarrollo del sector servicios, sino que avance en un modelo nuevo de trabajo". El responsable de la capitalidad insistió en que este proyecto trabaja en otros códigos y que "no se trata de hacer nuevos equipamientos, sino de asentar bases para crear una nueva manera de hacer las cosas, principalmente, en el ámbito cultural".

En relación al proyecto, comentó que desencadenará en nuevas formas de vida, "tanto en la ciudad como en el conjunto del territorio". En contraposición a quien considera que la capitalidad es tan sólo una programación cultural, Berastegui defendió que el proyecto busca "promover y favorecer actividades y procesos que permitan dotar de herramientas a los ciudadanos para un nuevo marco de convivencia: más solidaridad, responsable y justa".

En cuanto al aspecto económico, aseguró que si el proyecto funciona redundará en el incremento del número de visitantes, en una mayor



Pablo Berastegui, máximo responsable de 2016, durante su intervención.

satisfacción de los mismos y un aumento del índice de retorno. La Iniciativa, por tanto, "repercutirá en mayores beneficios y en una mejor situación económica al final de 2016", apuntó. Del mismo modo, Berastegui no quiso aventurarse en estas cuestiones ya que "las proyecciones económicas o el impacto que pueda tener la capitalidad en todos los sectores es algo que hay que tratar con mucha prudencia", subrayó.

Por otra parte, aseguró que tras la reciente publicación del avance del programa se irán desvelando paulatinamente los contenidos. Asimismo, de cara al periodo estival se realizará una campaña de soportes de mobiliario urbano con el fin de trabajar la comunicación exterior y, así, atraer a más visitantes.

Participar en la capitalidad

La candidatura busca promover la iniciativa ciudadana y, para ello, han habilitado la

sección 'Olas de energía'; dirigida a particulares o asociaciones sin ánimo de lucro. Esta iniciativa consiste en una convocatoria pública para presentar propuestas, que serán evaluadas por un consejo ciudadano conformado por 75 personas denominado Ardora. Mensualmente, el consejo seleccionará cinco proyectos y destinará a cada uno de ellos una ayuda de 2.016 euros. Asimismo, habrá una segunda opción bimensual donde el comité escogerá un proyecto adicional que, por su ambición, calidad o características, recibirá una ayuda de 20.160 euros. En total serán 132 los proyectos que se sumarán a la candidatura. En este sentido, Hostelería Gipuzkoa se ofrece para facilitar el contacto o apoyar en posibles propuestas que se quieran presentar a 'Olas de energía'.

Otra posibilidad es el "sello de calidad", que Donostia 2016 pretende sacar a la luz como medio para apoyar esas actividades que se

realicen de forma paralela y vayan en la línea del proyecto: "No tendrán ayudas económicas pero se les avalará de forma explícita", añadió Berastegui.

La presentación pública del proyecto se hará en otoño de 2015. A partir de ese momento, serán los Jardines de Alderdi Eder el lugar de referencia para poder informarse sobre la candidatura y donde, además, se colocará un reloj que marcará la cuenta atrás 100 días antes del arranque oficial del proyecto.

Por último, Berastegui destacó que actualmente trabajan sobre un presupuesto de ejecución económica de 50 millones de euros, que es "significativamente inferior al presupuesto de candidatura y al presupuesto aprobado por nuestro patronato". La concentración de recursos será casi del 70% en los años 2015 y 2016, y por ello "veremos cómo van a suceder cosas importante y de manera constante", apostilló.

2016 urtea ostalaritzarentzat oso positiboa izango dela aurreikusi du Donostia Sustapenak

DONOSTIA SUSTAPENA SOZETATE-KO GERENTE EUKEN SESÉK iragarri du Europako Kultur Hiriburutzaren onuragarria izango dela ostalaritzarentzat. Otsailaren 24an gure elkartearen egindako bilera batean, ostatu-gauak %10 areagotuko direla jakinarazi zuen, eta horri nahiz eguneko txangoel esker, eragin ekonomikoa 151 milioi eurokoa izango dela estimatu zuen.

Sesék azaldu zuenez, hiriburutzaren ekarpen ekonomikoa izendapen bera lortu duten beste hiri batzuen esperientzian oinarritua dago. Hiriburu horietan ostatu-gauak %21,2 ligo dira azken urteotan, batez beste. Hala ere, Donostiako hotelen eskaintza murriztagoa dela jakinda, aurreikuspenaren zifra egokitu egin dute, bertako hotel eta ostatuak ezingo balute %10eko ligoera baino gehiago hartu. Portzentaje horrek esan nahi du 2015ean baino 107.000 ostatu-gau izango direla.

Ekitaldiek ekarriko dituzten bisitariel ostaturia emateko, Donostia Sustapeneko gerenteak dio etxebizitza pribatu turistikoak, kanpinak, besteakiko ostatu motak eta Gipuzkoako beste udalerrietako eskaintza ballatu behar direla.

Guztira, 10 milioi bisita espero dituzte 2016an, ostatu-gauak eta eguneko txangoak barne. Inpaktu ekonomikari dagokionez, 151 milioi euroko kalkulua egin dute eta beste 61 milioi euro gehitu daitezke, prezioen %3ren ligoera (23 milioi euro) eta



Euken Sesék jakinarazi du 10 milioi bisita espero dituztela 2016an, ostatu-gauak eta eguneko txangoak barne.



kultur kontsumoa (38 milioi euro) kontuan hartzen badira.

Bestealde, hirugarren sektorean estimatutako gastuari dagokionez, 272 milioi eurora iritsiko dela kalkulatu dute, inpaktu zuzenaren (erabiltzeko aurrekontuaren bitartez) eta ez zuzenaren (bisiten gastua) artean. Ostalaritzan, konkretuki, bisitari bakoltzak egunero 49 euroko gastua egingo duela

uste dute; hau da, hirian egingo duen guztizko gastuaren %33, hain zuzen. Irabazi gehienak taberna, jatetxe eta kafetegietan bilduko dituzte, turistaren eta txangozaleen gorakadari lotutako gastu tertziarioaren %47, hain justu.

Donostia Sustapeneko arduradunak goraipatu zuen Gipuzkoako Ostalaritza Elkar- teak sektorearen eta adminis- trazioen artean bitarteko mo-

duan aritzeko duen gaitasuna, eta sektorea zoriondu zuen, krisiak enplegu-tasan eragin- dako ondorioak arintzeko gal- izan delako. Egoera ekono- mikoaren inguruan, 2013 eta 2014 urteetan hobera egin duela nabarmentzeko datuak eskaini zituen, eta 2015eko aurreikuspenak baikorrak di- rela alpatu zuen.

Era berean, Euken Sesék Donostiako merkataritzaren eta ostalaritzaren arteko har- remana sustatzeko aukera planteatu zuen. Galderen txandan, datorren urterako programatutako ekintzen xehetasunengatik galdegin eta ekitaldi guztiak hiriarren erdigunean ez egingeko plan- teatu zituen. Sesék pazientzia eskatu eta ekitaldien egutegia lortzeko zailtasunez ohartarazi zuen, batik bat erabaki asko Europar Batasunaren menpe baltaude.

Puntu horretan, Euken Sesék adierazi zuen ekitaldi gehienak malatza eta urria bitartean egingo direla se- guruenik. Donostiak urtero hartzen dituen ekintza kul- tural eta sozial askorekin bat egingo dute, eta, beraz, hiriak bisitariel ostaturia emateko gehienezko gaitasuna gain- ditu egingo dela estimatzen dute. Hortaz, gertuko uda- lerrientzat ere, Bilbo barne, onuragarria izan liteke bisita- rien etorrera, bere esanetan. Ostalari batzuek proposatu zuten egitaraua 12 hilabete- tan zehar gehiago banatzeko, arazo hori ekitidin asmoz, bai- na Sustapeneko arduradunak jakinarazi zuenez, Bruselaren erabakia da.

2 de Junio de 2015
PALACIO MIRAMAR (Donostia)

I^a FERIA HORECA100%

*Ven a conocer un Mundo
de Soluciones para la Hostelería*



AudensFood
www.audensfood.com

COLABORADORES



okin



Cofrit S.L.
Licenciado de verduras

COMOENCASA



MÁS INFORMACIÓN: ☎ 943 72 57 32

Colaboración intersectorial para reducir la factura energética

HOSTELERÍA GIPUZKOA, LA FEDERACIÓN MERCANTIL DE GIPUZKOA, AEGA (asociación de empresas de automoción) e INSTAGI (asociación de instaladores eléctricos, de gas y telecomunicaciones) han iniciado conversaciones conjuntas para intentar reducir la factura energética de sus asociados mediante un sistema de compra energética agrupada.

Las cuatro asociaciones han venido colaborando, a lo largo de los dos últimos años, en ámbitos relacionados con la gestión de los fondos de ayuda a la formación y la promoción económica del territorio de Gipuzkoa.

En esta ocasión, las cuatro asociaciones sectoriales (que en su conjunto reúnen a más de 4.000 pequeñas empresas y representan sectores económicos que emplean a cerca del 23% del empleo global del territorio) unen sus fuerzas para intentar agrupar capacidad de compra de energía (eléctrica y gasística) y poder obtener mejores precios de las empresas comercializadoras del sector energético.

Las dos primeras reuniones mantenidas han permitido valorar diferentes formas de colaboración para la compra conjunta de energía. De entre las distintas opciones analizadas, la fórmula puesta en marcha por el SEA (asociación empresarial alavesa hermana de ADEGI) es la que ha obtenido un mayor grado de consenso entre las cuatro agrupaciones sectoriales. Si



bien es verdad que la propuesta de compra agrupada liderada por el SEA solo afecta, de momento, a las tarifas 3.0 A, la unión de pequeñas empresas con tarifas energéticas inferiores (2.0 o 2.1) permitiría extender los beneficios de la compra agrupada de energía al conjunto



de microempresas de los cuatro sectores económicos representados por las cuatro asociaciones señaladas.

El proyecto es pionero en el Estado y, transcurridos 3 meses desde su puesta en marcha, los ahorros medios en el precio del kilowatio de las cerca de 200 empresas

alavesas que participan en este proyecto superan el 10%. Las negociaciones de Hostelería Gipuzkoa y el resto de asociaciones sectoriales siguen adelante y se espera que en el plazo de tres meses se pueda iniciar el sistema de compra energética conjunta en los sectores implicados.

Donostiako 615 establezimenduk 'Merkataritzan eta ostalaritzan ere euskaraz' kanpainarekin bat egin dute

DONOSTIAKO UDALAK, 2014KO IRAILEAN, MARTXAN JARRI zuen 'Merkataritzan eta ostalaritzan ere euskaraz' kanpainan jada 615 establezimendu daude. Proiektuaren bigarren fasea abian dagoela, udal-txetlik egindako balorazioa positiboa da. Horretaz gain, jabeak eta langileak ere pozik daude ekimenarekin, euskara sustatzeko eta bezeroari zerbitzu hobea eskaintzeko aukera ona baita; eta beraien negozioerako lagungarria dela uste dute.

Kanpainaren helburua, nagusiki, Donostiako hirian euskararen erabilera sustatzea da. Horretarako, Udalak, ekimena laz martxan jarri zuen

netik, 1.700 establezimendutik gora bisitatu ditu. Proiektuaren lehen fasean, 301 denda eta tabernek parte hartzea erabaki zuten, eta hiriko beste 24 establezimenduk Euskara Zerbitzuko webgunearen bidez egin zuten eskaera. Bigarren fasean, berriz, 290 establezimenduk eman dute izena.

Hortaz, bisitatutako lokal horietatik guztietatik, 615 izan dira euskaraz artatzeko gai direla erakutsi duten lokalak eta, ondorioz, identifikazioa lortu dutenak. Nerea Txapartegi Udal Gobernuko Euskara arduradunak dioenez, "establezimendu horietan bezeroei arreta eskaintzen ari diren langileen

erdiak edo gehiagok euskaraz ondo hitz egiteko gaitasuna dute eta hori jakinarazteko eranskallu bat jarri dute. Identifikatu egin dira, bezeroek hori ikustean bertan euskaraz egin dezaketela jakin dezaten. Era berean, lehen hitza euskaraz egiteko konpromisoa hartu dute eta euskaraz egin nahi duen bezeroari aukera hori bermatuko diote".

Euskaraz non egin daitekeen jakiteko, Udalak mapa interaktiboa sortu du www.donostiaeuskaraz.eus webgunean. Bestalde, ostalaritzako sektoreari zuzendua, menuak gazteleratik euskarara itzultzeko 'menuen bihurtzailea' tresna ere martxan jarri dute.

Euskara Zerbitzuak 'Merkataritza eta ostalaritzan ere euskaraz' egitasmoa sektoreko hainbat eragilerekin jarri du martxan (Donostiako Sustapena, SSHops Donostia, Gipuzkoako Merkataritza Federazioa, Auzoa, Zaharrean eta Gipuzkoako Ostalaritza Elkartea), eta euskararen alde lan egiten duten zenbait elkarterekin batera (Bagera, Batzen, Bizarrain, Plazara Goaz, Parte Zaharrean Biz!).

Egitasmoan parte hartzeko alpatutako webgunearan edo www.merkatarLeus webaren bitartez egin daiteke. Baldintzak betez gero, formulario bat osatzea nahikoa da eskaera egiteko.

PASUS-ENEA JATETXEA

MUY INTERESANTE.

se alquila restaurante nuevo, moderno y montado en el **barrio Elbarrena de ZIZURKIL**, en la misma plaza, junto a estación de Renfe y con tres parkings en los alrededores.

Dispone de:

Cocina montada, bar grande, comedor interior para 45 personas, terraza exterior cubierta para 60 personas, otra terraza con barra de bar a la plaza y parque infantil. Incluido en el precio otro local grande para almacén.

Se alquilará solo a profesionales solventes, ideal para una familia.

Precio de alquiler no negociable:

3.000 euros al mes

Abstenerse curiosos. Los interesados pueden escribir a:

A. Galarza

Pl. Zaragoza 2, 6º dcha.

20007 SAN SEBASTIAN

Indicando persona o entidad y número de teléfono de contacto.



Pauso Berriak, desgaitasuna duten pertsonak ostalaritzaren bidez laneratzeko programa

Egitasmoak prestakuntza eta lan praktikak eskaintzen ditu edozein motako enpresa pribatu eta erakunde publikotan. Banan-banako arreta eta babes-sare zabala eskaintzen die parte-hartzaileei.

DESGAITASUNA DUTEN PERTSONAK LANERATZEA gizarte osoaren erronka da. Lan ingurunean integratu ahal izateak garapen pertsonala sustatu ez ezik lanbideak sentzibilizatzeko ere balio du. Xede horrekin, Pauso Berriak programan parte hartzeko eskaera egln diote Atzegi eta Gureak entitateek ostalaritzaren sektoreari.

2010ean jarri zuten abian ekimen hori, lanpostua lortzeko zailtasun gehien duten adimen urritasuneko pertsonak Gipuzkoako enpresetan laneratzeko. Programak helburu du, halaber, kolektiboaren lanerako gaitasuna ikusaraztea enpresari eta erakundeek; horrela, etorkizunean pertsona horiek euren lan-taldearen barne har ditzaten bultzatzeko.

Ekimena abian jarri zutenetik 176 pertsonak hartu dute parte; %20k ostalaritzaren sektorean. Atzegi eta Gureak entitateetako arduradunek uste dute sektore hori dela adimen urritasuna duten pertsonak gizarteratzeko esparru egokiena, gizar-tean ikuslari izateko aukera eskaintzen baitu.

Modu horretan, Gipuzkoako Ostalaritza Elkartearen eta Basque Culinary

Centerren laguntzarekin, sentzibilizazio Jardunaldia burutu zuten apirilaren 23an, eta bertan hartu zuten parte ostalaritzako eta hotelen sektoreko 30 establezimenduk. Han izan ziren, halaber, Kino Martinez ostalaritza elkarte-ko idazkari nagusia eta Paul Liceaga, Gipuzkoako Hotelen Elkarte-ko idazkari nagusia.

Hiru fase

Pauso Berriak programak prestakuntza eta lan praktikak eskaintzen ditu edozein motako enpresa pribatu eta erakunde publikotan. Banan-banako arreta eta babes-sare zabala eskaintzen die parte-hartzaileei.

Hiru fase ditu egitasmoak. Aurretiko prestakuntza jasotzen dute partaldeek hasieran, lau hilabetez, lanerako gaitzeko. Ondoren, benetako lan-ingurune batean praktikak egiten dituzte, urtebetez, enpresarentzako kosturik gabe. Parte-hartzaileek nahiz enpresak programako arduradunen aholkularitza eta laguntza dute unean-unean lanpostua definitu eta desgaitasuna duen pertsonaren beharrel erantzuna emateko.

Hirugarren fasean, praktikak egln dituzten pertsonak enpresan lanean



Pauso Berriak programan parte hartzeko eskaera egln diote Atzegi eta Gureak erakundeek ostalaritzaren sektoreari.

jarraltzeko moduak aztertzen dituzte. Besteak beste, zerbitzu okupazionalaren jarraipena planteatu daiteke, edo zuzeneko kontratazioa egln.

Momentura arte, programan parte hartzen ari diren pertsonen balorazioa oso ona da. Pauso Berriak egitas-

moko arduradunen aburuz, gipuzkoar gizarteak sentzibilizatzeko eta kolektibo honen laguntzan aurrera egiteko erreminta eraginkorra bilakatzen ari da programa.

Informazio gehiago dago eskuragarri www.pausoberriak.net webgunean.

San Miguel



5,4° San Miguel
recomienda el consumo responsable.



Reportaje gráfico sobre ejemplos de terrazas existentes en la actualidad.

Proyecto MOMAT, las terrazas del futuro

EL PROYECTO MOMAT, IMPULSADO POR LAS EMPRESAS ONDARRETA Y CIANCO y la Fundación Tecnalia, tiene como objetivo desarrollar un novedoso mobiliario de hostelería para terrazas. Entre otras ventajas, se trata de crear terrazas con resistencia al fuego, capaces de almacenar calor y de mantener la temperatura de confort. Además, permitirían integrar elementos de iluminación, estética y dispersores con una resistencia estructural y al viento adecuada. Y se utilizarían asimismo materiales fonoabsorbentes, es decir, capaces de atenuar el eco, y por tanto, de crear espacios acústicamente más agradables.

El interés de este proyecto es evidente. Las diferentes normativas para mobiliario de terrazas de hostelería exigen cada vez más la eficien-

cia energética. Y se trata de recursos con demanda creciente; en España, por ejemplo, la entrada en vigor en 2011 de la ley antitabaco ha incrementado el número de las terrazas urbanas en más de un 40%. No deja de crecer el número de terrazas que están abiertas todo el año.

Hostelería Gipuzkoa está colaborando en la puesta en marcha de este proyecto, dentro de su apuesta por la innovación y con el objetivo de disponer de alternativas para mejorar del atractivo de las terrazas y fomentar así que los usuarios las utilicen todo el año. Al mismo tiempo, supondrían una reducción de los consumos energéticos y una apuesta por la sostenibilidad medioambiental.

Claves del proyecto

El mobiliario de hostelería

para terrazas en que se centra el proyecto contribuirá al confort térmico y a la eficiencia de energía mediante la integración de materiales de cambio de fase (PCM), capaces de almacenar calor. Además, la autonomía del sistema permitirá la movilidad del mobiliario con confort térmico, ya que el sistema de control acumulará energía cuando esté conectado a la red eléctrica.

Otro aspecto innovador será conseguir en estos materiales una resistencia estructural del nuevo mobiliario y resistencia al viento adecuada para su uso en terrazas.

Adecuación a la normativa de Donostia

Tras analizar la Ordenanza Reguladora de las Ocupaciones de Suelo de Dominio y de Uso Público para la Hoste-

lería en Donostia, que indica cuatro modelos de terrazas, el proyecto MOMAT ha optado por alinearse con el tercero: Terrazas con estructuras con el espacio delimitado. Se trata de estructuras abiertas y delimitadas consistentes en apantallamientos o mamparas que permanecen permanentemente instalados en la vía pública.

La tipología de terrazas que se van a desarrollar en este proyecto aconseja apostar por un sistema modular, para poder abarcar distintos tamaños. En atención a la ordenanza, las mesas y sillas serán preferentemente de aluminio y madera y de colores neutros y en ningún caso podrá ser mobiliario plástico de publicidad con colores chillones identificativos de la marca publicitada. De igual forma, las sillas y mesas de-



berán ser fácilmente apilables y contarán con un sistema de anclaje para evitar robos.

En cuanto a la delimitación del espacio, se realizará

con mamparas, que se atenderán a la normativa que exige utilizar traslúcido como mínimo en el 50% de la altura de las mismas. Como

máximo, tres de los lados delimitarán el recinto, mientras que el cuarto estará abierto, al menos, en un 50% de su longitud, con la posibilidad

de que incorporar sistemas de cierre nocturno de la instalación a fin de evitar el vandalismo y el uso indebido del espacio.



KOMUNIKAZIO ETA MARKETING-A

MARKETING Y COMUNICACIÓN

- HOSTALARITZARAKO MARKETING ZERBITZUAK.
- BEZERO BERRIAK ERAKARRI.
- DEI IEZAGUTU ZURE IDEAK EZAGUTU ETA NEGOZIOA PROIEKTATZEKO.
- SERVICIOS DE MARKETING PARA RESTAURACIÓN.
- TE AYUDAMOS A CAPTAR NUEVOS CLIENTES.
- LLÁMANOS PARA COMPARTIR IDEAS Y PROYECTAR TU NEGOCIO.

Illarra bidea 4
20018 Donostia - San Sebastián
902 335 333

Congelados GAROA, acercando las soluciones al hostelero

CONGELADOS GAROA, EMPRESA CON RECONOCIDO LIDERAZGO en la distribución de productos de alimentación para hostelería, restauración y catering en Gipuzkoa y País Vasco, pone en marcha la FERIA HORECA 100% PROFESIONAL para acercar la industria de la alimentación y bebidas al hostelero y restaurador.

Esta iniciativa viene a sumarse a toda la oferta integral de producto, servicio y asesoramiento que ofrece Garoa, quien desde hace más de 35 años apostó ya por la profesionalidad y el compromiso con la calidad de los productos y el servicio al cliente. En el periplo de esa búsqueda constante de mejora trasladó hace dos años su actividad a una parcela de 4.300 m² en Andoain. En estas nuevas instalaciones, gracias a las modernas infraestructuras y la amplia capacidad de almacenaje tritemperatura, ha ido desarrollando su estrategia de desarrollo y crecimiento.

El próximo martes 2 de junio, en el Palacio de Miramar, los visitantes profesionales tendrán la ocasión de empaparse de las últimas tendencias del sector agroalimentario y descubrir las novedades de la mano de una extensa lista de fabricantes expositores: Audens, Findus, Grupo SADA, PCS-Delelitta, Cofrit, Como En Casa, Iceland Seafood, Somoslerra-Royne, NUDISCO, Bateamar, Okin, Heineken-Amstel, Cafés Barqué, Bodegas Sonsierra...

La directora de CONGELADOS GAROA, Begoña Collado, se ha mostrado muy ilusionada con esta iniciativa

¿Por qué organizar una feria de este tipo?

Nos apetecía tener la ocasión de acercar al hostelero la amplia variedad que ofrece el mercado de productos y soluciones. Hemos elegido el Palacio de Miramar por tratarse de un entorno de excepción donde poder conocer, degustar y comprender de manera relajada toda esa diversidad. Es innegable que el mercado exige plantearse qué oferta busca el consumidor, y que los fabricantes y los distribuidores debemos arrimar el hombro y aportar información, novedades, técnicas, sugerencias, tendencias y espacios para acompañar al cocinero y al profesional del sector de la hostelería a descubrir márgenes de mejora. Además, una jornada así encaja perfectamente con nuestros objetivos de transparencia y cooperación entre todos los colectivos que conformamos la realidad gastronómica; conflamos en ayudar al sector de la hostelería a desarrollar nuevas oportunidades de negocio de la mano de referentes en la industria.

Usted es una clara defensora del esfuerzo conjunto entre clientes y proveedores para sortear obstáculos en un ambiente de alta incertidumbre comercial. ¿Cómo ve la situación actual?

Es evidente que la recuperación del consumo aún no está consolidada, y para encarar entornos complejos creemos necesario enlazar el conocimiento. Hay que tener en

cuenta el nuevo entorno donde la restauración organizada y los nuevos modelos de consumo van contando con más relevancia.

¿Cómo influye la industria en esta evolución?

La industria agroalimentaria está muy preparada, ha desarrollado productos y soluciones de cocina que benefician y favorecen una hostelería más moderna, eficiente y competitiva, y con esta Feria procuramos acercar y poner a disposición del restaurador todo ese conocimiento y capacidades, para que unido al talento, a la sensibilidad y al trabajo del cocinero, se puedan explotar los negocios en todo su potencial.

Le he escuchado decir en repetidas ocasiones que "estamos condenados a inventarnos".

¿Podría concretar un poco más cómo nos afectan los cambios?

Yo solo copio una frase filosófica, creo que de Sartre, que venía a decir que somos consecuencia de lo que hemos decidido ser; y en este sector la transformación también se vive a todos los niveles: por un lado jurídicamente, con nueva normativa sobre información que se debe facilitar al consumidor, que a su vez refleja la creciente preocupación e interés del cliente sobre alimentos funcionales, la inquietud sobre intolerancias, alergias, coherencia medioambiental... Por otro lado, la vuelta a una alimentación sana y una gastronomía natural cobran



protagonismo, integrando el impacto de la inmigración con su cultura y sus nostalgias. Además, se está registrando un crecimiento importante de la restauración organizada, lo que afecta lógicamente a los precios, a la especialización, al marketing y diseño de los establecimientos, al uso de las nuevas tecnologías... En este camino laberíntico queremos hacer de interna y aportar algo de luz, por eso la Feria.

¿Qué va a poder encontrar el visitante que se acerque al Palacio de Miramar el 2 de junio?

El profesional que asista encontrará un espacio polivalente donde pasar un rato agradable de trabajo; confluirán diversos expertos fabricantes que en un ambiente distendido presentarán sus productos, técnicas culinarias y recetas, asesorando también sobre aspectos tangentes pero fundamentales a la hora de la eficacia (costes por ración, mermas, emplatado, etc.) Habrá cata constante de alimentos y bebidas, cocina en vivo, talleres, sorteos... Será sin duda un interesante punto de encuentro donde todos recabaremos ideas útiles para aplicar en nuestro negocio.



Elikagaien kudeaketaren aholkularitza ezartzen da

Asesoramiento en la implantación de la gestión de los alimentos

Se ha publicado la "Guía sobre la información de los alimentos en comercios y restauración".

"Saltoki eta jatetxetako elikagaien informazioaren gidaliburua" argitaratu da.

Ostalaritzarako neurria egokitutako prestakuntza.

CeI imparte formación a medida en los establecimientos y pone a disposición una oferta completa de cursos para el sector de hostelería.

En CeI estamos preparados para el Asesoramiento en la Implantación de la Gestión para la información de los alimentos en cumplimiento del Real Decreto 126/2015, por el que se aprueba la norma relativa a la información alimentaria.

CeI-en saltokien titularrei elikagaien elikadura-informazioari buruzko arau orokorra onesten duen Errege Dekretua 126/2015-ri buruz aholkatzeko prest gaude.

La Asamblea Anual reiteró la confianza de los asociados en Mikel Ubarrechena como presidente de la asociación

El pasado 24 de marzo la Asamblea Anual Ordinaria eligió a Mikel Ubarrechena Pisón como presidente de la asociación para un nuevo periodo de 5 años.



LA JUNTA DIRECTIVA QUE ACOMPAÑARÁ A MIKEL UBARRECHENA en las tareas de liderazgo del sector hostelero de Gipuzkoa incorpora algunas caras nuevas que sustituyen las bajas, por jubilación o abandono de la actividad hostelera, los ya exdirectivos. A todos ellos se les agradeció públicamente su dedicación a la Asociación: Benito Usablaga (Bar Astearsuarra de Tolosa); Antton Elorza (Bar Antton de Ofati) y Eneko Matilla (Pub Warhol de Donostia).

Las cuatro nuevas incorporaciones se han unido ya a los directivos que continúan

en sus cargos. Los recién llegados son: Jon Zulaica, de Hoteles Arrizul de Donostia; Oscar Casbas, del Bar el Bully de Donostia; Angel Ezpeleta, del Gastrobar Arkupe de Elbar y José María Zaplana, de pensión C/ de Donostia.

La Asamblea Ordinaria permitió realizar un repaso de la gestión del ejercicio 2014, que se destacó por un importante aumento de la base social de la asociación en 40 nuevos asociados, derivados fundamentalmente del acuerdo de colaboración con Repsol Butano.

El acto anual permitió ha-

cer también una exposición minuciosa de los proyectos más destacados de la Asociación para el quinquenio 2015-2020. Entre ellos, Mikel Ubarrechena destacó el reforzamiento del papel de la asociación en el ámbito del turismo dentro del territorio de Gipuzkoa; el lanzamiento de nuevos servicios de consultoría de negocio y apoyo al relevo generacional en la transmisión para los asociados; y la presencia estable de Hostelería Gipuzkoa en el centro de la ciudad de Donostia en el Punto Denda de la Plaza de Gipuzkoa.

La Asamblea debatió también sobre otros aspectos de la actividad hostelera, como la aplicación en el sector de la nueva normativa de alérgenos promulgada por la Unión Europea, el estado de la reforma laboral y la situación de la negociación colectiva en el sector o la previsible influencia de la capitalidad cultural europea Donostia 2016 en la llegada de turistas y el incremento de la actividad de nuestros locales.

El acto se cerró con un pequeño tentempié que permitió confraternizar a los cerca de 50 asistentes.

Nuevas incorporaciones a la junta directiva



Ángel Ezpeleta.



José María Zaplana.



Jon Zulaica.



Oscar Casbas.

PARA TODOS LOS QUE HACEN QUE ESTÉ TAN RICO COMO PARECE.

Desde cerdo a ternera Wagyu. Con Makro descubrirás una increíble variedad de carnes.



www.makro.es

tú & makro

Hostelería Gipuzkoa y la sociedad Fomento de San Sebastián renuevan su convenio de colaboración anual

La sociedad Fomento de San Sebastián y Hostelería Gipuzkoa renovaron el pasado día 5 de mayo el convenio de colaboración anual que les une desde el año 2012 y que tiene como objetivo impulsar el sector de la hostelería en Donostia.



Hitzarmenaren berritasun nagusiak dira Donostiaren jasangarritasun turistikoari buruzko azterlana; Gipuzkoako Ostalaritza Elkartearen parte-hartzea Punto Denda espazioan, eta gure elkarteak eskaintzen duen negozio-aholkularitza emango dioten babesa.

EL CONVENIO, QUE SUPONE UNA APORTACIÓN DE 35.000 EUROS DEL PLAN de Estímulo Económico de Donostia 2015 a los presupuestos de Hostelería Gipuzkoa, mantiene como eje principal de trabajo el apoyo a la contratación de personal en el sector. Junto con este elemento primordial, la actividad a desarrollar por la Asociación se ampliará al asesoramiento a personas emprendedoras, fundamentalmente en la pro-

moción y apoyo de proyectos empresariales estratégicos e innovadores. Asimismo, Hostelería Gipuzkoa fortalecerá el servicio de consultoría de negocio para establecimientos hosteleros e incidirá en la extensión del empleo de las TICs en el sector hostelero local, impulsando para ello el proyecto pintxosqr.com.

Dentro de esta colaboración estable, en el ámbito de la mejora competitiva, y de cara

al reforzamiento de la acogida a los visitantes derivados de la Capitalidad Cultural Europea Donostia 2016, nuestra asociación ha colaborado con Fomento San Sebastián en el desarrollo de una plataforma específica de formación online para el sector. El acuerdo suscrito, plantea a la asociación la difusión de dicha plataforma de formación entre los asociados, con el fin de extender al mayor número posible de

hosteleros el Plan General de Acogida de Visitantes de 2016, así como los contenidos de la capitalidad.

Otro elemento novedoso de la colaboración entre ambas instituciones es el compromiso, por parte de la asociación, de realizar un estudio sobre la sostenibilidad social del turismo en nuestra ciudad, y el nivel de aceptación que la actividad turística tiene entre los donostiarres. Este estudio está ya en marcha y será desarrollado por un equipo de trabajo de alumnos de 4º curso de LADE de la

Universidad de Deusto, dirigido por el profesor titular de la asignatura de Marketing de dicha licenciatura, D. Iñaki García Arrizabalaga. En este mismo marco de la generación de conocimiento sobre las dinámicas del sector, Fomento de San Sebastián liderará un trabajo que tiene como objetivo conocer la calidad del empleo ofrecido por el sector hostelero en términos de estabilidad, formación, satisfacción, adecuación al puesto de trabajo y conciliación familiar. Este trabajo, pionero en el

conjunto del Estado, y en el que participará Hostelería Gipuzkoa, supondrá un elemento fundamental en las labores de puesta en valor del empleo en el sector hostelero.

La asociación también participará en el impulso de Punto Denda, un espacio de promoción e innovación de Fomento San Sebastián, en el cual el sector de hostelería tendrá presencia a través de actividades de formación, promoción, asesoramiento etc. vinculadas a este convenio y a la actividad turística y de

promoción hostelera general de la ciudad.

Por último, cabe reseñar el importante apoyo que Hostelería Gipuzkoa recibe anualmente por parte del cluster agroalimentario Guztiona, liderado por Fomento San Sebastián, en lo que se refiere a cesión de espacios en su centro de Villa Yeyette para tareas de formación en el sector.

A pesar de la crisis económica, la aportación del sector hostelero al PIB de Donostia representa un 7% de la acti-

vidad económica, generando 6.346 empleos directos. Este dato se ha mantenido en una evolución creciente desde 2008, incrementando en un 6% el número de personas ocupadas en el sector a lo largo del periodo 2008-2014. El peso del empleo de hostelería en el total de la ciudad es de un 7,3%, y por ello este sector sigue siendo estratégico y recibe un tratamiento diferencial en el marco del Plan de Estímulo Económico de Donostia a lo largo de los últimos años.

EKONOMIA SUSTATZEKO 2015eko PLANA
PLAN DE ESTÍMULO ECONÓMICO 2015
DONOSTIA - SAN SEBASTIÁN

Enpleguan berrikuntza eta kalitatea izatearen aldeko apustua
 Apostando por la innovación y la calidad en el empleo

donostia sustapena
fomento sansebastián

DESARROLLO ECONÓMICO DE SAN SEBASTIÁN
 DONOSTIAKO GARAPEN EKONOMIKOIA
 SAN SEBASTIAN ECONOMIC DEVELOPMENT

Gipuzkoa atletismoarekin bat

Milatik gora kirolari bertaratu dira azken hilabeteotan gure lurraldera, kirol turismoa gora egiten ari denaren seinale

ATLETISMOKO LAU LEHIAKETA ESANGURATSU OSPATU DIRA Donostian urtarriletik martxora bitartean: Kluben Arteko SM Erregina pista estalian eta SM Erregearen Kopa, 256 kirolarirekin; Beteranoen Espainiako Lehiaketa pista estalian, 1.200 pertakarekin; Espainiako Gazteen Txapelketa pista estalian, 532 parte-hartzailearekin, eta Gizon Promesa eta 20 kilometroko Martxa Absolutuko Espainiako txapelketa, 132 atletarekin.

Hitzordu horietan, urtarrila eta martxoa artean 1.040 kirolaririk bisitatu dute gure lurraldea, balta beralekin batera etorri diren lagun ugari ere. Guztiei ostaturik emateko asmoz, eta kirol turismoak duen protagonismo gero eta nabarmenagoa alintzat hartuz, prezio lehiakorrek hitzartu zituen Gipuzkoako Atletismo Federazioak hainbat ostaturekin. Zehazki, honako hotelekin: k10 (Urnieta), Ur-danibia Park (Irun), Palacio de

Alete (Donostia), Berrí Versailles (Errenteria) eta Lintzirin (Olarzun). Gipuzkoako Ostalaritzak Gipuzkoako Atletismo Federazioarekin kolaboratu du, atletel eta hauen lagunel laguntza eskainiz.

Gero eta gehiago dira lehiaketetan parte hartzera datozen kirolari kanpotarrak, eta gehienek gau bat edo bi ematen dituzte hirian. Agerikoa da, beraz, ostalaritzarentzat eta merkataritzarentzat onura ekonomikoa dakartela horrelako ekimenez, Donostiaren eta inguruko udalerrien eragile ekonomikoko garrantzitsua bilakatzen ari baitira.

Cto de España de Veteranos
 EN PISTA CUBIERTA
 ESPAINIAR PISTA ESTALIJO
 HELDUEN TXAPELHETA

6, 7, 8 DE MARZO
 PISTA CUBIERTA SAN SEBASTIÁN
 PALACIO MUNICIPAL DE DEPORTES
 ANTONIO ELORZA

DONOSTIA
 2015HO MARTXOHAN 6,7 ETA 8
 ANTONIO ELORZA UDAL KIROL JAURGIA

joma

¿Has activado ya tu nueva cuenta de correo electrónico de la asociación?

COMO ANUNCIÁBAMOS EN EL ANTERIOR NÚMERO, este año hemos estrenado nueva página web. Para acceder a todas las ventajas del área privada, y siguiendo la Ley Orgánica de Protección de Datos, la asociación te ha generado una cuenta de correo electrónico.

Si todavía no la has activado, a continuación te explicamos las dos formas diferentes que tienes para hacerlo. Si no sabes tu contraseña, llámanos y te la facilitaremos.

¡Acércate a la Asociación y te ayudaremos a activarla en tu dispositivo móvil!

Vía buscador (Google, Explorer...)

Accediendo a Internet. Es la forma más sencilla, pero menos práctica, ya que deberás abrir Internet e introducir la dirección y tus datos cada vez que quieras consultar tu correo.

Pases a seguir:

- 1 Introducir en la barra de direcciones web: webmail.hosteleria Gipuzkoa.com
- 2 Usuario: (vuestro nuevo mail completo ej: ...@hosteleria Gipuzkoa.com)

Contraseña: (contraseña recibida con la carta de la revista)

Vía Outlook

El Outlook es la herramienta de correo electrónico del paquete Microsoft Office, incorporado en la mayoría de los ordenadores. En caso de no tenerlo instalado, existe posibilidad de descargarlo de manera rápida y gratuita en Internet. Teniendo el icono o acceso en tu escritorio del ordenador, sólo tendrás que clicar en él para consultar tu correo.

Pases a seguir:

- 1 Accederemos a la configuración de una nueva cuenta de correo electrónico a través de la pestaña "ARCHIVO".
- 2 Seleccionamos el botón "Configuración de la cuenta...".



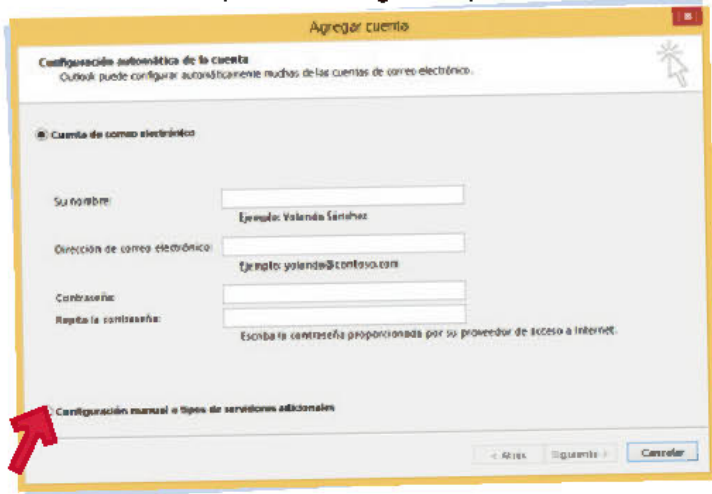
- 3 En la pestaña "Correo electrónico" seleccionamos



...

Vía Outlook

Nos aparecerá la siguiente pantalla:



4 Seleccionamos la opción "Configuración manual o tipos de servidores adicionales", **Siguiente >**

5 POP o IMAP
Conectarse a una cuenta de correo electrónico de POP o IMAP

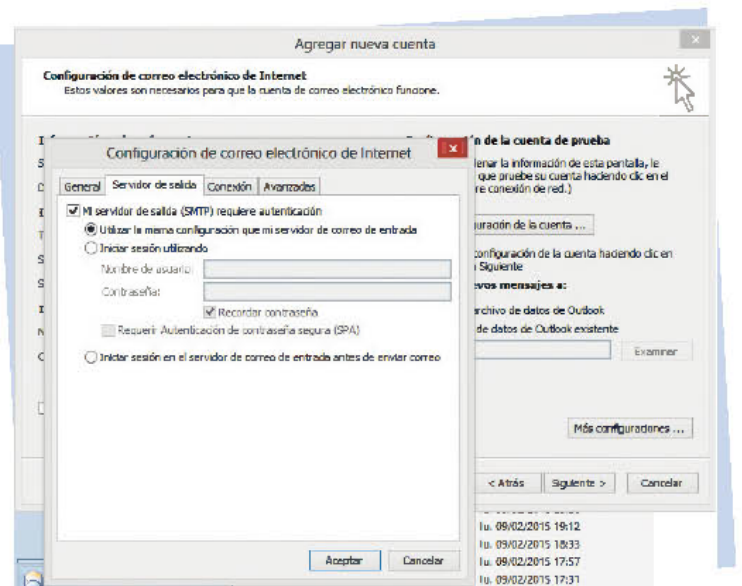


Si te quedan dudas, en el apartado de Avisos de nuestra página web encontrarás un tutorial en el que se te explica paso a paso cómo activar tu cuenta. También puedes llamar o pasarte por la asociación, y te ayudaremos a hacerlo. También puedes llamar y preguntar por Ainar Montiel (943 31 60 40) o pasarte por la asociación, y te ayudaremos a hacerlo.

7 Una vez cumplimentado clicaremos sobre el botón

Más configuraciones ...

y sobre la pestaña "Servidor de salida", marcaremos la opción "MI servidor de salida (SMTP) requiere autenticación".



8 Aceptamos y confirmamos la finalización y guardado de datos.

Campaña de renta

EL SERVICIO DE DECLARACIÓN DE RENTA para asociados ofrecido por la asociación termina el 19 de junio. Como en años anteriores, la mayoría de los datos fiscales son facilitados por Hacienda a través de Internet, por lo que apenas es necesario que aportéis documentación.

Este año 2014 hay que hacer el Impuesto de la Riqueza. Como ya sabéis, este impuesto se calcula sumando el conjunto de los bienes y derechos del contribuyente (vivienda acciones, cuentas bancarias, coches, joyas, obras de arte, etc.) y se restan los préstamos. El valor de los planes de pensiones y de previsión no se computan, es decir, no se tienen en cuenta para el cálculo. La vivienda habitual está exenta de los primeros 200.000 euros. Las segundas viviendas no tienen exención

(antes tenían 61.302 euros exentos). El mínimo exento personal se establece en 70.000 euros.

Consulta en este Departamento si tu patrimonio personal es elevado para saber si tienes obligación o no de presentar la Declaración de Riqueza. El costo de la declaración de Riqueza será de 60 euros más IVA por persona individual y de 100 euros más IVA para matrimonios.

Las declaraciones de renta de asociados que se personen en estas oficinas los días 22, 23 y 24 de junio tendrán un suplemento de 30 euros más IVA, por el trabajo extra a realizar con el fin de evitar la sanción de 100 euros o intereses de demora que le cobrará Hacienda por presentarse fuera de plazo. Las del mismo día 25 se realizarán fuera de plazo.



La tarifa individual de la Declaración de Renta para este año 2014 será de 76,30 euros IVA incluido. La Asociación mantiene la tarifa de años anteriores siguiendo el criterio adoptado de bajar las tarifas.

Los antiguos asociados que se dieron de baja en el negocio de hostelería con fecha 31-12-2013 o anterior pueden hacer la declaración de renta en Hacienda; no la

tienen que hacer en estas oficinas de la Asociación.

De igual forma, los asociados que tengáis algún otro negocio debéis pedir el anexo a la otra gestoría.

Y en todo caso, no se confeccionará la Declaración de Renta a los asociados que no lleven la contabilidad o el servicio fiscal en la Asociación de Hostelería.

Cambios legislativos en materia de empleo y Seguridad Social

EL MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL está inmerso en varios cambios legislativos que afectan a nuestro sector, y que tienen como objetivo un mayor control de los trámites que realizan los empresarios ante la Administración Pública.

Por ello, os informamos de las obligaciones más importantes de las empresas que tengan trabajadores por cuenta ajena respecto de las administraciones:

1. Las empresas tiene obli-

gación de remitir en el plazo máximo de 5 días las bajas y altas médicas de sus trabajadores. El incumplimiento de estos plazos de comunicación puede dar lugar a sanciones.

2. Obligación de realizar un Plan de Prevención de Riesgos Laborales y vigilancia en materia de Seguridad Social. Los socios tienen la posibilidad de hacerlo a través de CEI, empresa colaboradora de la asociación.

3. Tener cubierto un seguro de vida para los traba-

jadores contratados. Hostelería Gipuzkoa tiene un Seguro de Vida colectivo contratado para las empresas con la Coreduría NAHIA 21 SL.

4. Obligación de Registro diario de la Jornada de los trabajadores a Tiempo Parcial.

La empresa entregará mensualmente al trabajador junto con la nómina el registro de horas realizadas, tanto las ordinarias como las complementarias.

La empresa deberá guardar este registro de horas

firmadas por el trabajador durante un periodo mínimo de 4 años.

De no efectuarse dicho registro de Jornada y/o de no comunicar al trabajador, existirá la presunción de que el contrato se entiende celebrado a tiempo completo, por ello supone una infracción administrativa sancionable.

5. La Ley de Seguridad Social establece que las altas de los trabajadores tienen que ser previas a la contratación.

En marcha la II Semana del txakoli, la anchoa y el bonito de Gipuzkoa

DESDE EL PRÓXIMO 6 HASTA EL 14 DE JUNIO se celebrará la II Semana del txakoli, la anchoa y el bonito de Gipuzkoa. Un total de 33 establecimientos de comarcas del territorio ofrecerán durante una semana estos productos con el fin de fomentar su consumo y poner en valor la materia prima autóctona.

Hostelería Gipuzkoa aconseja a los participantes colocar un pequeño expositor en una zona visible desde la calle o en el entorno de la barra compuesto por algunas botellas de txakoli, unas latas de anchoa, otras de bonito y uno de los carteles anunciadores.

Andoni Amonarralz, responsable del proyecto Kallitatea, en el que se enmarca esta iniciativa, asegura que "así se hizo en la semana de la sidra y las piparras o en la del vino de Rioja Alavesa y queso de pastor Idiazabal, y nos trasladaron que fue un elemento que les hizo vender más".

Asimismo, la acción estará apoyada con publicidad en medios de comunicación y redes sociales, a fin de dar a conocer los locales que participan en esta semana del txakoli, la anchoa y el bonito. A esta actividad le seguirán otras a lo largo del año en torno a nuestros productos

autóctonos, con el objetivo de diferenciar la oferta de nuestros establecimientos y apoyar el consumo en el sector.

Esta iniciativa es la tercera que se realiza dentro del proyecto Kallitatea para la promoción del producto autóctono en la hostelería. Todas ellas han sido fruto de la colaboración entre Hostelería Gipuzkoa y Gobierno Vasco, en colaboración con el apoyo de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

Más de 30 establecimientos gipuzcoanos se suman a esta iniciativa para impulsar el producto autóctono.



15% DESCUENTO
PARA LOS TRATAMIENTOS DE
DESINSECTACIÓN Y DESRATIZACIÓN

ENTREGA GRATUITA
A TODOS LOS ASOCIADOS
DE DOSSIER INFORMATIVO PARA
LA PREVENCIÓN Y EL CONTROL.

TOLERANCIA CERO
CONTRA LAS PLAGAS

 **Adamar**
CONTROL DE PLAGAS

DONOSTIA: Pº Ubarburu, 53 · Local 5 A,
Polígono Industrial 27. 20014 Donostia.
Tel./fax: 943 445 851

Turistei irribarrez ongietorria egiteko kanpaina



180 kartel kokatu ditoga Donostian turistak ongietorri etsategina egiteko.

GIPUZKOAKO OSTALARITZA ELKARTEAK TURISMOARI ONGIETORRI atsegina egiteko kanpaina burutu du. Donostiako kaleetan kartelak ezarri genituen otsallean, hiritarren

arteon giro alala bultzatzeko eta bisitariei harrera irribarretsua egitea sustatzeko asmoarekin.

Guztira, 180 kartel kokatu genituen, erabiltako oloaren

bilketarako Ekograsen 90 edukiontzietan. Horrela, kartelak kalean ikusgai egon dira hiru hilabetez, turismoa bete-betean dagoen datekin bat eginez: San Jose zuzia, Aste Santua eta malatzeko zuzian, hain zuzen.

National Geographic-ek aurten argitaratutako Ikerlan batek munduko hamar hirialalenen artean Ipiri du Donostia. Beraz, bizipoz hori nabarmetzeko apustua egin du Gipuzkoako Ostalaritzak, turismoari balio erantsia transmititu ahal izateko. Kanpaina bukatu den arren, hirialalagoa sortzeko helburuarekin bat egin dezazuen animatu nahi zaituztegu elkartetik. Izan ere, ez dugu ahaztu behar turismoa dela Donostiaren eragile ekonomiko nagusietariko.

Krisialdian ere, bisitari kopurua senda mantendu da.

Donostia goralpatzen duten gero eta pertsona, komunikabide eta eragile gehiago daude. Hilabete honetan bertan Estatu Batuetako Saveur aldizkari gastronomikoak Donostia izendatu du helmuga turistiko gastronomiko onena, New Yorkekin batera. Halaber, 2014 urtean galditu genuen errekorra ere hor dago: 523.118 bisita izan genituen; horietariko 51,4%, atzerriarrak.

Hein handi batean, hirial turistentzat atsegingarria izatea donostiarron esku dago, eta ez proiektu turistiko eta kultural puntualen esku. Gure ardura da giro alala sortzea, bisitarien egonaldia ahaztezi-za izan dadin.

Reserva la fecha; 15 de junio, fiesta anual de la asociación

EL PRÓXIMO LUNES 15 DE JUNIO es la fecha elegida por la Junta Directiva para desarrollar la fiesta anual de la asociación de este año 2015. Aunque el espacio definitivo donde se realizará la misma no está aún decidido, la cita festiva anual del sector hostelero gipuzcoano volverá a la capital donostiarra después de que en 2014 se desarrollase en las instalaciones del golf de Hondarribia.

El traslado al lunes del evento responde a la sugerencia hecha por diferentes

asociados, en el sentido de hacer coincidir dicha cita festiva con el día de la semana en el que un mayor número de establecimientos cierran por descanso semanal.

Una comisión constituida al efecto dentro de la propia Junta Directiva trabaja para montar una fiesta anual diferente, con un nuevo formato, pero que mantenga, eso sí, el espíritu de encuentro, fraternidad y alegría que la ha caracterizado siempre. Como todos los años, los asistentes vivirán el momento más



emotivo de la Jornada con el homenaje que se realizará a los asociados a Hostelería Gipuzkoa que alcanzan la edad de jubilación en el presente ejercicio.

Una de las novedades en la fiesta será la imposición del Pin de Oro de la asociación a una personalidad de la so-

ciudad civil gipuzcoana que se haya caracterizado por su apoyo al sector hostelero a lo largo de su trayectoria vital.

Desde estas líneas queremos animaros a participar y encontraros así con compañeros de profesión en un ambiente de camaradería y diversión.



La calle 31 de Agosto, reconocida como una de las mejores de Europa por el New York Times.

Reconocimientos turísticos para Gipuzkoa

LA APUESTA TURÍSTICA DONOSTIARRA NO DEJA DE RECIBIR RECONOCIMIENTOS. En los últimos meses se han cosechado varios premios y menciones de enorme valor, que avalan el trabajo de sectores como la hostelería, que se afanan a diario por consolidar la capital gipuzcoana como un destino de calidad y prestigio a nivel internacional.

Especialmente significativo ha sido la calificación otorgada por el New York Times, que ha considerado que la calle 31 de Agosto de Donostia es una de las mejores vías de Europa en cuanto a belleza, gastronomía y calidad de vida. El impacto cosechado gracias a esta distinción ha sido inmediato, ya que el nombre de la ciudad ha salido en un gran número de medios de comunicación estatales e internacionales asociado a un criterio de excelencia mundial. Reportajes, entrevistas, videos... se han sucedido desde que se conoció el galardón el pasado 22 de abril. De esta forma, Donostia se ha encontrado junto a otras 11 ciudades, como Madrid, París, Londres, Berna, Milán, Lisboa,

Oslo, Viena o Praga, en una lista en la que no se especifican puestos concretos.

De igual forma, la ciudad ha logrado el premio "Culinary Travel Awards", en la categoría "Reader's Choice: Best Restaurants & Dining" (Ciudades pequeñas de menos de 800.000 habitantes). Y también ha sido reconocida como una de las ciudades más románticas del mundo por la revista de viajes Condé Nast Traveler, que le ha premiado en los Readers' Choice Awards 2014.

Buena muestra del prestigio de la ciudad son las

demandas de revistas especializadas de todo el mundo para realizar reportajes que informen a sus lectores de los atractivos de San Sebastián. En los últimos meses se han realizado este tipo de artículos para publicaciones de Brasil, Francia, Gran Bretaña y Holanda.

Con todo, los premios alcanzados en los últimos meses no son más que la continuación del trabajo que viene realizándose durante años. Así, en 2013 la ciudad fue nombrada como la quinta mejor ciudad turística del mundo por Condé Nast Traveler, por

delante de Roma, Vancouver, Estambul, Venecia o Barcelona. Y es habitual que la ciudad se mantenga en los Top Ten y Golden List relacionados con turismo de calidad, playas, surf, destinos románticos y ciudades costeras.

En esta búsqueda de la excelencia, la gastronomía y la hostelería han jugado un papel fundamental para lograr consolidar la ciudad como un destino reconocido a nivel mundial, ya que además de tener dos restaurantes entre los 10 mejores del mundo, atesora 16 estrellas Michelin, con la mayor concentración por metro cuadrado del planeta.

Este tipo de reconocimientos contribuyen de forma muy importante a incrementar la actividad fuera de los meses tradicionalmente más turísticos, como lo son julio y agosto. Este es uno de los objetivos de San Sebastián Turismo & Convention Bureau, que prepara productos turísticos fuera de temporada alta, como las Escapadas Invierno 2015, que se ha cerrado de manera muy satisfactoria tras un notable incremento en los meses históricamente más bajos.



autore eta argitaratzaileen elkarte nagusia
sociedad general de autores y editores

SGAEk SORKUNTZA BABESTU ETA ERAGITEN DU

Tolosaldeako ostatuen lehiakortasuna hobetzeko azterlana egiten ari da Gipuzkoako Ostalaritza Elkarte

Tolosaldean 17 Herri Ostatu daude, eta sortu zirenetik udalerrietako jarduera sozialaren ardatz izan dira.

TOLOSALDEAKO OSTATUEN INGURUKO AZTERLANA burutzen ari da Gipuzkoako Ostalaritza Elkarte, Tolomendi landa garapen elkartearen eta Gipuzkoako Foru Aldundiko Turismo zuzendaritzaren enkarguz. Proiektu horrekin alpatutako establezimenduen lehiakortasuna eta kudeaketa hobetzeko plana landu nahi dute.

Tolosaldean 17 Herri Ostatu daude, eta sortu zirenetik udalerrietako jarduera sozialaren ardatz izan dira. Herriko gizarte-ekintzen erdigune eta eragile izaera hori mantentzeko helburua du, batetik, landuko dugun plan horrek, eta baita lokal horien eskalntza zabaldu eta hobetzea ere.

Turismo gastronomikoaren joera berriak eta Gipuzkoak arlo honetan duen

posizio nabarmenduak bat egiten dute gure Ostaturen berezitasunarekin. Horrela, eskalntza indartzeko aukera eta gaitasun handiak dituzte. Establezimendu bereziak dira, batetik, euren kokapenarengatik. Galnera, gure lehengai onenen ekolozpen eremuetatik gertu daude, eta sukaldaritza tradizionala mantentzen dute. Elementu horiek gero eta gehiago baloratzen dituzte bisitariek, gure kultura gastronomiaren sustraiak ezagutzera datozenek, hain zuzen.

Ostatuen egungo egoeraren analisiaren lehen fasea egina dago jada, eta hurrengo pausoak eragile sozialekin elkarlanean gauzatuko ditugu; batik bat, Tolosaldea Garatzen eskualde garapen agentziarekin batera.



Albiztur.



Bidegoien.



Bolamitza.



Lanburu.

Casino Kursaal y Hostelería Gipuzkoa reeditan su colaboración del pasado año



HOSTELERÍA GIPUZKOA Y CASINO KURSAAL HAN ACORDADO REEDITAR su exitosa colaboración del pasado verano, que permitió poner en marcha el proyecto "En la mesa y en el juego se conoce al caballero". En vista de los satisfactorios resultados para ambas partes, durante 2015 también se llevará a cabo esta iniciativa.

Como entonces, este año de nuevo volverán a entregarse gratuitamente a los clientes de los establecimientos hosteleros que se sumen a la iniciativa 500 invitaciones dobles de acceso gratuito al Casino Kursaal, además de 50 invitaciones de acceso con una consumición gratuita y 500 toallitas lavamanos con



el anagrama de Hostelería Gipuzkoa y del casino donostiarra.

El objetivo perseguido con esta acción es contar con un elemento de marketing con el que obsequiar a la clientela de los restaurantes y al mismo tiempo proporcionarles alternativas de ocio para alargar su velada.

En esta ocasión, está abierta la posibilidad de participar, por lo que los Inter-

sados pueden ponerse en contacto a través de la dirección de correo comunicacion@hosteleria.gipuzkoa.com para informarse en detalle, sin ningún compromiso.

El pasado año, los más de 30 bares y restaurantes que se sumaron al lanzamiento de la iniciativa confirmaron que la propuesta resultó un acierto. De hecho, un alto porcentaje de los clientes que recibieron el obsequio optaron por visitar el casino.

El resultado fue tan satisfactorio que buena parte de los hosteleros participantes han propuesto mantener la alianza durante todo el año. Pero por el momento, se ha optado por repetir la experiencia del pasado año y circunscribir el acuerdo a los meses de verano.



CENTRAL DE RESERVAS DE RESTAURANTES DE GIPUZKOA
www.eatgipuzkoa.com

Promociona y consigue más reservas
TE LO PONEMOS FÁCIL

PARTICIPA 943 40 41 10

CENTRAL DE RESERVAS DE RESTAURANTES DE GIPUZKOA

- LABRIT BAR YA ESTAMOS JUNTOS**
- RESTAURANTE MARIÑELA
 - RESTAURANTE IGELDO
 - ZIABOGA RESTAURANTE
 - IPARRAGIRRE
 - KAIALDE LEZO
 - LA RAVIOLINA
 - UBARRECHENA
 - BAILARA
 - CASA JULIAN
 - TARTUFO JATETXEA
 - JOSEBA JATETXEA
 - XARMA JATETXEA
 - YALDE JATETXEA
 - ALDASORO TABERNA
 - RESTAURANTE ABARKA
 - RESTAURANTE VERSALLES
 - RESTAURANTE IRIARTE
 - SIDRERÍA TXIMISTA
 - RESTAURANTE ILLARRA
 - RESTAURANTE KATA4
 - SIDRERÍA ZABALA
 - ARIZIA SAGARDOTEGIA
 - XANTI RESTAURANTE
 - EL JARDIN
 - ASADOR EGOKI
 - REZOLA SAGARDOTEGIA
 - RESTAURANTE LAZKAO
 - AITEN ETXE JATETXEA
 - BOKADO
 - ABAKANDO
 - EMEBE GARROTE
 - LASA
 - OLARRONDO
 - KIRURI
 - AGINAGA
 - SALEGI
 - MARINA BERRI
 - CASA NICOLÁS
 - TXOKOLO
 - LA BOULE
 - ABURUZA SAGARDOTEGIA
 - GOIEGI
 - RESTAURANTE MATTEO
 - HIDALGO 56
 - ASADOR LAGUNAK
 - LARRAÑAGA RESTAURANTE
 - RESTAURANTE ETXE-AUNDI
 - SIDRERÍA ARAETA
 - ASADOR AZITAIN
 - RESTAURANTE IGELA
 - SUKALDE KULTURA
 - PATXIKU ENEA

DONOSTIA, FOCO DEL TURISMO GASTRONÓMICO MUNDIAL

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en colaboración con Basquetour, la Diputación Foral de Gipuzkoa, el Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián y el Basque Culinary Center han organizado el I Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT. El evento, celebrado los días 27 al 29 de abril de 2015 en San Sebastián, ha avalado el turismo gastronómico como dinamizador de la economía local.

En el evento han tomado parte expertos internacionales como el director ejecutivo de la World Food Travel Association, Jorge Vallejo; Mitsuharu Tsumura, exponente de la revolución culinaria

peruana del restaurante Maldo de Lima; el chef Pedro Subijana o el secretario general del OMT Taleb Rifal, entre otros.

Entre las conclusiones del I Foro Mundial, cabe citar la consideración del turismo gastronómico como dinamizador de la economía local y también como un fenómeno transversal e integrador de múltiples realidades. De hecho, en función de la persona y de la circunstancia del viaje, la expectativa gastronómica es diferente, por lo que no existe un único modelo de turista gastronómico. De igual forma, los expertos analizaron el compromiso con la sostenibilidad y el reto de la promoción a nivel global de experiencias locales.

Arantza Madariaga, Basquetour-Turismoaren Euskal Agentziako zuzendaria

“Gure eskaintza gastronomiatik haratago zabaldu behar dugu”

Gastronomiak turismoa erakartzeko duen ahalmenaz hartzen al dira erakundeak eta gizartea?

Gero eta gehiago. Euskadin ondo jaten dela ezaguna da betidanik; turismoa etorri baino lehenagotik ere. Gipuzkoan, adibidez, aspalditik dabilta turismo arloan lanean. Lortu behar dugu hona etortzeko arrazoi bakarra gastronomia ez izatea; beste gauza batzuekin lotu behar dugu gure eskaintza.

Zer egin beharke lukete instituzioek eta Gipuzkoako ostalaritzak sektorea bera mundu mailako erreferentzia gisa finkatzeko?

Elkarlana, eragile guztien artean; erakundeak publiko eta pribatuak nahiz elkarteak. Gauza ez da bakarrik gastronomia ona edukitzea, eskaintza ona izatea balizki; hau da, tabernak edukitzea ez da nahikoa, erakuslelhoa behar dugu. Turismoaren paketeen beste jarduerak ere sartu behar dira, ez bakarrik gastronomia.

Erakundeok hau guztia promozionatzeko daude. Denontzat lana dago. Elkarlana egin behar da, bakoltzak bere lana ondo egin eta gero dena elkartu. Lotuta egon behar gara guztio.

Gaur egun nolako da turismo gastronomikoa?

Aide batetik, gastronomiak erakarrita etortzen diren etatik, batzuk Michelin izarren segika datoz. Horien gastu ahalmena altua da, baina gutxienez dira. Gehienak berriz, Euskadira etortzen dira badakitelako hemen ondo jango dutela eta kultura gastronomikoa dagoela. Poltsiko guztietarako dago aukera. Mota desberdinetako moduez gozatzeko aukera dago eta horrek aberastasun handia ematen digu. Erraza da gure gastronomiaz gozatea (pintxoak, sagardotegiak, jatetxeak, Michelin izarrak).

Gastronomiak erakarrita Gipuzkoara etortzen diren turisten profila zelan da? Bisitarien aurreikuspenak betetzen al dira?



Aurreikuspenak betetzen dira eta beti nota altuarekin, bikaintasunez. Baina ez gara lasaltu behar. Turistak oso kontentu joaten dira hemen, batik bat gastronomia atsegin dutelako; baina horrek ez du esan nahi dena egina dagoenik. Gipuzkoan, bisitariak Donostia aukeratzen dute Kon-

txa ikusi eta pintxoak jateko. Hala ere, gure eskaintza hori baino zabalagoa da, eta are gehiago hedatu behar dugu. Deslokalizatu egin behar dugu jendea, ez daitzen bakarrik Donostia etorri. Gipuzkoan zehar produktu turistiko nabarmenak lortu behar ditugu, eta turistak erakarri.

Iker Ruiz de Egiño, Gipuzkoa Turismoko zuzendaria

“Gure sukaldariei esker, Gipuzkoa mapa turistikoan kokatu dugu”

Zelintzuk dira Gipuzkoako Foru Aldundiak turismo gastronomikorearen inguruan dituen helburuak?

Turismo Gastronomikoa Gipuzkoan oso garrantzitsua da; hain zuzen, gastronomia gure ballabide turistiko garrantzi-tsuenarikoa da. Honenbestez, Foru Aldunditik bultzada handia eman nahi diegu, Gipuzkoa helmuga turistiko gastronomiko bat izan dadin.

Gipuzkoako ostalaritzak eta eskaintza gastronomikoak zein neurritan bultzatzen dute turismoa?

Gipuzkoa modan dago, eta ezin da zalantzan jarri gure ostalaritza izan dela fenomeno honen sustatzale nagusietako bat. Kalitatezko gastronomia eskaintzen dute ostalariek eta turistentzat esperientzia berezia da. Hain zuzen, pintxoak, bertako produktuak, sagardoa, txakolina, elkarte gastronomikoak... Denek osatzen dute gure gastronomia, eta turismoari bultzada handia ematen diote. Donostia ongi kokatuta dago helmuga gastronomiko bezala; pintxoak ezagunak dira eta kalitate handiko jatetxeak ditugu. Beraz, hemen turismo gastronomikoa dagoela esatea ez da gauza berria. Galnera, geroz eta herri eta eskualde gehiago dira gastronomiarekin lotutako ekitaldiak sortzen dituztenak, eta arrakasta izaten ari dira. Denok ari gara lanean gastro-



nomia gure turismoaren zutabe garrantzitsua bilakatzeko, eta ostalariek ezinbestekoak dira kalitatezko zerbitzua eskaintzeko. Gure sukaldariak, Michelin izarrak dituztenetik hasi eta pintxoak egiten dituztenetaraino, zoriontasun saltzalleak dira. Beralei esker Gipuzkoa mapa turistikoan kokatu dugu.

Izan ere, turistek norakoan egiten dutena zer da? Lo, jan eta lekua ezagutu. Beraz, jatea esperientzia bat izatea lortu behar dugu. Hemendik asebeteta joaten diren turistek marketin lan handia egiten dute guri buruz ondo hitz egiten, eta ezin dugu aukera hori galdu.

Zelintzuk dira erakundeon aldetik hobetu behar diren puntuak sektorearen

erakargarritasun turistikoak bultzatzeko?

Etengabeko hobekuntzaren bila ibili behar da, bai heziketa aldetik bai produktu eta zerbitzuen hobekuntza aldetik ere.

Bertako produktuen erabilera sustatu behar da eta produktu hauek turistengana iristea lortu; hau da, produktuak erabili eta turistel azalpena egitea. Interesgarria izaten da turistentzat produktuen nondik norakoa jakitea, esperientzia berezia bilakatzeko da beralentzat, eta etxera eramateko oroigarria bihurtu daiteke.

Gipuzkoako ostalaritzak zer eduki behar du kontuan turismoarentzat erreferentziakzko gailu bilakatzeko? Zer hobetu behar da?

Gipuzkoa erreferentziakzko norako bat izatea lortu nahi dugu eta, horretarako, ezinbestekoa da guztioz kontuan izatea sektore honen garrantzia. Ostalariek beraien produktu eta instalazioen kalitatea zaindu behar dute eta turistentzat egokitu (hizkuntzak adibidez). Eguzkia ezin dugu bermatu, baina harrera, profesionaltasuna eta kalitatezko zerbitzua bermatu behar diegu.

Beraien jatetxeetan jatea esperientzia bat bilakatu behar dute, gauza berriak eskainiz eta turista bakoitzari dagokion tratua emanez. Hau da, turistek Gipuzkoako gastronomia ezagutu dezaten lortu behar dugu, eta jatetxeek gaitasun handia dute gure errealtatera gerturatzeko; jakiek historia bat kontatzea lor genezake.

Manu Narvaez, Director gerente de San Sebastián Turismo

“El éxito inmediato del que estamos disfrutando no sirve, tenemos que trabajar a medio y largo plazo”

¿Cuáles son los principales retos de San Sebastián como referente del turismo gastronómico mundial?

Por un lado, el no caer en la banalización de la oferta, no dejarnos llevar por el éxito inmediato y por el modelo que hasta ahora ha funcionado, y hacer algo que no tenga creatividad.

Debemos completar el portafolio de productos turísticos, aunando las ofertas del sector primario, la transformación de las que hay y otras propuestas que todavía no están en marcha porque deben ser estudiadas.

Del mismo modo, debemos mantener la autenticidad. El valor que tenemos ahora en los bares, por ejemplo, es que el visitante se encuentra con gente local. El que viene de fuera aprecia estar con el autóctono.

Y también tenemos que mantener el espíritu que nos ha hecho llegar hasta aquí y ha hecho que estemos en la vanguardia.

¿Qué expectativas trae el visitante de San Sebastián en materia gastronómica y hostelera?

Los últimos años y como consecuencia del trabajo de diferentes ámbitos, Donostia se ha posicionado en mercados extranjeros como un lugar especial de gastronomía. Por lo tanto, el turista que viene a



Donostia espera un espacio en el que la presencia de la gastronomía sea evidente, con más calidad y propuestas más innovadoras que en otros sitios. Y además, que el servicio esté a la altura del resto de la actuación. Tiene que ser un todo.

¿En qué ha cambiado el turismo en materia gastronómica? ¿Cuáles son las tendencias actuales?

Sobre todo ha cambiado en el origen del turista. Si en 2010 el 62% eran españoles y el 32% eran extranjeros, en el

En 2010, el 62% de los turistas eran españoles y el 32% extranjeros; en 2014, los foráneos ascienden al 52%, y los estatales se sitúan en el 48%

2014, el 52% han sido extranjeros y el 48% españoles.

Esto significa dos cosas. Primera; así como el español tiene más conocimiento y le es más fácil acceder a la oferta (por idioma, cercanía y

cultura), el extranjero es más ajeno a todo (idioma, cultura y lejanía). Esto hace que su accesibilidad a la oferta sea más difícil, pero eso a su vez tiene para nosotros una ventaja y una desventaja: la ventaja, que abre nuevas posibilidades; por ejemplo, empresas que hagan accesible estas ofertas (empresas que organicen rutas,...) y la desventaja es el idioma, y por eso, las cartas de bares y restaurantes ya están en otros idiomas, cosa que hace unos años no pasaba.

Y en segundo lugar, en la medida en que somos un destino con posicionamiento en gastronomía, el turista que viene quiere encontrarse con un nivel muy alto, por lo que el nivel de exigencia es mayor.

¿Qué claves debiera tener en cuenta el hostelero guipuzcoano para afrontar este reto?

No nos podemos dejar llevar por los cantos de sirena. El éxito inmediato del que estamos disfrutando no sirve, tenemos que trabajar a medio y largo plazo. Hace 40 años, unos cocineros decidieron que había que hacer algo más y gracias a ellos estamos disfrutando de esto, por eso estamos aquí. No podemos pensar que estamos bien así y que esto va a durar toda la vida, sino que hay que trabajar a medio y largo plazo.

La formación, clave para un sector cada vez más profesionalizado



Imagen de uno de los cursos impartidos por CEI Formación y Hostelería Gipuzkoa.

NUEVA OFERTA FORMATIVA

El trabajo combinado de CEI Formación y Hostelería Gipuzkoa ha permitido aumentar la oferta formativa a través de los fondos que administra la Fundación Tripartita. Estas ayudas, destinadas al plan de formación de mejora continua del sector hostelero de Gipuzkoa, han facilitado la puesta en marcha de cuatro cursos formativos: 'Gestión de procesos en servicios en restauración', 'Sumillería', 'Servicios de bar cafetería' y 'Operaciones básicas de cocina'.

Hostelería Gipuzkoa también ofrece un curso de Sumillería donde se aprende a catar vinos u otras bebidas y productos selectos propios de este campo, además de conocer otros aspectos relacionados con el sector. Así lo asegura uno de sus alumnos, Rodolfo Cuesta de 46 años y oriundo de Donostia: "Este curso trabaja diferentes aspectos, el de sumillería u otros como el de comercial o Jefe de comedor; un abanico tan amplio siempre ofrece más oportunidades".



Rodolfo Cuesta

¿Qué te llevó a decantarte por este curso en concreto?

Yo trabajo en hostelería y con este curso pretendo ampliar mis conocimientos y buscar nuevos horizontes. El mundo laboral es complicado ahora mismo; yo trabajé primero en este sector y luego estuve en la construcción; sin embargo, debido a la crisis he tenido que volver a mis orígenes, y ahora llevo cuatro años en hostelería.

“Es necesario que el empresario comprenda el valor de estos cursos e incentive al trabajador para que los realice”

Este curso trabaja diferentes campos, el de sumillería y otros tales como el de comercial o jefe de comedor. Un abanico tan amplio siempre ofrece más oportunidades.

¿Es la salida laboral una de las razones? ¿Y qué salidas tiene?

Es la razón principal pero no la única. Este es un mundo muy interesante y más ahora que estoy descubriendo otros aspectos como el mundo del vino, porque no sólo es coger una botella y servir, es conocer sus orígenes o la historia de la propia bebida. Estoy aprendiendo a darle importancia a los pequeños detalles.

¿Qué valoración haces del curso? ¿Es cómo esperabas? ¿Qué destacarías?

Llevamos alrededor de un mes y me parece muy interesante. La teoría es pesada a veces, pero es realmente constructivo, y lo que más me ha gustado es lo que no me esperaba.

¿Crees que la formación continua es también importante en el sector de la hostelería?

La formación continua es importante, aunque también lo es que el empresario lo entienda de esta forma. Estos cursos no son cursillos de 20 horas que el empresario está obligado a realizar, aquí la gente asiste porque quiere; son seis meses,

cinco horas al día, y es exigente porque, en muchos casos, se compagina con el trabajo. Es necesario que el empresario comprenda el valor de estos cursos, ya que el sector es cada vez más profesional.

¿Recomendarías estos cursos? ¿Por qué?

Se lo recomendaría, en primer lugar, a los empresarios para que tomen conciencia de la importancia que tiene incentivar al trabajador para que realice la formación adecuada. También animo a la gente joven a que investiguen en este sentido porque la formación va a ser una ayuda vital en el futuro.

El tercer curso está relacionado con los servicios de bar cafetería, como son las profesiones de barman, camarero, dependiente, encargado o jefe de barra. El donostiarra Oscar de la Torre, de 23 años, nos cuenta su experiencia y valoración de un curso que inició hace poco menos de dos meses.

“Donostia cuenta con muchos bares, el sector tiene tirón. Siempre hay movimiento”



Oscar Arriaga de la Torre

¿Qué te llevó a decantarte por este curso en concreto? Aunque yo estudié Informática, tengo familiares que han trabajado en hostelería. Trabajar detrás de una barra es algo que siempre me ha llamado la atención. Hace un tiempo un amigo me comentó que había un curso interesante sobre este tema y me apunté.

¿Es la salida laboral una de las razones? ¿Y qué salidas tiene?

Sí, principalmente. El sector de la Informática hace aguas; en hostelería, en cambio, hay más oportunidades, al menos en Donostia. En esta ciudad contamos con muchos bares y tienen tirón. Siempre hay movimiento.

¿Crees que los jóvenes estáis más preparados que los veteranos a nivel de formación?

Se dan casos. Tenemos a un compañero que lleva más de 20 años en hostelería, y hace poco le llegó una oferta de trabajo al que sólo podían acceder menores de 45. El hombre tiene 51, y lo tiene muy difícil porque experiencia tiene pero le falta algo que lo acredite.

¿Qué valoración haces del curso? ¿Es como esperabas? ¿Qué destacarías?

Es bastante completo. Quizá lo que más me cuesta es el módulo relacionado con el vino, ya que es una bebida que no me gusta mucho. Sin embargo, en idiomas voy bien; el Inglés es lo más fácil, junto con el servicio de bebidas. Una vez finalizado el curso haremos prácticas y la salida que ofrece es amplia porque nos están enseñando de todo: hacer cafés, sándwiches, ser-

vir bebidas, coctelería, etc. En cuanto a si me lo esperaba así, creo que sí. Son seis meses de formación, no de 15 días como la mayoría. Es un curso potente y con contenido.

¿Crees que la formación continua es también importante en el sector de la hostelería?

Antes no tenían problemas para entrar a trabajar en un bar. Ahora te piden títulos, experiencia, idiomas... Mis padres empezaron sin experiencia ninguna. Por eso la formación continua es importante, porque ahora también demandan formación acreditada.

¿Recomendarías estos cursos? ¿Por qué?

Sí, de hecho ya se lo he comentado a algunos amigos. Por otro lado, los empresarios también deberían saber de estos cursos,



Villa Yemáta acoge varios cursos organizados por CUI Formación y Hostelería Gipuzkoa.



donostiasustapena
fomentosansebastián

DESARROLLO ECONÓMICO DE SAN SEBASTIÁN
DONOSTIARAKO EKONOMIA FOMENTUA
SAN SEBASTIÁN ECONOMIC DEVELOPMENT

Jabetze-zerbitzuetako prozesuak kudeatzeko profesionaltasun-zientzagarria lortu nahian dabilza Bilabonako Idoia Murillo eta Alazne Marin saiojandarra. Bi gazteek hiletan aritu gara ikastaroaren lehen eta "aspaldi landu ez dituzun irakasgaiak erreparatzeko oso baliozkoak dela" aitortu digute. Prestakuntzak sei hilabeteko iraupena du, 600 ordu gutxi, eta praktikak egiteko aukera ere badute. Biek ala biek gustura daudela azaldu digute, eta etorkizunari aurre egiteko gogotsu.

Idoia Murillo



Zergatik aukeratu zenuen ikastaro hau?

Bolada bat daramat lan-garrian, eta horrexegatik Lanbidek eskaintzen dituen ikastaroak begiratzen hasi nintzen hau topatu nuen arte. Hamahiru urte baino gehiago pasa ditut ostalaritzan lanean; alde praktikoa, beraz, badut. Orain alde teorikoa barnerratzeko aukera ona dudala uste dut. Gainera, ikastaro zabal da; hizkuntzak, edarien inguruko ezagutzak, zerbitzuari

“Alde teorikoa bereganatzeko aukera ona da”

eta abarrel buruz ikasteko aukera eskaintzen du. Egiten dakizuna nolabait bermatzeko posibilitatea ematen du. Kontuan izan la 600 ordu direla; Lanbide-heziketa bat bezala da, eta alderdi asko jarratzen ditu.

Gerora zer lan-aukera lor ditzakezu?

Gaur egun, ez da nahikoa curriculumak bidaltzearekin; zehar lekutan lan egin duzun aldatzeak garrantzia du, baina baita sektorearen inguruko ikasketak izatea ere. Esperientzia bai, baina formazioa ere bai; hor dago koska.

Garai batean egiten ikasten

zen, eta nola egiten zen ere esaten zizuten: “hau horrela da, eta horrela da”. Baina orain, badakizu zer eta zergatik egiten diren gauzak horrela.

Zer iruditzen zaizu ikastaroa?

Gustura gaude, eta gainera, esperientzia dugunok galak ezagutu eta, nolabait, kontrolatzeko erraztasun handiagoa dugu.

Etengabeko prestakuntza, ostalaritzan ere, garrantzitsua dela esango zenuke?

Lehen, ikasketak bukatzean edo uztean tabernetan lan egi-

ten hasten ginen. Gaur egun, lan baten bila joaten zarenean askotan esperientzia eskatu bai baina galdere asko egiterik ez dute nahi. Arian galdere gehiegi egiteagatik atzera botatzen dute zure lan-eskaera. Hori ez gertatzeko, formazioa duzula erakustea lagungarria izan daiteke. Gainera, titulazioak European ere balio du.

Ikastaro hauek gomendatuko zenituzke?

Ezagutzak eguneratzeko ondo dator, gehigarri bat da. Aspaldi landu ez dituzun irakasgaiak erreparatzeko baliozkoak da oso.

Alazne Marin



Zergatik aukeratu zenuen ikastaro hau?

Kasualitatez. Lagun bat ekarri nuen zentzora bere ikasketak hobetu zitzaizkion eta, Lanbide-heziketa moduko bat zela ikusi nuenean, animatu eta izena eman nuen. Nik dagoeneko hamabost urte inguru daramatzat ostalaritzan lanean; Donostian, Errenterian eta Irunen. Bizi dugun egoera ikusita, Lanbide Heziketa bat egitea lagungarri egingo zitzaidala ikusi nuen, orain arte egindako lan guztia formalizatzeke eta gauza berriak ikasteko. Beraz, asmoa

“Egungo gazteek zorte handia dute; guk urte askotan ikasitakoa hemen sei hilabetetan irakasten diete”

curriculumak osatzea da; ostalaritzan arlo asko dago eta zer egiteko gai zaren zehaztu eta CVa txikuntzea da helburua.

Lan-aukera berriak eskaintze ditzakezue uste duzue?

Lan-munduan gauzak ez dira asko aldatuko, baina prestakuntza baduzula erakutsi badezakezu, horrek ateak ireki ditzake. Guk urte asko daramatzagu lanean, baina atzetik datozen gazteak iritsi eta sei hilabetetan guk 15 urtetan ikasi duguna ikasten dute. Orain sektorea profesionalizatuz doa; beraz, ezin dugu lo hartu. Nire kasuan, leku askotatik pasa behar izan dut ikasi dudana ikasteko eta ikusi

dudana ikusteko. Egun, dena formalizatu dute eta gauzak zehaztasunez egiten dira. Gero eta gehiagotan eskatzen dituzte tituluak eta prestakuntza, eta ezin gara atzean geratu. Ikastaro hau, esaterako, homologatua dago, eta hori izan zen izena ematera animatu ninduen gauzetako bat.

Nolako esperientzia izaten ari zare ikastaroan?

Bi hilabete besterik ez daramagu, baina arlo batzuetan guri ez zaigula hainbeste kostatzen ikusten dugu, badugulako esperientzia. Beste batzuek, berriz, ez dute eskarmentu hori eta, etorkizunera begira, dagoen lehiakortasunari

aurre egiteko CVa hobetzea dute xede.

Etengabeko prestakuntzaren abantailak zentzuzko dira, zure ustez?

Lehen, langile esperientziaduna biatzen zuten. Gaur egun, aldiz, ez da horrela, lana asko jaitsi delako eta baita lan-erritimoa ere. Horregatik, etengabeko prestakuntzak ateak zabal ditzake.

Ikastaro hauek gomendatuko al zenituzke?

Bai. Gaur egungo gazteek zorte handia dute, guk urte askotan ikasitakoa hemen sei hilabetetan erakusten biltzate. Abantaila handia da atzetik datozenentzat.

El reglamento de alérgenos, en detalle



Información obligatoria

En caso de alimentos sin envasar, como es el caso de comidas servidas en restaurantes y cafeterías; pintxos, bollería, pizzas, menús del día, menús a la carta, comidas sin envasar que se suministran a colegios o empresas; o bebidas refrescantes, zumos preparados en el local de venta y servidos directamente al consumidor, así como las bebidas vendidas a través de máquinas dosificadoras, deberán presentar obligatoriamente la siguiente información:

- Denominación del alimento
- Mención a las sustancias que producen alergias o intolerancias.
- Cantidad de ingredientes (en porcentaje): cuando en la denominación de venta del alimento se reseñe de forma específica alguno de ellos. Ejemplos: Croquetas de Jamón (% de Jamón), carne picada de vacuno y porcino (% de cada tipo de carne).
- Las bebidas con más de 1,2% volúmenes de alcohol deben indicar su grado alcohólico.
- Los alimentos entregados por colectividades que se presenten sin envasar, deberán cumplir exclusivamente el requisito de mención de sustancias que producen alergias/intolerancias. Si además de estas colectividades se sirven bebidas refrescantes preparadas en el local para su consumo inmediato o expedidas mediante máquinas dosificadoras, se indicará la siguiente información:
 - La denominación del producto
 - Lista de ingredientes
 - El nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor y su dirección.

EL REGLAMENTO 1169/2011 DEL PARLAMENTO EUROPEO y del Consejo del 25 de octubre de 2011, que entró en vigor el pasado mes de diciembre, ha supuesto un cambio en la forma de informar sobre los alérgenos en hostelería. A la espera de que el Gobierno central acometa la transposición de esta norma al ordenamiento español, se han fijado ya criterios que rigen la información alimentaria y el etiquetado de los alimentos. El objetivo es proporcionar al consumidor datos de forma precisa, clara y fácil de comprender.

Se calcula que un 5% de la población sufre algún tipo de alergia alimenticia, una cifra que se incrementa al

8% en el caso de los niños y jóvenes. De ellas, una de cada cinco corre el riesgo de sufrir reacciones fatales, según el Comité de Alergia a Alimentos de la Seiaic. Los alergólogos han aplaudido la medida, sobre todo teniendo en cuenta que siete de cada diez reacciones alérgicas graves ocurren cuando la gente come fuera de casa.

Aunque la norma está pensada principalmente para los alimentos envasados de todo tipo, afecta directamente a la hostelería. Así, el nuevo reglamento obliga a que todo alimento no envasado (lo que incluye los envasados en el lugar de venta a petición del cliente o envasados para su venta inmediata) deberá in-



dicar todo ingrediente o coadyuvante tecnológico que cause alergias o intolerancias.

En concreto, es preceptivo indicar en los menús y cartas de los establecimientos los alérgenos que puede encontrarse el cliente en los platos que se ofertan. Con carácter general, el listado de productos susceptibles de producir reacciones alérgicas e intolerancias, sobre los que habrá que informar expresamente a aquellos clientes que lo soliciten, son los siguientes:

- Cereales que contengan gluten
- Huevos y productos a base de huevo
- Crustáceos y productos que incorporen crustáceos en su composición
- Moluscos y productos que incorporen moluscos en su composición
- Pescado y productos a base de pescado
- Cacahuetes y productos que incorporen cacahuete en su composición
- Soja y productos que incorporen soja en su composición
- Leche y todos sus deriva-

dos. Así como productos que incorporen lactosa en su composición

- Frutos secos: almendras, avellanas, anacardos, pecanas, castañas, pistachos, macadamias, los derivados de frutos secos o productos que los incorporen en su composición
- Apio, mostaza, sésamo, altramuces, o productos elaborados a base de ellos que los integren en su composición
- Dióxido de azufre y sulfitos cuando se encuentren en concentraciones superiores a los 10mg/kg ó 10 mg/litro

Respecto de la información que se suministre sobre alérgenos, deberá ser accesible a los clientes siempre antes de la compra o consumo. Podrá estar disponible de manera escrita, oral o en formatos electrónicos, siempre que se asegure que sea accesible a todos los clientes sin cargo o coste adicional. Además, la información se prestará en castellano, y en el caso de Euskadi, también en euskera. La prestación de otra información nutricional



será de carácter voluntario por parte del establecimiento.

Para facilitar la aplicación de la normativa, el Gobierno vasco ha editado una guía so-

bre información de los alimentos en comercio minorista y restauración. Está disponible en la página web <http://www.osakidetza.euskadi.eus/>

Responsabilidades

Los responsables de los establecimientos deben garantizar.

- Que la información que se transmite es veraz.
- Que reciben la información correcta desde el origen de los alimentos.
- Que realizan una adecuada gestión de los alérgenos que evita las contaminaciones cruzadas durante el proceso de manipulación de los alimentos.
- Que el personal que manipula los alimentos tiene conocimientos sobre gestión de alérgenos durante el proceso de almacenamiento, elaboración, envasado o venta de alimentos, para evitar cualquier contaminación cruzada que se pudiera producir.
- Que el personal que transmite la información sobre alérgenos tiene los conocimientos adecuados para ello.

Las personas consumidoras deben ser responsables de:

- Atender a las indicaciones que ponga a su disposición el establecimiento alimentario.
- Preguntar al responsable del establecimiento en el caso de que requiera información adicional.
- Si tiene dudas sobre la información, no debe consumir el producto.

25 establecimientos han tomado parte en el I Concurso de Bocadillos de Gipuzkoa

La primera edición del certamen se ha saldado con una alfísima nota por el éxito de público y la calidad de los participantes.

UN TOTAL DE 25 ESTABLECIMIENTOS tomaron parte el mes pasado en el I Concurso de Bocadillos de Gipuzkoa con propuestas muy variadas. "Koxkero", la propuesta de Xera Gastroteka creada por Carlos Nuez, se impuso por delante del bar Orruan de Irún y del Iturrieta Berri de Igeldo, que quedó tercero.

El vencedor se hizo acreedor de un trofeo, un diploma y 500 euros, premios que fueron entregados por Juan Mari Arzak y Elena de Elera, trade marketing de Keler. El segundo puesto fue premiado con un trofeo, diploma y 200 euros, mientras que el tercer clasificado obtuvo trofeo, diploma y 100 euros.

El jurado estuvo compuesto por Juan Mari Arzak, Ruben Trincado, Dani López, Xabier Zabaleta, Alzpea Oihaneder y Oraltz García, que tuvieron que debatir largo tiempo por la gran calidad de las propuestas presentadas. Finalmente se decantaron por la creación de Xera Gastroteka, que era una adaptación del plato típico de la gastronomía vasca, la merluza a la Koxkera, trasladado al formato de bocata.

Como continuación del concurso, del 17 al 26 de abril se desarrolló la Bokata Astea, en la que los clientes pudieron degustar los bocatas campeones así como los demás participantes acompañados de una cerveza Keler por solo



Imagen de los vencedores del concurso.

6 euros. Los establecimientos participantes destacaron que las creaciones que habían tomado parte en el concurso

fueron muy demandadas por los clientes durante los días posteriores al evento.



Los concursantes, en plena actividad.



El jurado valoró la alta calidad de las propuestas.

En Baqué tenemos las claves para que tu negocio crezca.

Tenemos una Escuela
de Café que cuida
de tu formación.

Tenemos un
producto que gusta
a tus clientes
más exigentes.

Tenemos un
servicio comercial
que te acompaña
siempre.



Contacta con Baqué en el 94 621 56 10
o solicita información a tu comercial de Cafés Baqué.

Aquí, Café se dice Baqué

La Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa quiere dar la bienvenida a los nuevos asociados y desearles todo lo mejor en sus negocios. A continuación os presentamos a algunos de ellos.

Nuevos asociados



▶ ADARRA ASADOR, Bar Rta.	URNIETA
▶ ZUZEN, Bar	ERRETERIA
▶ PLAZA, Bar	DOMOSTIA
▶ AMAIUR, Bar	TOLOSA
▶ TRUERA, Bar	DOMOSTIA
▶ HOGAR DULCE HOGAR	DOMOSTIA
▶ SAYALERO	ZAMATZ
▶ PELOTAZALE, Bar	DOMOSTIA
▶ ARRATZAIN SAGARDOTEGIA, Rta.	USURBIL
▶ EDINTENT, Bar Rta.	EIBAR
▶ EL ENSANCHE, Bar	DOMOSTIA
▶ ETXEBERRIA SAGARDOTEGIA	ASTIGARRAGA
▶ IPOTX, Bar	DOMOSTIA
▶ MIKEL URRIA JATETXEA, Rta.	AZPEITIA
▶ TXANBAI, Bar	DOMOSTIA
▶ ETXE MAGUI, Bar Rta.	DOMOSTIA
▶ THE PARRANDA, Bar	DOMOSTIA
▶ EZURDE, Bar	LASARTE-ORIA
▶ ESSENCIA WINE BAR & STORE	DOMOSTIA
▶ URUMEA, Bar	HERNANI
▶ BASEBIL, Bar	TOLOSA
▶ CIAMUNE, Bar Rta.	URNIETA
▶ POZKARI, Bar	EIBAR
▶ CAFE GROS, Degustacion Café	DOMOSTIA
▶ COMEDOR 7 21	DOMOSTIA
▶ OSTATU ZEGAMA	ZEGAMA
▶ TARTUFO JATETXEA, Bar Rta.	BERGARA

PLAZA, Bar

Dirección

▶ Avda. Carlos I, 10 bajo-trasera, 20010, Donostia

Los nuevos responsables del bar Plaza, de Arneru, tomaron las riendas del establecimiento en febrero de 2014. Ofrecen desayunos, pizzas frías, pizzas de tortilla de patata, pizzas de ensalada, chorizo curado troceado, pizzas y bocadillo. El bar dispone de una terraza en la que los clientes pueden disfrutar de las jarres de cerveza de medio litro que sirven. El horario es de lunes a viernes de 9.00 a cierre, y el fin de semana abren desde las 11.00 hasta cierre.

AMAIUR, BAR

Tres años reformado y con distinto nombre, el bar Amaiur abrió sus puertas en julio de 2014. Este establecimiento ofrece un amplio surtido de platos, bocadillos, raciones y platos combinados, pero su plato estrella son las hamburguesas, los chérrones a la plancha y el pulpo a la gallega. Las hamburguesas se elaboran con pan hecho en el momento y 100 gr de carne de ternera. Utilizan productos de temporada y de calidad, y elaboran pastas caseras, como se copa de crema de queso. El horario es de lunes a sábado, de 10.00 a 00.00, y los domingos y festivos de 12.00 a 00.00. El martes cierran por descanso semanal. Los sábados se aceptan reservas.

Dirección

▶ Bealibar, s/n, 20400 - Tolosa
Teléfono: 943579398



ARRATZAIN, Sagardotegia

Arratzain jatetxe-sagardotegiak 20 urte daramatza irekita. Asteburuetan lan egiten dute, estaluetan gurek eta harabiat eta igandetan egun osoz. Sagardotegiko menua eta estaluetarako menua dituzte, haita ogiberrizkoak, plater konbinatuak eta arreak ere. Enpresa familiarra da, eta atxeko produktuetan oinarritutako eskalaz salidarrizko lantza da. Sagardotegiko txikiak dira eta sagardo ekologikoa eskaintzen dute beren atxeko 3 hektaruetan jasoakoa fruteratik. Txarxoen nahiz botilak eskaintzen dute edaria.

Beibitien

▶ Arratzain baserria ,22, 1, 20159 - Usurbil
Teléfono: 943366663



ESSENCIA WINE, Bar & Store

Dirección

> Zabaleta, 42, 20002 - Donostia
Teléfono: 943326915

Establecimiento inaugurado en noviembre de 2014. Es un nuevo concepto de bar, restaurante y espacio para artes. Y es que su especialidad es el vino; trabajan con bodegas pequeñas, de autor, y ofrecen caldos ecológicos. Cuenta con una referencia de 100 vinos, que se pueden degustar por copa, entre blancos, tintos, espumosos y vinos de jerez. Además, ofrecen una carta con platos de temporada e ingredientes de calidad, y un surtido especial de conservas y embutidos selectos. Disponen de menú del día, de lunes a viernes. Por otro lado, tienen una tienda situada justo encima del bar. El horario es de lunes a viernes, de 10.30 a 23.00, y sábados, domingos y festivos, de 11.30 a cierre. Martes cerrado por descanso semanal.

MIKEL URIA, Jantetxea

Helbidea

> Lotolako Inazio Hiribidea, 5, 20730 - Azpeitia
Teléfono: 943814315 / 679464473

Mikel Uria jantetxean ere bertako produktuk eta gaurain gaurkoak erabiltzen dituzte. Ezuko barazkiesen erretan, nabarmentzatzen dira onddoz eta folez betariko txarri-bakaki; almadrakoa erretako arrasa saltzarok; legatza labean tomata eta uzpin-oliorretan, eta jogurt maussan rugardi eta fruitu gorrien saltzarok. Aste egunetako eta estaburoetako menuak dituzte. Ordutegiari dagokionez, ostalekonek ostirala 12:30etik 15:30era, eta ostiral eta larunbatetan 13:30etik 16:00etara eta 19:30etik 00:00etara irekitzen dute. Oporrak, abuztuaren 1etik 31ra eta Gabonetan egiten dituzte.



TARTUFO, Jantetxea

Dirección

> San Juan auzoa, 35, 20570 - Bergara
Teléfono: 943763551

Además de restaurante, es un local multifuncional en el que programan eventos culturales. Cuenta con terraza, salón interior con un escenario, y comedoir. Ofrecen pintxos, bocadillos y menús del día de lunes a viernes. El domingo sirven un menú especial de fin de semana, y viernes noche y sábados completos los reservan para todo tipo de eventos con menús concertados a medida del cliente. Cocina tradicional vasca y de autor, con productos de temporada suministrados por productores de la zona. Su horario es de lunes a viernes de 8.30 a 17.00, domingos de 11.00 a 17.00, y viernes noche y sábados bajo demanda. Cierren por vacaciones en Navidad, Semana Santa y la semana del 15 de agosto.

HOGAR DULCE HOGAR, kafetegia

Helbidea

> Birmingham, 1
20001 - Donostia
Teléfono: 943246681



Gres auzoko kafetegi etxegia honetan, bertan egindako produktuk eskaintzen dituzte: ogia, pastakak, ogi tragarria, opilak, txakoleroak, txozkiak eta abar. Eguraldian ere baztertzeko aukera dago: arratsaldeak, sarbideak eta pizzaak dauka aukeran. Gainera, asno ezberdinek dituzte, behar ezberdinek dituzten pertsonak koartzen bertuz; ohiko asno azoz eta gaitzabatuaz gain, soja-asno eta lekhoa gabekoa ere zabiltzaten dituzte. Terraza dute. Egutero dago irekita: ostalekonek ostegunera, 08:00etatik 20:30era, eta ostiral, larunbat eta jai egunen bezperen, 08:00etatik 22:00etara.

POZKARI, Bar

Dirección

> Julián Etxeberria, 11, bajo, 20600 - Eibar
Teléfono - 943702037

Pozkari bar berri abiarri en Eibar unos 35 años, pero hace un mes que pasó a manos de la nueva dirección. Ofrecen desayunos, bocadillos, platos combinados y alguna especialidad argentina. Destacan la pizza casera y el matambre a la pizza, que es carne con salsa de tomate gratinado al horno con queso mozzarella. El horario del bar es de 8.00 a 15.00 los lunes, que cierran por la tarde por descanso semanal; y de 08.00 a 22.30 de martes a jueves. Los viernes y sábados abren a las 8.00 y no hay hora de cierre. Los domingos abren a las 10.00 y cierran a las 22.30.



TRUEBA, Bar

Dirección

> Miracruz, 13, 20001 - Donostia
Teléfono - 943536999

Este bar situado en el barrio de Casierro de Gres está abierto desde mediados de febrero de 2015, y sus responsables se muestran encantados con la acogida que han recibido. Ofrecen pintxos calientes, raciones, platos combinados, bocadillos y hamburguesas, además de desayunos con bollería, cereales, yogur, zumo de naranja y diferentes tipos de leche a elegir; entre ellas, bebida de soja. Las hamburguesas son la especialidad de la casa, y se sirven acompañadas con pan mollete. El horario es de lunes a miércoles de 7.00 de la mañana a 22.30 horas; y el jueves y viernes abren a la misma hora pero cierran más tarde. El sábado abren de 9:30 hasta cierre, y el domingo está cerrado por descanso semanal. A destacar que los jueves hay pintxo pote y que disponen de terraza.

EATgipuzkoa. Entrevista al restaurante EmeBe

“Lo importante es que no sea sólo uno el que se implique, sino el conjunto del sector, y así podemos trabajar todos”

EL RESTAURANTE EMEBE GARROTE DE IGARA ha logrado ya cerca de un 20% más de reservas, respecto a otras temporadas, desde que se sumó a la plataforma online de reservas Eatgipuzkoa. A través de este gestor, ya han sido 484 las personas que han acudido al restaurante de Martín Berasategi.

Los números avalan el éxito de este portal: desde el pasado enero, ha tenido más de 15.000 visitas y muchas de ellas desde el extranjero, sobre todo de Francia, EEUU, Inglaterra, Argentina, México o Alemania. Rafa Moya, gerente del restaurante, nos cuenta la experiencia de EmeBe en Eatgipuzkoa y asegura que el esfuerzo realizado “repercute en el restaurante”.

¿Han notado un incremento de las reservas desde que se incorporaron a Eatgipuzkoa? Sí, hemos notado un aumento notable. En volumen de reservas el incremento ha sido de alrededor de un 20%.

¿Y qué les llevó a querer formar parte de Eatgipuzkoa? Nos interesaba participar, el proyecto nos llamó la atención desde un principio. El hecho de contar con un gestor nos facilita ciertos trabajos como el de recabar información de los clientes: alergias, día y hora de la reserva, etc. Hasta ahora todo este tipo de gestiones se hacían por teléfono, y al final

la gente que llama quiere que sea algo rápido, y no puedes preguntar todo lo que te gustaría. Un buen ejemplo es el tema de las alergias, actualmente podemos hacer una previsión de alergias como puede ser a la lactosa o a los frutos secos, etc.

¿En qué medida creen que puede ayudar este tipo de iniciativas a los restaurantes gipuzcoanos?

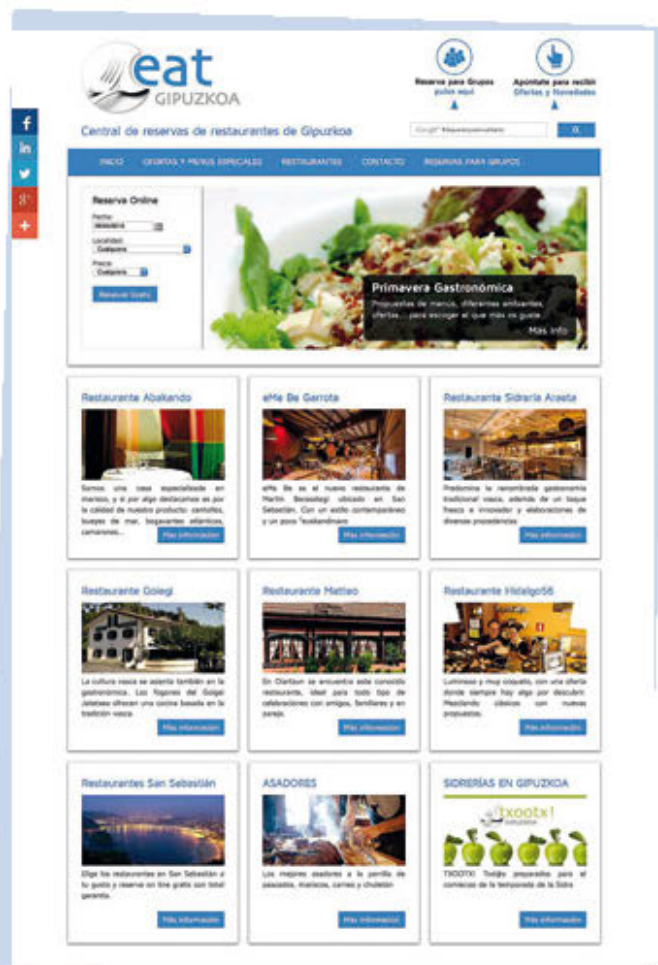
En primer lugar, sólo a través del portal de la web consigues una publicidad relativamente gratuita y logras mayor visibilidad. De esta forma, el restaurante se dará a conocer no sólo en Gipuzkoa sino también en otros sitios. A nosotros, por ejemplo, nos han hecho reservas desde España y desde otros países como Francia, EEUU, Inglaterra, Argentina, México o Alemania. Así los turistas conocen la iniciativa y mejora el posicionamiento del local en la web.

¿Cómo influyen estos cambios en la forma de trabajar y consumir en la cuenta de resultados de un bar? ¿Se ve el esfuerzo recompensado? Se perciben diferencias. En el caso de los clientes que realizan reservas por la plataforma Eatgipuzkoa, se decantan más por el menú degustación. Las reservas que se hacen fuera del territorio demandan más este tipo de menús, porque los extranjeros, normalmente, prefieren probar. En Emebe,

conformamos estos platos con los mejores productos que tenemos en carta y se sirven en proporciones más pequeñas. En cuanto al esfuerzo, yo diría que sí se ve recompensado. Sólo por el aumento de volumen de reservas ya merece la pena.

¿Recomendarías Eatgipuzkoa a otros empresarios del sector? Sí, porque es una vía para dar-

se a conocer. Hay que tener en cuenta que si viene más gente a Gipuzkoa o al País Vasco es gracias a este tipo de portales. Nos beneficiamos todos; porque lo importante es que no sea sólo uno el que se implique, sino el conjunto del sector, y así podamos trabajar todos. Este tipo de gestores o publicidad en la red facilita la visibilidad de los restaurantes y eso repercute de forma positiva en el volumen de trabajo.



tendencias

01

ENTSALADA-ONTZIA IZOTZ-GANBERAREKIN

Hilabete beroenetan, janaria fresko jateko tresna berria merkaturatu dute: izotz-ganbara duen entsalada-ontzia. Entsaladak, itsaski-freskoak, gaz-patxoak edota hotz mantendu nahi ditugun bestelako jakedak zerbitzatzeko pentsatua dago. Modelo desberdinak daude merkatuan; besteren artean, argazkidan agertzen dena. Akrilikoarekin egina dago, izotza derama oinean, eta bi mahai-tresna nahiz tapa dauzka. Azken horri esker, jakiek fresko eta babestuta mantentzen dira, batetik bestera eramán ehal izateko.



02

MÁQUINA DE AGUA RESPONSABLE CON EL MEDIOAMBIENTE

Natura Water es una máquina de agua responsable con el medio ambiente. El hecho de no utilizar botellas de plástico o de vidrio reduce el impacto medioambiental, por lo que este sistema es una alternativa más ecológica y económica al agua embotellada. Evita los costes de embotellamiento, almacenamiento y transporte. Además, mejora la imagen Eco-Friendly de la empresa.

Dispone de un sistema de filtración que purifica el agua y la refrigera, y también tiene la opción de sacarla con gas. La máquina cuenta con un diseño moderno, con piezas y acabados de acero inoxidable, y su manejo es sencillo. Sus dimensiones son de 65,00 cm x 44,75 cm x 50,50 cm, y es fácil de colocar puesto que su diseño está pensado en el ahorro de espacio. El sistema, por lo tanto, es ideal para negocios con espacios reducidos y limitaciones de almacenamiento. Además, Natura Water tiene varias opciones disponibles de adquisición. Se puede comprar el equipo completo con un contrato de mantenimiento anual de una única cuota, y también existe la opción de renting con contrato de mantenimiento.



03

TERMÓMETRO Y ROCIADOR PARA ASADOS

Os presentamos el ThermoBaste de Joseph Joseph, un utensilio tres en uno ideal para los asados. Es un termómetro, un rociador de salsa y además incorpora un cepillo para su limpieza. El termómetro permite comprobar la temperatura del interior de piezas grandes de carne, desde aves hasta grandes chuletones. Indica la temperatura en grados Fahrenheit y Celsius, además de la temperatura que debe alcanzar el interior según el asado que se está haciendo, incluso si se quiere la carne de ternera o buey poco hecha, al punto o muy hecha. El precio de este utensilio ronda los 25 euros en la tienda oficial o en las tiendas en las que se comercializan los productos de su distribuidor en España, Lékú.



04

BOTELLA DE AGUA PLEGABLE HYDAWAY

Hydaway es una alternativa a las botellas de agua tradicionales fabricadas con plástico. Se presenta como una solución para reducir la fabricación de botellas convencionales y, por tanto, el gran número de estos envases desechables que terminan en los vertederos a pesar de que sean reciclables. Se trata de una botella de agua plegable con un sistema tipo acordeón que se puede llevar perfectamente sin que apenas ocupe espacio en una bolsa, en un bolsillo, etc.

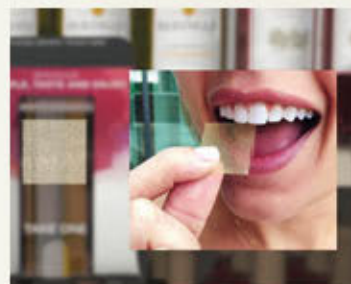
La botella se compacta y su grosor es de sólo 3'2 centímetros, el cuerpo está fabricado con silicona alimentaria, y el tapón con un plástico de calidad libre de bisfenol A, que se cierra con rosca e incluye una válvula anti goteo y cierre hermético. El proyecto para fabricar la botella plegable Hydaway fue presentado en la plataforma de micromecenazgo Kickstarter, y por los resultados se puede decir que ha captado la atención de los usuarios. Se solicitaban 20.000 dólares para poner en marcha el proyecto, y a falta de 22 días para que finalice la campaña ya se han recaudado más de 70.000 dólares.



05

TIRAS SOLUBLES DE CATA PARA PROBAR LOS VINOS ANTES DE COMPRARLOS

La bodega californiana del Valle de Napa Beringer ha presentado un nuevo sistema para facilitar que los consumidores puedan probar sus vinos en los puntos de venta. Se trata de unas tiras solubles de cata que permiten hacerse una idea del sabor del vino antes de comprarlo. De esta manera, pretenden ayudar al consumidor a elegir los vinos que comercializa en una cadena de supermercados estadounidenses. Estos dispensadores de tiras solubles de cata integran el sabor del vino pero sin contenido alcohólico.



06

JANARIARI ARGAZKIAK ATERATZEKO DISEINATUTAKO PLATERAK

Tel Aviv-eko (Israel) 'Bodega Cattiv y Carmel' jatebreek eta Foodography proiektuak, elkarlanean, plater bereziak diseinatu dituzte bezeroek sekulako telefonoarekin janariari argazki onak etara diezazkizoten erazteko. Smartphoneak eta tabletek kargatzeko izan ohi diren euskarrien antzekoa daulka platerak, mugikoma bertan kokatu ahal izateko. Horrela, eurren dugun platerari argazkia etara diezazkizugu, inuldi polita lortzeko mañal gainerako elementuak aide batetik bestera mugitzeko beharrik izan gabe. Euskarri horri esker, argazkia mugitua etara ez dadin bermetzen dugu. Gainera, "360" plater modeloak bikaina da bideoak edo time-lapae deritzonak egiteko, platerak buelta osoa ematen baitu telefonoa ezarrita dugun euskarriaren eurrean.



07

UTILIZAR UN COLADOR COMO TAPA ANTISALPICADURAS

Para evitar las salpicaduras que se producen cuando se cocinan ciertos alimentos, podemos comprar unas tapas especiales o simplemente recurrir a este truco: utilizar un colador como tapa. Es tan sencillo como emplear uno que se ajuste, más o menos, al tamaño de la sartén y colocar el mango coincidiendo con el de la misma. Así podemos tener sujetos ambos utensilios con una mano. Es un truco sencillo pero eficaz.





2014

empresa autorizada
para la recogida de
aceites usados en cocina

FEHR
Federación Española de
HOSTELERÍA

Juntos por el medio ambiente

Ostalari lagunok, Ekograsek, hondakinaren jatorritik azken erabilerarainoko trazabilitatea betetzeko helburu garbiarekin eta Elikadura Olio eta Grasa Hondakinen Kudeatzaileen Elkarte Nazionalako (GEREGRAS) partaide gisa, harrotasunez jakinarazten dizue:

Espainiako Ostalaritza Federazioak (FEHR) eta GEREGRASEk akordioa sinatu dute Nekazaritza, Elikadura eta Ingurugiro Ministerioarekin (MAGRAMA). Hitzarmen honen bidez MAGRAMAK, FEHR eta GEREGRASengandik konpromiso sendoa jasotzen du elikadura olio eta grasa hondakinaren kudeketa egokiaren jasangarritasuna handiagoa izateko helburuan, baliabide batean bihurtuz.

“Mila esker gudan jarritako
konfidantzagatik eta planeta
jasangarriago bat izaten
laguntzeagatik”

Amigos hosteleros, Ekogras en su firme propósito de que se cumpla la trazabilidad del residuo de origen a destino y como miembro de la Asociación Nacional de Gestores de Residuos de Aceites y Grasas Comestibles (GEREGRAS) se enorgullece en informaros de que:

La Federación Española de Hostelería (FEHR) y GEREGRAS firman un acuerdo de colaboración con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). Con este convenio el MAGRAMA recibe por parte de la FEHR y GEREGRAS el firme compromiso para el logro de una mayor sostenibilidad en la correcta gestión de los residuos de aceites y grasas comestibles, convirtiéndolos en un recurso.

“Gracias por seguir
confiando en nosotros
y ayudarnos a construir
un planeta más sostenible”




EKOGRAS

 facebook.com/ecogras

 @ecogras

902 36 62 51
www.ekogras.es



Mas vale prevenir que...>

Han puesto varias multas de 600€ a propietarios de locales de hostelería, por no entregar ticket (factura simplificada) en consumiciones aunque la consumición sea mínima.

La ley dice que **el hostelero está obligado a dar el ticket al cliente aunque éste no lo pida.**

La impresión de tickets normalizados con logotipo, y todos los datos para consumiciones mínimas (un café, un zurito, un vino...) puede llevar a un gasto excesivo en cantidad de papel utilizado.

Con nuestro sistema de TPV podrás seleccionar el tipo de ticket que quieres imprimir, uno normal o uno con los datos mínimos necesarios para que la emisión del ticket tenga validez legal.

En INKODE te ofrecemos un sistema totalmente personalizado para las necesidades de tu negocio

Estos detalles y otras muchas ventajas son los que marcan la diferencia del sistema INKODE respecto a otras empresas también dedicadas a la instalación de TPVs, por supuesto sin olvidar el precio tan competitivo que ofrecemos.

Y además...

Aprovechate de nuestra Oferta Papel

Rollo de papel térmico para impresoras de 80mm x 80m

Solo 1€ (IVA no incluido).
si lo compras en nuestro local de:

c/ Miracruz, 27 esquina Gran Vía - 20001 Gros - San Sebastián



Ticket legal minimizado

FACTURA 483 CIF.: 9599599599 12-10-2025		
NOMBRE EMPRESA c/nombre calle, nº 22		
1	REFRESCO BOTELLA	1.50
10% IVA INCLUIDO		TOTAL 1.50 €

Ticket normalizado

LOGO TIPO	
NOMBRE EMPRESA	c/nombre calle, nº 22
	CIF.: 9599599599
	12-10-2025 15:22
	BARRA 1
	FACTURA 483
1	REFRESCO BOTELLA 1.50
	suma 1.50
	BASE 1.360 10% 0.36
	TOTAL 1.50 €
GRACIAS POR LA VISITA ESKERRIKASKO ETORTZEAGATIK	
ATENDIDO POR AZUL	

Solicita más información sobre nuestro sistema en tu tienda de informática habitual o ponte directamente en contacto con nosotros
inkode@gmail.com - 902 050 009 - 629 436 862