

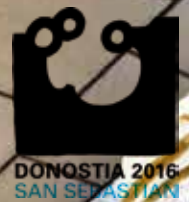


GIPUZKOA

HOSTELERÍA - OSTALARITZA

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

IV ETAPA **Nº35** INVIERNO 2016



Solidaridad en clave hostelera

Entrevista a Maite
Cruzado, directora
de Turismo de la
Diputación de Gipuzkoa

Zapore Potea,
bertako
produktuen
aldeko apustua



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.

HioScreen

Pantallas táctiles
de cocina

Visualice en cocina los platos pendientes de preparar y servir, así como el tiempo pasado desde la solicitud, agilizando el servicio a los clientes.

Incorpora un sistema WIFI que permite la conexión permanente con los diferentes puntos de venta (TPV) del local.

Existen dos tipos de configuración:

- Fast food.
- Restaurantes con mesas.



HioScreen controla los platos pendientes de preparar y servir, así como del tiempo pasado desde la solicitud.

ICGReport

Indicadores y alertas de su negocio en tiempo real

Conozca las ventas del día, el número de tickets, y el cuadro de caja desde su smartphone en tiempo real.



Obtenga desde su smartphone la visualización gráfica comparativa de años anteriores

Otras Soluciones adicionales: eRest

Carta electrónica táctil en diferentes idiomas

Atraiga a los clientes que pasan por la puerta de su restaurante con la carta electrónica táctil interactiva eRest.

Cambie los menús y la carta con gran facilidad y rapidez en un formato digital.

Sus clientes podrán visualizar la composición de los artículos (fotografía, ingredientes, calorías, alergénicos...).



Más información:

www.icg.es
comercial@icg.es

AsisMan[®]
Master Provider ICG

Especialistas en TPV Táctil
para Comercio,
Hostelería y Empresa

Bizkaia:

C/ San Vicente, nº 8, 6ª Planta. Dpto.8 (Ed. Albia I)
48001 Bilbao - Bizkaia
Tels. 944 240 946 - 646 835 952

Gipuzkoa:

Astigarragako Bidea, nº 2, 3ª Planta. Ofic.19
20180 Oiartzun - Gipuzkoa
Tels. 943 490 710 - 646 835 952

comercial@asisman.com | www.asisman.com

HOSTELERÍA DE QUITA Y PON

Los datos que aportó el concejal de Impulso Económico y Hostelería de Donostia en rueda de prensa, a mediados del pasado mes de diciembre, dejaban bien a las claras el peso que el sector tiene en el empleo y la generación de riqueza de la ciudad. D. Ernesto Gasco señalaba en dicha ocasión que el 20,4% de las contrataciones del mes de noviembre en la ciudad provenía del sector hostelero local.

Este es solo un dato más de los muchos que señalan a la hostelería donostiarra como un sector clave de la recuperación económica iniciada. Un sector cuya calidad es reconocida fuera de nuestras fronteras y que, en cada vez más ocasiones, es maltratado desde las instituciones que nos son más cercanas.

Este maltrato se evidencia en el empeño de algunos cargos municipales por favorecer una hostelería de quita y pon. Una hostelería a la que se cede espacios públicos culturales durante unas horas para montar cotillones de Nochevieja, se le alquila estadios deportivos para organizar marisquerías gallegas o se le cierran calles y plazas para montar pizzerías "pretendidamente medievales". Una hostelería, en definitiva, que aparece y desaparece y que "no está" cuando se trata de hacer ciudad, de aportar ideas o de patrocinar eventos sociales. Basta ya de apoyar a esta hostelería de quita y pon que nada aporta en la construcción diaria de ambiente en nuestras calles, plazas y barrios.

ALDI BATERAKO OSTALARITZA

Joan den abenduaren erdialdean, Donostiako Sustapen Ekonomikoko eta Ostalaritzako zinegotziak prentsurrekoan azaldu zituen datuek argi uzten zuten sektoreak enpleguan eta hiriko aberastasunean duen eragin onuragarria. Ernesto Gascok behin aipatu zuen bezala, hirian, azaroko %20,4ko kontratazio kopurua ostalaritza sektoretik dator.

Datu horrek, beste askoren artean, Donostiako ostalaritza martxan den susperraldi ekonomikoan funtsezkoa dela egiaztatzen du. Gainera, kontuan izatekoa da sektore honek eskaintzen duen kalitatea ere ezaguna dela gure mugetatik harago. Hala ere, gero eta gehiagotan, gertuko instituzioen aldetik tratua txarra jasotzen dugu.

Udaleko hainbat karguk aldi baterako ostalaritza bultzatzeko egiten duten ahalegina ikustean, agerikoa da tratua txar hori. Esaterako, aldi baterako ostalaritzari bidea errazteko urtezahar gaueko kotilioa ospatzeko espazio publikoak edota itsaskitegi galegoak egiteko kirol-estadioak uzten dituzte, eta "ustezko Erdi Aroko" pizzeriak jartzeko plazak eta kaleak ixten dituzte. Ostalaritza hori, azken finean, azaldu eta desagertu egiten da, eta ez da inon ageri hiria eraiki behar denean, ekarpenak egiteko unea iristen denean edo ekimen sozialak babestu behar direnean. Aski da aldi baterako ostalaritza horrekin, ez baitu gure kaleetako, auzoetako eta plazetako eguneroko giroaren eraikitze-prozesuan ezertan laguntzen.

TE INTERESA SABER

- 04 > OPINION Mikel Ubarrechena, presidente
- 06 > Gran recogida del banco de alimentos
- 08 > Entrevista a Iker Fernández. Coach relevo generacional
- 12 > Entrevista a Maite Cruzado, directora de Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa
- 18 > Zapore pote, impulsor de los productos locales

LA ASOCIACION SE MUEVE

- 22 > Campaña en la Parte Vieja donostiarra para sensibilizar sobre el ruido
- 24 > Inspección de entrega de tickets por la Hacienda Foral
- 26 > Iniciativa para poner en valor los productos vascos en las cartas de nuestros restaurantes
- 30 > Mintzo eta Pintxo

ACTUALIDAD

- 34 > Polémica sobre el reparto de congresos públicos en Euskadi
- 35 > Primerako, plataforma para pagar sin tarjeta ni móvil
- 41 > 2015, el mejor año turístico

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: Ganboa Centro Gráfico



*Mikel
Ubarrechena
Pisón*

Presidente de Hostelería Gipuzkoa

LA POLÉMICA SUSCITADA ENTRE EL COLECTIVO HOSTELERO DE DONOSTIA POR LA CESIÓN DE TABAKALERA PARA CELEBRAR UN COTILLÓN DE NOCHEVIEJA REAVIVA UN DEBATE QUE DESDE HOSTELERÍA GIPUZKOA LLEVAMOS AÑOS PROMOVRIENDO

Competencia desleal en hostelería y gestión de espacios públicos

La polémica suscitada entre el colectivo hostelero de Donostia por la cesión de Tabakalera, para el desarrollo de un cotillón de Nochevieja, vuelve a sacar a colación el debate que, desde Hostelería Gipuzkoa, llevamos años promoviendo en torno a la cesión de espacios públicos, - con destinos claramente marcados -, para el desarrollo de actividades hosteleras.

La posición, en este sentido, de Hostelería Gipuzkoa ha sido clara desde siempre y prueba de ello son las diferentes denuncias interpuestas ante las autoridades en torno a eventos como Marisgalicia o el cotillón Random Project de Tabakalera. La excusa para ceder espacios públicos a empresas privadas, que tienen un fin meramente lucrativo, es siempre la misma por parte de los técnicos responsables: el plan del negocio del recinto permite realizar este tipo de arrendamientos y punto. Ocurrió en su día con Anoeta Kiroldegia en Marisgalicia y ha ocurrido ahora con Tabakalera y el aludido cotillón de Nochevieja. Los técnicos y gerentes que gestionan estos espacios se ven presionados para presentar unos datos "decentes" en sus deficitarias cuentas de explotación y les importa bien poco, tanto el empleo inadecuado del espacio que arriendan, como el daño que puedan hacer al sector hostelero local.

Cuando desde este sector se realizan las oportunas quejas a los responsables políticos de dichas infraestructuras, las respuestas son siempre las mismas: "No nos hemos enterado", "esto es cosa del gerente", "el plan de negocio lo permite", etc, etc,. En definitiva, balones fuera, para no asumir una responsabilidad que empieza cuando se toma la decisión política de construir un espacio público, - concebido para un uso cultural o deportivo-, y continúa con la supervisión del destino que se da a esas infraestructuras

públicas, pagadas por todos, entre ellas los hosteleros que regentan bares y restaurantes y que pagan los impuestos con los que se financian las mismas.

A base de insistir, y como consecuencia de un desgraciado incidente ocurrido en un cotillón navideño en el primer día del año 2011, la anterior corporación municipal de Donostia tomó la decisión de no ceder espacios deportivos para usos hosteleros de carácter masivo. Se compartió, entonces, el criterio aportado desde Hostelería Gipuzkoa basado en la degradación de los fines que se argumentan para crear estas infraestructuras y en la lógica competencia que se establece con la hostelería local, esa hostelería que está "al pie del cañón", para dar servicio a su parroquianos, un 31 de diciembre o un 15 de agosto, pero también un 7 de febrero o un 27 de noviembre.

UNA VEZ MÁS, PEDIMOS A LOS RESPONSABLES POLÍTICOS QUE NO SE DEJE DECIDIR "POR SÍ SOLOS" A LOS TÉCNICOS CORRESPONDIENTES EN ESTE TIPO DE CUESTIONES. QUE "NO TODO VALE" PARA RENTABILIZAR UN ESPACIO QUE TODOS SABEMOS QUE NACE CON UN DÉFICIT ESTRUCTURAL IMPORTANTE

Una vez más pedimos a los responsables políticos que no se deje decidir "por sí solos" a los técnicos correspondientes en este tipo de cuestiones. Conviene recordarles que "no todo vale" para rentabilizar un espacio que, todos sabemos, nace con un déficit

estructural importante. Es necesario que se valoren otros aspectos derivados de la cesión de espacios públicos para fines hosteleros como pueden ser la existencia, o no, de una oferta estructurada en la materia (restaurantes y marisquerías gallegas o discotecas y pubs), o la competencia que se hace al sector hostelero local, que espera estas fechas señaladas para poder mejorar su actividad, y salvar así las semanas y meses en los que el consumo se retrae y las cuentas no cuadran a fin de mes.

Este planteamiento no está, en absoluto, en contra del empleo para fines lúdicos de las aludidas infraestructuras deportivas o culturales. Entendemos, eso sí, que dicho uso lúdico debe mantener una relación, por sus contenidos, o por la naturaleza de su promotor, con el espacio que se alquila.

LOS TÉCNICOS Y GERENTES QUE GESTIONAN ESTOS ESPACIOS SE VEN PRESIONADOS PARA PRESENTAR UNOS DATOS "DECENTES" EN SUS DEFICITARIAS CUENTAS DE EXPLOTACIÓN Y LES IMPORTA BIEN POCO TANTO EL EMPLEO INADECUADO DEL ESPACIO QUE ARRIENDAN COMO EL DAÑO QUE PUEDAN HACER AL SECTOR HOSTELERO LOCAL

La hostelería de Donostia, y Gipuzkoa, ha demostrado, hasta la saciedad, su "saber hacer". Lo reconocen quienes nos visitan y los medios de comunicación de medio mundo, cuando hablan de nuestra tierra como destino turístico. Muchos consideran que es fácil ser hostelero por unas horas o unos días. Quizás lo sea, las responsabilidades se diluyen en estos casos. Lo que resulta realmente complicado es ser hostelero a lo largo de todo el año, de toda la vida. Y serlo de forma conjunta, como sector, recibiendo por ello el reconocimiento... fuera de tu propia casa. El apoyo a la hostelería de "quita y pon", desde las instituciones públicas, no ayuda a consolidar esta situación de privilegio que hoy tenemos y que, creemos, asienta la posición estratégica de nuestra ciudad. ¿Hace falta decirlo más claro y más alto para que se respete nuestro "bien hacer" y se deje de fomentar esta competencia desleal, para con el sector hostelero, en espacios públicos?



EL TERMÓMETRO



SUBEN



Banco de alimentos

Por hacer participe a la hostelería de Gipuzkoa de la marea solidaria que la Gran Recogida 2015 ha provocado en nuestra provincia. Enhorabuena por un nuevo récord solidario. 630.000 kilos de alimentos en un solo fin de semana ¿Hay quien dé más?



BAJAN

TABAKALERA Tabakalera



Por la nefasta gestión de su actividad en relación con el alquiler de espacios para usos no culturales. Un cotillón para la primera noche de la capitalidad cultural ... Sin comentarios.

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@hosteleriagipuzkoa.com

Desde la Asociación estamos encantados de escucharte.

Solidaridad en clave hostelera

La Gran Recogida de Alimentos de este año ha contado con Hostelería Gipuzkoa como imagen pública del voluntariado. Todo un honor

EL BANCO DE ALIMENTOS DE GIPUZKOA ELIGIÓ HOSTELERÍA GIPUZKOA para ser la imagen pública del voluntariado de la Gran Recogida de Alimentos de 2015, que se llevó a cabo el viernes 27 de noviembre y el sábado 28 de noviembre. Hostelería Gipuzkoa sucedió de esta manera al Orfeón Donostiarra, que hizo lo propio el año anterior.

La Gran Recogida es una iniciativa solidaria que el Banco de Alimentos de Gipuzkoa ha realizado por tercera vez en 2015. Se trata de una recogida especial, ya que, organizada desde FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos), se lleva a cabo conjuntamente desde 2013 en más de media centena de Bancos de Alimentos. La participación de cada uno de ellos es voluntaria porque depende de los medios con los que cuentan.

En todos los casos, el objetivo es el mismo: recaudar alimentos no perecederos para poder sobrevivir durante todo el año y, aprovechando las fechas, que los beneficiarios de los alimentos puedan pasar unas mejores Navidades. Por ello, durante



Representantes de Hostelería Gipuzkoa, junto al alcalde de Donostia, Eneko Goia, y el diputado general de Gipuzkoa, Markel Olano.

esta campaña el Banco de Alimentos ha solicitado, especialmente, leche, galletas, azúcar, cacao en polvo, pañales, aceite y conservas de todo tipo, pues sigue habiendo personas con problemas para pagar el consumo de energía y no pueden cocinar alimentos como las legumbres. En todo caso, desde el Banco de Alimentos reiteran que toda ayuda es buena, por lo que no se rechaza ningún tipo de alimento.

Gracias a la ayuda de los guipuzcoanos que se acercaron el 27 y 28 de noviembre a uno de los 72 establecimientos que participaron en la Gran Recogida, el Banco de Alimentos de Gipuzkoa ha logrado recoger alrededor de 630.000 kilos de comida. Algo que los responsables de la iniciativa, en una carta fir-



Miembros de Hostelería Gipuzkoa también participaron como voluntarios en la Gran Recogida de Alimentos.



mada por su presidente Javier Sáenz, han calificado como “un éxito total, tan grande que desbordó las previsiones más optimistas”.

Papel importante: sensibilizar

Este éxito se debe, sobre todo, a la gran labor que realiza el Banco de Alimentos de Gipuzkoa durante todo el año, pero, en 2015, también al trabajo de sensibilización que se le ha adjudicado a Hostelería Gipuzkoa al ser la imagen pública de la Gran Recogida.

Desde que el Banco de Alimentos notificó el nom-

bramiento a la Asociación, se comenzó a trabajar para conseguir, principalmente, dos objetivos: el primero, visibilizar la Gran Campaña de Recogida que se llevó a cabo el último fin de semana de noviembre, y el segundo, conseguir donativos para poder hacer frente a los gastos de transporte derivados de la recogida.

Hostelería solidaria

Para conseguir visibilizar la iniciativa se creó el “Jueves solidario”, que se celebró un día antes del comienzo de la recogida, el 26 de noviem-



6.000 Euros en gasolina para el Banco de Alimentos de Gipuzkoa

Gracias a las iniciativas que se llevaron a cabo durante el día 26 de noviembre y a la labor solidaria de los hosteleros que han querido aportar a esta buena causa, Hostelería Gipuzkoa ha entregado al Banco de Alimentos de Gipuzkoa un cheque valorado en 6.000 euros de gasolina para ayudar a hacer frente al gasto de transporte derivado de la Gran Recogida de alimentos de este año. Para escenificar esta donación, Javier Sáenz, presidente del Banco de Alimentos de Gipuzkoa, acudió a la Asociación, donde Mikel Ubarrechena, presidente de Hostelería Gipuzkoa, le hizo entrega del cheque.

Hostelería Gipuzkoa ha tenido dos objetivos: dar visibilidad a la Gran Campaña de Recogida y conseguir donativos para hacer frente a los gastos de transporte

bre, y en el que participaron establecimientos asociados de toda Gipuzkoa. Durante ese día los establecimientos participantes crearon diferentes iniciativas solidarias tales

como el desayuno Gran Recogida de Hotel Arrizul de Donostia, la pizza Gran Recogida de La Raviolina de Donostia, el Café-Goxo de Hotel Urdanibia de Irun, la pinta solidaria del Etxeberria de Donostia, el Café Gran Recogida del Goiz Argi y Avenida XXI, ambos de Donostia.

Además, miembros de la Junta Directiva de Hostelería Gipuzkoa y algunos asociados trabajaron como voluntarios durante la mañana del sábado 27 de noviembre en el Mercado de San Martín de Donostia.

Iker Fernández, nuestro coach en relevo generacional y hacedor de aventuras

“ La hostelería está cada vez más abierta a nuevas formas de gestionar »

IKER FERNÁNDEZ (DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN, 1973) ES FORMADOR, COACH Y CONSULTOR especializado en temas de liderazgo y desarrollo personal. También conocido como 'Hacedor de aventuras', este coach donostiarra trabaja con personas y empresas que buscan un cambio en sus organizaciones para lograr resultados satisfactorios. Actualmente también forma parte del servicio de apoyo al relevo generacional en Hostelería, puesto en marcha por la asociación el pasado 1 de noviembre de 2015. En esta entrevista aclara cuál es su papel en este proceso y cómo puede ayudar esta dinámica al hostelero.

¿Cuál es su papel en el proceso de apoyo al relevo generacional en hostelería que ha puesto en marcha la asociación?

Yo soy coach, trabajo en el terreno de los objetivos y trato de facilitar y acompañar en el camino del cambio a las personas o a las empresas. En este caso, la asociación ha detectado la necesidad de algunos establecimientos hosteleros de dar el paso hacia el relevo generacional; una situación en la cual se tiende a mezclar lo personal y lo profesional. Por ello, es importante tanto aclarar como aunar objetivos y poner en común los proyectos que las personas implicadas tienen en su cabeza. Mi trabajo consiste en hacer ese camino mucho más sencillo.



¿En qué cree que puede ayudar un 'coach' a un hostelero?

En situaciones de cambio lo primero es aclarar qué es lo que uno quiere, pero muchas veces, debido a la presión que sentimos, nos cuesta identificarlo. En esa primera fase, es muy importante que haya un profesional que ayude a las personas involucradas en la toma de decisiones, tanto a quienes pasan el testigo como a los que lo reciben. Un coach trata de ayudar a estas personas a definir lo que quieren y a dedicar un tiempo de calidad a que lo piensen y lo concreten adecuadamente. Una vez que los objetivos de cada uno de los participantes están claros, hay que llegar a acuerdos con el resto de personas implicadas y alinear objetivos. Definir un único objetivo común de equipo.

El siguiente paso es aprender a delegar. Superar la desconfianza que la generación que se va tiene sobre la que viene. A veces, en estos casos de relevo hay mucha carga emocional por todo el tiempo dedicado al negocio y se suele desconfiar de la capacidad del que coge las riendas. Por eso, tras definir el objetivo individual y alinear los objetivos entre todos, hay que intentar romper las creencias limitadoras. Finalmente, es vital trabajar el empoderamiento de las personas que van a liderar el cambio. Es decir, ayudar a quien vaya a gestionar el nuevo negocio a emprender ese camino.

El relevo generacional es algo que preocupa a muchos hosteleros guipuzcoanos. ¿Qué les diría a los que se

encuentran en esta tesitura ahora mismo?

En primer lugar les diría que sí se puede. Se puede conseguir aquello que tienen en la cabeza, hay posibilidades, alternativas... Se puede hacer. Para ello, un paso fundamental es sentarse y hablar de las incertidumbres que tengan en relación al relevo. Hay quien por evitar conversaciones y conflictos no se atreve a decir lo que piensa. Es natural, no sabemos hacerlo porque tampoco nos han educado para ello. Por lo tanto, les diría que se puede hacer y además desde el cariño. Sin rasgarnos las vestiduras. En mi caso, el 100% de las personas con las que trabajo en el mundo del cambio concluyen que el proceso es duro pero tampoco tan difícil como en un inicio creían. Cuando se empieza a

andar se comienzan a aclarar las ideas.

“Nos resistimos al cambio por miedo a lo desconocido”. Esta es una frase suya, ¿cree que en este caso se cumple?

Sí, y es normal. Yo me intento poner en el lugar de esa mujer o ese hombre que lleva tantos años en el negocio y al que ha dedicado tanto esfuerzo, y te das cuenta que para esas personas el cambio de testigo es una apuesta muy grande. Y una apuesta significa que no tienes la certeza de que eso vaya a salir bien. En ese momento, suelen surgir mariposas en el estómago o, a veces, dinosaurios. Lo mejor es que sean sólo mariposas; si son dinosaurios entonces estamos en una situación más parecida al pánico, sensación que puede bloquearnos. Y eso no es nada bueno, porque quedarse paralizado influye negativamente en el negocio. Por eso hay que tomar decisiones y afrontar las conversaciones con tus hijos o familiares a tiempo.

¿Hay alguna manera de realizar estos procesos de cambio sin que supongan un episodio traumático?

No utilizaría tal término, sino más bien emplearía el concepto de evolución. Este es un paso natural, se trata de seguir creciendo. La gente cuando vive estos procesos son estos términos los que utiliza, porque son conscientes de todo lo aprendido. Además, cuando adquieres este tipo de conocimientos dentro del mundo del cambio, ya no hay vuelta atrás. Es como andar en bicicleta, nunca se olvida. Y así en las próximas circunstancias de cambio, ensegui-



El Saltxipi es un ejemplo de relevo generacional exitoso.

da sacas la resiliencia, que es como la resistencia en el mundo de la educación física pero en el ámbito del desarrollo personal. Por tanto, este es un proceso que aporta crecimiento y evolución, y siempre con mucho cariño. De trauma, nada.

En cuanto al emprendizaje, ¿qué les aconseja a los jóvenes que van a liderar el cambio?

Es cierto que en esta sociedad se tiende a mirar más a lo que nos falta por adquirir que a las propias herramientas. Nos centramos más en las carencias que en las virtudes que poseemos. Por eso, creo que hay una pregunta clave que deben hacerse: ¿Quiero hacer esto o me siento forzado a ello? El problema de sentirse forzado a liderar este tipo de cambios es que no se emprende por convicción sino por necesidad. Y la convicción es esa energía extra que te ayuda a superar cualquier dificultad que pueda surgir en el camino. Por eso, este es

un punto que hay que tener muy claro. El siguiente paso es tomar decisiones. Sueña hacia dónde quieres llevar el negocio, cuál es el estilo que quieres aportar y valores que quieres conservar. Y a partir de ahí, poco a poco, se va ganando confianza. La nueva generación debe trabajar el refuerzo positivo, deben tener la convicción y tomar decisiones orientadas a fortalecer su propio estilo.

¿Qué ocurre cuando el testigo lo coge alguien externo?

La generación que deja el testigo a la nueva debe aceptar que ha finalizado una etapa. Esto es un duelo en el que hay que desaferrarse de una emoción y trabajar la aceptación. Con esa primera generación hay que trabajar el fin de una etapa, una etapa enriquecedora de la que hemos aprendido y nos sentimos orgullosos.

¿Cree que la hostelería guipuzcoana prueba en liderazgo y desarrollo personal?

Es un sector duro, un mundo en el que muchos han participado como si fueran guerreros. Hay que tener en cuenta la preparación que históricamente se ha tenido en hostelería, cómo se montaban antes los restaurantes. Tiene mucho mérito. Esa es la razón por la que el nivel es tan alto. En ese sentido, en cuanto a calidad y resultados, nadie puede decir que no esté preparado. La cuestión es que culturalmente, es un sector que se ha sentido obligado a sacar las cosas adelante sí o sí. En algunos aspectos, esto hace que forcemos la máquina y que, en consecuencia, el trato entre nosotros pueda verse deteriorado. Es cierto que ahora se comienza a poner más foco en cómo gestionar las personas dentro del sector, y cada vez hay más sensibilidad hacia este tema. Cada vez el sector está más abierto y es más sensible a ver nuevas maneras de hacer, de gestionar y sobre todo de tratarnos entre las personas.

La inspección eléctrica de baja tensión, obligatoria cada cinco años

DESDE LA DELEGACIÓN EN GIPUZKOA DEL DEPARTAMENTO DE DESARROLLO ECONÓMICO DEL GOBIERNO VASCO recuerdan que el Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto, por el que se aprueba el reglamento electrotécnico para baja tensión, establece la obligatoriedad de inspeccionar el sistema de baja tensión de los establecimientos. Según el Real Decreto, "deberán ser objeto de inspección por un Organismo de Control (OCA), a fin de asegurar, en la medida de lo posible, el cumplimiento reglamentario a lo largo de la vida de dichas instalaciones".

Se establecen dos tipos de inspecciones: las iniciales, que se deberán realizar antes de la puesta en servicio de las instalaciones eléctricas de

baja tensión; y las periódicas, que en el caso de los establecimientos hosteleros, que en el Decreto entrarían en el grupo de "locales de pública concurrencia", se deberán llevar a cabo cada cinco años.

Como establece la ley, la inspección la realizará en todo caso una OCA según lo establecido en el Reglamento de aplicación. De todas maneras, la empresa instaladora podrá estar en el control, si así lo desea. Como resultado de la inspección, la OCA emitirá un Certificado de Inspección, en el cual deberán figurar los datos de identificación de la instalación y la posible relación de defectos, con su clasificación, y la calificación. La inspección se valorará como favorable (aun-

que se anotarán los defectos leves), condicionada (cuando haya, al menos, un defecto grave), o negativa (cuando se observe, al menos, un defecto muy grave).

En el caso en el que se observen defectos graves, deberán ser subsanados en un plazo máximo de 6 meses. El incumplimiento de esta obligación de control de nuestro sistema de baja tensión por parte de una OCA puede llevar acarreada la imposición de una sanción, por parte de la delegación del Gobierno Vasco, de entre 3.000 y 90.000 euros.

Hostelería Gipuzkoa ha llegado a un acuerdo de colaboración con tres OCAs diferentes en las que los asociados tendrán un 10% de

descuento sobre las tarifas oficiales, siempre y cuando se comunique la condición de asociado.

> **EUROCONTROL:** Calle Portuetxe, 51. (Donostia). Teléfono: 943 224 889. donostia@eurocontrol.es. Persona de contacto: Alberto Damborenea.

> **SGS:** Calle Astigarraga, 2 - 2º Derecha. (Oiartzun). Teléfono: 943 490 128. Amaia.albeniz@sgs.com. Persona de contacto: Amaia Albeniz.

> **ICP:** Pío Baroja, 18 - 2ºA. (Donostia). Teléfono: 943 311 761. paisvasco@ocai-cp.com. Persona de contacto: Alejandro García o Mikel Benito.

Un regalo único para el día de San Sebastián

DONOSTIAKO MARTXA/MARCHA DE SAN SEBASTIÁN ES UNA PRODUCCIÓN MUSICAL que el sello discográfico Paul Music, con la colaboración de Hostelería Gipuzkoa, presenta como un regalo único para el día más importante de la capital guipuzcoana: el día de San Sebastián. Tal y como lo describe Pablo Pinilla, productor del trabajo, "es un disco único y diferente, un regalo muy especial para todos los donostiarra y, sobre todo, es el resultado de un sueño".

Es un sueño "a golpe de corazón" de un guipuzcoano

afincado en Madrid que, según cuenta, siente "esa añoranza de la ciudad más bonita del mundo, de la que presumo siempre". El disco en cuestión reúne cuatro versiones orquestales de la conocida Marcha de Sarriegi: Los Piratas de la Concha tratado como una gran aventura, Bailando en la Perla para bailar al ritmo de los tambores, El Kiosko del Boulevard sentados en "el bule" escuchando a la banda, y Desde Igueldo con esa paz que se respira desde el mirador con la vista de la bahía.

Aún estás a tiempo de



hacer tu pedido. Los precios para la adquisición de discos son 5 euros/unidad para pedidos de entre 10 y 50 unidades, y 2 euros/unidad para pedidos a partir de 50 unidades. El IVA y los gastos de envío no están incluidos, y el pedido debe ser, como mínimo, de 10 unidades. Para

más información o pedidos: proyectodonosti@paulmusic.com



SGAEk SORKUNTZA BABESTU ETA ERAGITEN DU

AVENIDA DE ZURRIOLA 0 – 20002 DONOSTIA – Tfno. 943 00 47 20 www.sgae.es

sgae

Maite Cruzado, directora de Turismo de la Diputación de Gipuzkoa

“Estamos recogiendo los frutos de mucho trabajo bien hecho”



LA DIRECTORA DE TURISMO DE LA DIPUTACIÓN DE GIPUZKOA, Maite Cruzado, hace un balance muy positivo del año 2015 y avanza que las previsiones para 2016 son aún mejores. Para profundizar en el trabajo realizado hasta la fecha, anuncia que la Diputación foral contará con un espacio en San Sebastián para fomentar que también visiten otros puntos de Gipuzkoa. La Mesa de Turismo de Gipuzkoa también verá la luz en breve, y avanza que también a corto plazo se contratará a una persona para dinamizar la organización de eventos deportivos con atracción turística.

¿Qué balance cabe hacer del 2015?

Ha sido un año muy bueno, porque seguimos aumentando el número de visitantes a Gipuzkoa. Además, los visitantes a San Sebastián y a Gipuzkoa ya son, en un 50%, de otros países. Hemos internacionalizado nuestro turismo, está claro que tenemos mucho tirón internacional. Al mismo tiempo, hemos empezado a conseguir nuestros objetivos, comenzando por la desestacionalización. Los visitantes llegan también en meses que antes no eran habituales. Ahora tenemos que continuar en la buena dirección, y apostando por la calidad. Porque no solo es cuestión de incrementar el número de visitantes, sino de conseguir establecer una

política que logre el equilibrio, la cohesión y la sostenibilidad en materia turística.

Entre las claves de estos resultados, hay que destacar que estamos recogiendo los frutos de mucho trabajo bien hecho en el pasado. Tras el final del terrorismo, Gipuzkoa está logrando atraer muchísimos visitantes gracias a su formidable oferta de recursos y a la calidad de sus servicios.

¿Con qué perspectivas trabajan para 2016?

Todos los indicadores nos dicen que va a ser aún mejor que 2015. San Sebastián y Gipuzkoa siguen recibiendo reconocimientos de diferentes instancias internacionales,

y esa línea de trabajo está siendo recompensada.

El posicionamiento de San Sebastián a nivel internacional tiene que ser un instrumento para trasladar a los visitantes a conocer Gipuzkoa. La marca es San Sebastián, pero hay que trabajar para que visiten el resto del territorio, para que de esta manera la entrada de riqueza y bienestar sea equilibrada. Afortunadamente, tenemos recursos de sobra.

¿En qué medida afectará la Capitalidad Cultural Europea al turismo?

Lo importante es la imagen que vamos a transmitir a todo el mundo, y sobre todo a Europa. El turismo, por su peso en



©Javi Guerra Hernando

Gipuzkoa cuenta con atractivos tan destacables como el Topic, Centro Internacional de Títeres de Tolosa, o el flysch de Deba, Mutriku y Zumaia.



el PIB, es un pilar estratégico en el territorio. Pero también es una imagen de país.

En ese sentido, la Capitalidad Cultural Europea va a ser un hito. Hay atractivos en el territorio a nivel cultural, paisajístico o gastronómico que nos colocan los primeros de los rankings. Por ejemplo, el Topic de Tolosa o el Geoparque de Zumaia, Deba y Mutriku van a generar congresos europeos de primer nivel. Sin duda, en los próximos años hay que profundizar en el aprovechamiento de este tipo de recursos que tiene Gipuzkoa.

Uno de nuestros retos para 2016 es trasladar a los visitantes que tendrá San Sebastián a estos puntos de interés que hay en Gipuzkoa. Para ello, instalaremos un punto de información turística en la capital. A medio plazo, este espacio confluirá con las instalaciones de información que tiene San Sebastián y el resto de oficinas de turismo comarcales.

Ante estos retos, la colaboración público-privada es imprescindible...

Efectivamente. En los últimos meses se ha reforzado la conciencia de instituciones y agentes privados de que es imprescindible la colaboración, también entre instituciones, para potenciar el turismo como una de las grandes fuentes de riqueza de este país. Para ello, vamos a poner en marcha en breve la Mesa de Turismo de Gipuzkoa, que deberá ser una herramienta valiosísima en la coordinación de todos los agentes implicados.

De igual forma, vamos a hacer una contratación de una persona para que colabore y asesore a las federaciones deportivas guipuzcoanas, con el propósito de que colabore y les asesore en la organización de eventos deportivos con atracción turística.

Acontecimientos como la Donosti Cup, la Behobia-San Sebastián o la maratón nos confirman que los eventos deportivos son grandes oportunidades para situarnos y para lograr embajadores de nuestro territorio, que luego puedan recomendarnos

o regresar con amigos o familiares.

¿Cree que la sociedad guipuzcoana es consciente de la importancia que tiene el turismo en nuestro territorio?

Sí. Los que nos visitan se van con una imagen muy buena, y al mismo tiempo los ciudadanos ven el turismo como una fuente de ingresos, pero también de enriquecimiento humano, de intercambio de culturas. El reto de las instituciones es seguir trabajando para que esta relación sea sostenible a futuro.

Desde Gipuzkoa se percibe que la política de congresos y ferias del Gobierno vasco está desequilibrada en favor de Bizkaia.

Desde la visita que realizamos a la consejera Arantxa Tapia en septiembre, para trasladarle una petición de mayor equilibrio, hemos percibido que ha habido cambios. Tapia fue receptiva, y acogió nuestra reclamación en el marco de la estrecha relación de trabajo que te-

nemos con Gobierno vasco y Basquetour.

¿Cuáles son sus próximos retos?

Entre otros muchos, queremos mejorar el posicionamiento de Gipuzkoa en redes sociales y en Internet, y estamos trabajando en varias líneas que ya están dando resultados muy interesantes. En cuanto a los mercados, estamos haciendo un esfuerzo especial de captación en Francia, donde consideramos que todavía tenemos buenas posibilidades de captar más turistas. Notamos que se nos quiere en Francia. El hecho de tener ahí al lado al País vascofrancés nos ofrece un atractivo a ambas partes.

En todo caso, todos nuestros esfuerzos van dirigidos a incrementar el número de visitantes, con la consiguiente generación de riqueza en nuestro territorio, pero sin perder nuestra esencia. Tanto a nivel medioambiental como cultural, es clave ser fieles a nuestra identidad.

COMERCIAL HOSTELERA, uno de innovador como el de

San Sebastián Cooking Center es un recinto de referencia en la ciudad de San Sebastián, donde se quieren organizar eventos en torno a la GASTRONOMÍA.

Para ello y liderados por el promotor del proyecto Jon Warren, Comercial Hostelera ha colaborado activamente en la ejecución del proyecto de esta cocina.

Desde noviembre del 2013, donde nos encontramos por primera vez con Jon, la sintonía entre ambas partes ha sido inmejorable. Al comienzo de las conversaciones, Comercial Hostelera se brindó a colaborar en el asesoramiento necesario para el diseño y la ejecución de la cocina. KOTI, como técnico comercial, fue quien lideró y apostó por un diseño concreto, el cual fue compartido con todo el equipo de San Sebastián Food. Una vez acordado el diseño óptimo, y apoyándonos en nuestros colaboradores, fabricamos y ejecutamos el diseño en la realidad. Como fruto de este trabajo, ha surgido uno de los centros gastronómicos de referencia, no solo en San Sebastián, sino en toda España.

El proyecto final:

Desde Comercial Hostelera, se ha intentado cuidar el detalle en el diseño, apostando por un bloque central fabricado en acero inoxidable, donde van encastradas 9 placas de inducción, para que los alumnos y el profesor impartan las clases en contacto directo. Para asegurar la mejor extracción y evacuación de humos, hemos colocado una campana compensada. Para colocar todos los elementos de cocción necesarios se ha realizado un mueble vertical en el fondo de la cocina, donde van encastrados los hornos, los microondas y los frigoríficos. Además, la instalación cuenta con otras dos zonas polivalentes, como son una zona de cata de vinos y una barra en U, donde el vino va a estar muy presente. Para finalizar, existen una zona de lavado y otra zona de almacenamiento refrigerado.

Todo comenzó con.....



los colaboradores clave en un proyecto

SAN SEBASTIAN FOOD



El resultado es

SAN SEBASTIAN FOOD ha sido un proyecto de referencia, donde ha sido una maravilla colaborar con nuestros clientes. Hemos intentado aportarles todo nuestro saber hacer, y plasmar en un referente de esta magnitud nuestro máximo conocimiento, obteniendo un magnífico resultado.

Claves de para la obtención de un resultado exitoso:

- Compartir objetivo de construir un proyecto innovador.
- Dedicación y preparación laboriosa de la parte del diseño.
- Conocer muy bien el interés, la necesidad y el proyecto final del cliente.
- Estar muy coordinado con los responsables de obra y ser muy minuciosos en el montaje y puesta en marcha de toda la maquinaria.



**CIAL. HOSTELERA
DEL NORTE**
PROYECTOS PENSADOS PARA SER RENTABLES

COMERCIAL HOSTELERA
AV. REKALDE 1, LOCAL 51 · 20018-DONOSTIA
T. 943 215 066
www.comercialhostelera.com
comercialhostelera@comercialhostelera.com



Sektoreak gero eta hobeto betetzen ditu udal-ordenantzak Donostian

AZKEN URTEOTAN SEKTOREAK UDAL-ORDENANTZAK NOLA BETE DITUEN ezagutzeko aukera izan du Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteak. Udaletik eratorritako datu horiek guztiz fidagarriak dira, eta oso emaitza baikorrak uzten dituzte agerian. Oro har, sektoreak udal-ordenantzak bete dituela islatzen dute.

Udaleko arduradunek eman dizkiguten arauen konplimenduari buruzko datuak egoki baloratzeko, gogoan izan behar dugu Donostian ostalaritzako 1.309 establezimendu daudela, eta, batez beste, 290 egun irekitzen dituztela ateak.

Datuek, 2010-2015 urte bitartean (azaroaren 30era arte kasu honetan), bete ez diren udal-ordenantzen aktak jasotzen dituzte, eta sektoreak arau-betetzearekin duen gero

eta konpromiso handiagoa islatzen dute.

Horrela, zaratari dagokionez, 2015eko lehen hamaika hilabeteetan 48 akta egin dira; 2010-2015 epealdiko arau-betetze maila altuena da. Kontuan izan behar da 2010.urteko garai berean 75 egin zirela, eta 2014an 61. Joera bera ikus daiteke sektorearekin zerikusia duten beste alorretan, esaterako:

establezimenduen ixteko ordutegia, leihoak eta ateak ixteko unea edota bide publikoa okupatzea (terrazak).

Terrazak, zerbitzu publikoaren eta hiritarrekiko konpromisoaren eredu

Agian, terrazak ipintzeko udal ordenantza berriaren arau-betetzeari buruzko datuek aipamen berezia merezi dute.

Ez du inork zalantzan jar-tzen, terrazek gure kaleen, plazen eta auzoen estetika aldatu dutela eta auzokideen arteko sozializazioa hobetu duela. Bertako ostalaritza sektoreak terrazetan egin duen inbertsioak hiritarrei espazio erosoagoak eskaintzeko aukera eman du. Gainera terrazek, beste hiri batzuekin eta beste garai bateko paisaiarekin alderatuz, estetika hobetu dute. Horrek, maiz, espazio horiek euren inguruko ardatz soziala bilakatu ditu.

Gogoan hartu beharra dago 2015.urtean hiriko terrazen kopurua 600dik gorakoa zela; tabakoaren legea martxan jarri zen urtean, 2011n, baino bi aldiz gehiago. Azken bost urteotan terrazen instalazio kopurua bikoiztu den arren, 2015.urtean araua ez bete-tzeagatik egin diren aktak ez dira 2011ko aktak kopuruaren %70era iritsi. Berriz ere, zenbakien errealtateak sektoreak kalitatezko zerbitzua eskaintzeko duen konpromisoa berresten du, inguru sozialari dion errespetua agerian utziz.

Bete ez diren udal-ordenantzen akten urteko eboluzioa Ostalaritzako sektorean (Iturria udaltzaingoa)

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
RUIDO	75	50	56	59	61	48
AFORO	6	2	4	6	5	8
HORARIOS	79	41	52	34	25	30
VENTANAS	23	15	24	18	20	14
TERRAZAS	60	107	74	74	62	69

La iniciativa solidaria PintxoKoop cumple dos años

Los impulsores y colaboradores de este proyecto ya han entregado más de 12.300 euros a cinco entidades sociales.

HAN TRANSCURRIDO DOS AÑOS DESDE QUE EL INNOVADOR PROGRAMA DE COOPERACIÓN PINTXOKOOP se pusiera en marcha. Esta exitosa iniciativa, desarrollada de forma conjunta con establecimientos de la hostelería donostiarra, busca contribuir a la financiación de proyectos sociales, culturales y deportivos, realizados por diferentes asociaciones o colectivos de ámbito local.

Además de la treintena de bares que colaboran con el proyecto, PintxoKoop cuenta con la participación de dos vinaterías y La Caixa, que ha donado, por segundo año consecutivo, 1.500 euros a la iniciativa. Cada uno de los establecimientos involucrados, por su parte, destina parte del precio de un pintxo o de la venta global de pintxos del local al objetivo perseguido en ese momento por PintxoKoop.

Actualmente, el reto en el que trabaja la iniciativa está a punto de materializarse. El objetivo es aportar un total de 5.000 euros a la asociación guipuzcoana Aspanogi (Asociación de familias con niños con cáncer), para el acondicionamiento y puesta en marcha de un piso de acogida para familias de niños oncológicos



El proyecto PintxoKoop cumple dos años llenos de éxitos.



hospitalizados en el Hospital Donostia.

Sin contar con lo que llevan recaudado para Aspanogi, los impulsores y colaboradores de PintxoKoop ya han entregado un total de 12.313 euros a cinco entidades sociales. Empezaron con un proyecto de colaboración con el Club Dordoka de Aspace (2.000 euros); siguieron con los payasos de hospital Algaraklown (1.820 euros); la asociación Pausoka (3.964 euros); Why Not, fundación donostiarra para la salud mental (2.000 euros) y Atece (2.529 euros).

El proyecto, asimismo, ha puesto en marcha una pequeña revista de distribución gratuita, PintxoKoop News, dedicada a las asociaciones y a los hosteleros con los que colaboran. La publicación pretende ser un medio para explicar los diferentes objetivos que persigue la iniciativa y dar a conocer a través de entrevistas y reportajes la labor que desarrollan las Asociaciones beneficiarias de PintxoKoop y los hosteleros que hacen posible este proyecto.

Entre las distintas formas que existen de colaborar con esta iniciativa, convertirse en uno de los establecimientos colaboradores de PintxoKoop es una de ellas, ya que los hosteleros son una pieza fundamental para el desarrollo de esta iniciativa. Por ello, todo aquel que desee participar puede ponerse en contacto con Borja Vigil o Iñigo Martínez (pintxokoop@gmail.com), dos de los impulsores del proyecto.



Bar Pepe
Hegaluze puska plantxan saltsa gazi-gozoa, Jerezko baltsamikoa eta perexil olioarekin.



Batzoki
Aza-kaneloiak Beasaingo odolki z beteak eta baserriko arrautzez eginiko besamelarekin.



Duit
Ondo risottoa Idiazabal gaztarekin.



Mandragora
Arrautzaturiko tomate frijitua, Idiazabal gazta, hirugiharra eta piper gorriekin.



Manex
Idiazabal gazta tosta, irasagarra, intxaurrek eta sagar konpotarekin.



Ur Gain
Ormaiztegiko odolkia hirugiharrekin eta gaztarekin.

Antiguako 'Zapore potea', bertako produktuen sustatzaile

Donostiako hamar tabernek bat egin dute hileroko lehen ostegunean tokiko produktuekin osatutako pintxoak eta bertako edaria eskaintzeko egitasmoarekin

GIPUZKOAKO OSTALARITZA ELKARTEAK ANTOLATUTAKO ZAPORE POTE EKIMENA hileroko lehen ostegunean izaten da Donostiako Antigua auzoko hainbat tabernatan. Helburua euskal osagaiekin egindako pintxoak eta bertako edariak dastatzeko aukera prezio

onean eskaintzea da (pintxo + edaria 3 euro). Egitasmoa hiriko beste auzoetara hedatzeko asmoa badugun arren, oraingoz Antiguako hamar tabernek egin dute eskaintzarekin bat: Batzokia, Café de Mario, Galtxagorri, Gasteiz, Lobo, Mandragora, Manex, Ur Gain, Duit eta Pepe. Iazko azaroan hasi ginen Zapore Potea tabernetan antolatzen, eta partaideekin lehenengo hilabeteen balorazioa egin dugu. Oro har, "harrera ona" izan du, eta horrelako ekimenak "gehiagotan" egin behar direla nabarmendu dute ostalariek.

Duit tabernako nagusia, Juan Carlos Apaolaza, azkena izan zen ekimenean parte hartzen eta oso pozik dago erabakiarekin: "Gu bigarren saioarekin batera hasi ginen

Zapore Potea egiten eta oso ondo atera zen", aitortu du. "Bezeroek, ondokoak pintxo berezia jaten ari dela ikustean, berehala galdetzen dute ea zer den hori, eurak ere probatu nahi dutelako", aipatu du. Duit tabernak Risottoa Idiazabal gaztarekin eskaini zuen, eta "tamaina handiko pintxo zenez, asko etxera erdi afalduta joan ziren", ziurtatu du. Edarian ere nabaritu zuten joera aldaketa, egun hartan askok eskatu baitzuten txakolina, eta "arratsalde gutxitan saltzen dugun produktua da", azaldu du. Oro har, horrelako egitasmoak "giroa berotzeko bikainak" direla dio, eta Zapore Potea gehiagotan egiteko beharra nabarmendu du.

Duela urtebete inguru ateari ireki zituen Lobo taber-

nako gerentearekin ere izan gara, Francisco Fernandezekin. Haren hitzetan, azaroko eskaintzak "harrera beroa" izan zuen eta jendea galdetzeraz eta parte hartzeraz animatu zen. Ez zen, ordea, gauza bera gertatu abenduan. Fernandezek dionenez, "ekintza hilabetean behin izanda, zaila da bezeroak horrekin gogortzea, ahaztu egiten dute hileroko lehen ostegunean hori dagoela". Lobon Idiazabalez beteriko orlya, hirugiharra, intxaurrek eta irasagarra erabili zituzten pintxoak lantzeko, eta bezeroek "osagaien jatorriaz" galdetu zutela aitortu du. Hala ere, ekimena astero izan behar harko litzatekeela aipatu du: "oso ondo legoke Zapore Poteak Groseko pintxo poteak duen harrera lortzea; kontuan

*Galtzagorri*

Ezkurtzerri hanburgesa, piperrekin eta ali-oli saltsarekin.

*Loba*

Idiazabalez beteriko orlya, hirugiharra, intxaurrek eta irasagarra.

*Café de Maria*

Patata tortilla, Zizurkilgo arrautzez eta Arabako patatez egina.

*Gasteiz*

Tolosako babarrunak.

hartu behar da bi aldiz egin dela bakarrik, eta horretarako denbora behar da”.

Loboren alboan dagoen Mandragora tabernako nagusiak, Lucas Reyek, Zapore Poteko bigarren saioan 40 bat pintxo atera zituela kontatu digu. Pintxo potea asteazketan egiten dute, eta Zapore Potea ostegunetan denez, jende gehiago hurbildu zela uste du Reyek. Beraz, haren aburuz, horrelako ekintzak “oso garrantzitsuak” dira, eta argi du jendeak gauza berrietara ohitzeko denbora behar dela. Horregatik, “lanean jarraitu” behar dutela adierazi du. Mandragoran, bigarren osteguneko pintxoak izan zuen arrakasta gehien: arrautzaturiko tomate frijitua, Idiazabal gazta, hirugiharra eta piper gorriak zeramatzan ogi tosta.

Mario Kafeko jabea den Carlos Montoriok, berriz, lehenengo egunean mugimendu gehiago nabaritu zuela aipatu

du. Berak ere uste du, hilean behin eginda, jendea ez dela ekimenarekin akordatzen, eta “maizago” egingo lukeela dio, “hamabost egunean behin edo astero”. Benta Berriko kafetegi honetan, Arabako patatekin eta Zizurkilgo arrautzekin prestaturiko tortilla egin berria eskaini zuten, eta bezeroei “asko” gustatu zitzaieela adierazi du.

Antiguako Batzokiko Juan Manuel Barcenak argi du horrelako ekimenak “lagungarri” direla. Haien kasuan, lehenengo saioan beste ekimen bat izan zuten, eta, hori dela eta, ezin izan zuten harrera aztertu, baina bigarren aldian “pintxorik gabe” geratu zirela azaldu du. Barcenak hasieratik argitu die bezeroei zertan datzan egitasmoa, eta horrek parte-hartzea sustatu duela uste du. Bestalde, batzokian bertako eta sasoiko produktuak erabili dituzte pintxoak egiteko: azaroan babarrun krema, pipermin aparra eta hirugihar

karraskaria eskaini zuten, eta, abenduan, aza-kaneloiak Beasaingo odolki z betea.

Benta Berritik urrunago ekimenean parte hartzen ari direnak ere badira. Horietako bat da Juan Mari Aramendi, Gasteiz tabernako nagusia. Aramendik bigarren eguna hobeto joan zela esan du: “Kontua da gure taberna Ondarreta inguruan dagoela, eta pintxo poteak Benta Berri aldean duela harrera handiagoa”, argitu du. Beraz, Aramendik ekintza “ondo” dagoela dioen arren, bezeroak erakartzea ez dela erraza aipatu du. Haren hitzetan, “jendearen ohiturak aldatzea zaila da, baina pixkanaka egingo dugu”. Gasteiz establezimenduan Tolosako babarrun pintxoak jarri zuten bi ostegunetan, bertan arrakasta handiko mokadua baita.

Ondarreta aldean topa daitekeen beste taberna parte-hartzaile bat Urgain da. Javier Menaut da nagusia eta harekin

ere hizketan aritu gara. Kasu honetan, harrera ez dela “berezi ona” izan aitortu du. Bere ustez, Antiguako alderdi horretan pintxo poteak ez du hainbesteko arrakastarik, eta horrek eragina du Zapore Potean. Hala ere, ekimenaren inguruan galderak egin dituzten bezeroak egon dira, eta langileek bertako produktuez egindako “pintxo bereziez” azalpenak emateko aukera izan dutela azaldu du. Gainera, bezero askok “idea bikaina” dela aitortu dute. Urgainen eskaini dituzten pintxoak bakailao krepea eta Ormaiztegiko odolkia dira, eta biek “oso ondo” funtzionatu dute.

Idiazabal gazta eta Ibarrako piperrak, osagai protagonistak

Partaide guztiek argi dute osagaien artean Idiazabal gaztak eta Ibarrako piperrek duten protagonismoa. Askok Idiazabal gaztarekin beti asmatzen dela nabarmentzen dute, postreetan erabiltzeko edo pintxoei gehitzeko osagai paregabea dela diote. Ibarrako piperrak ere pintxo-eskaintza gehienetan topatuko ditu bezeroak; ostalariek gehienbat Zapore Potean gilda pintxoak egiteko edota babarrunekin batera eskaintzeko erabili dute.

Bertako beste produktu batzuek ere arrakasta handia dute, besteak beste: Ormaiztegiko edo Beasaingo odolkia, Getariako tomatea edo Tolosako babarrunak. Edarriei dagokienez, Arabako Errioxako ardoa izan da nagusi. Hala ere, ostalarien ustez, Zapore Potea arratsalde izateak eragina du edariaren aukeraketan. Ohitura handiagoa dago gauez ardoa edateko; haien ustez sagardoa eta txakolina eguerdiko potean eskatzen da gehiago.

Arabako Errioxako ardoaren eta Idiazabal gaztaren III. astea egin da

HIRUGAREN URTEZ, GIPUZKOA OSTALARITZA ELKARTEAK ARABAKO ERRIOXAKO ARDOAREN ETA IDIAZABAL GAZTAREN hirugarren astea egin du, abenduaren 5etik abenduaren 13ra. Aurten 34 izan dira Kalitatea proiektuaren baitan antolatutako ekimenean parte hartu duten Gipuzkoako establezimenduak: Azkoitiako Laja; Azpeitiako Kiruri; Beasaingo Kattalin Erretegia; Debako Seven Clovers Irish Pub; Donostiako Amarako Abadia, Apitxin, Aratz, Etxeberria, Duit, Elizalde, Ezkurra, Gasteiz, Hidalgo 56,

Kata 4, Kostalde, La Boule, La Venta de Curro, Labrit, Manex, Tiburcio, Txalupa, Txokolo, Ubarrechena eta Ur Gain; Eibarko Birjiñape, Errenteriako Zuketz; Irungo Casa Estebenea eta Danako; Lasarte-Oriako Goiegi; Lezoko Kaialde; Oiartzungo Arizpe; Urnietako HK10; Usurbilgo Benta eta Zizurkilgo Izarra. Egun horietan zehar, establezimenduak Idiazabalgaztaren errazioak eta pintxoak eskaini zituzten beren barra eta kartetan, baita ardo kopak eta botilak ere.

Ekimena aurrera eramateko, ezinbestekoa izan da Arabako Errioxako Upeltegien Elkartearen eta Artzai Gaztaren hornitzaileen babesa. Haien laguntzaz, parte hartu duten establezimenduak prezio bereziak izan dituzte bai ardoan bai Idiazabal gaztan.

Urtean zehar egin diren ekimenen arrakasta ikusita, datorren urtera begira horrelako egitasmoak antolatzen jarraituko du Gipuzkoa Ostalaritza Elkarteak, oso garrantzitsuak baitira bertako produktuen balioa goraipatzeko eta kontsumoa sustatzeko.



Información
943 404 110

eatGIPUZKOA.com
Central de Reservas de Restaurantes

Promocionamos tu restaurante en 4 idiomas

Modernízate para recibir el 2016, internet es el canal que usaran turistas y ciudadanos

reservarán on line desde tu página web, Facebook y eatgipuzkoa.com

Conoce las **opiniones** de tus clientes

el sistema envía encuestas para saber qué piensan realmente
Sus aportaciones te ayudan a saber qué mejorar y qué mantener

**Promociona
tus menús y
ofertas**



Ahora
con **Libro
de reservas
online**

**Con la agenda de reservas
online ahora todo mas
cómodo y sencillo!!!**

Xixario Zalakain, Galtzata ustiategiko arduraduna

«Idiazabal gazta gure lurraldeko produktua da»



«Hiriburuetako kontsumitzaileak, neurri handi batean, ez daki Idiazabal gazta zertan datzan»

«Gure gastronomiaren produktu preziatu hau ostalaritzak soberan ezagutzen du»

ARTZAIN GAZTA SUSTATZEKO HELBURUA DUEN ELKARTEAREN BARRUAN DAGO

Galtzata ustiategia. Guztira, Artzain Gaztak 110 bazkide ditu Araban, Bizkaian, Gipuzkoan eta Nafarroan; Idiazabal Izendapen Ofizialeko eremuak hartzen dituen lurraldeetan, hain zuzen.

1995ean martxan jarri zuten familiako enpresa mantentzeko ahaleginetan ari dira Xixario eta Joxemanuel Zalakain anaiak. Harro daude lortutako emaitzekin eta bezeroek dieten estimuarekin. Hala ere, 250 buruko artaldea kudeatzea eta urtean 5.000 Idiazabal gazta ekoiztea oso sakrifikatua dela nabarmen-tzen dute.

Xixario Zalakainek Kalitatea proiektuan eta Ostalaritza

Elkartean abian jartzen diren egitasmoetan lagundu ohi du, eta, bere ustez, oraindik lanik badago ustiategi txikietan artisauki egiten den Idiazabal gazta ezagutzera emateko. Gainera, azaldu du zaila dela multinazional handiek egiten duten kanpainen aurka lehia-tzea; beraz, Idiazabal Izendapen Ofizialeko lanak meritu handia du.

Bere iritziz, hiriburuetako kontsumitzaileak, neurri handi batean, ez daki Idiazabal gazta zertan datzan. Egoera hori, ziur aski, "zurrunbilo komertzial" batean sartuta daudelako gertatzen da. Zehazki, oinarrizkoa deritza erosiak jakitea Idiazabal bertako produktua dela, eta erosterakoan ekonomia lokala eta ekoizle txikien lana sustatzen ari dela,

baita biodibertsitatea eta ja-sangarritasuna ere.

Gustu guztietarako

Xixarioren ustez positiboa da Idiazabal Izendapen Deitura-ren barne gazta oso desberdinak egotea, bi hilabeteko freskotik hasi eta urte eta erdiko ondura arte. Ekoizle bakoitzak gazta desberdina egiten duela ere adierazi du, eta horrek gustu guztietarako Idiazabal gazta topatzea dakarrela.

Gure gastronomiaren produktu preziatu hau ostalaritzak soberan ezagutzen duela nabarmendu du, baina kasu batzuetan prezioa kalitatearen ginetik jartzea eta, ondorioz, beste gazta batzuk aukeratzea deitoratu du. Sektorearen babes handia sentitzen duela adierazi du, batik

bat sukaldari ezagunena, Arzak eta Subijana ospetsuena kasu.

Bere produktuaren sustapena eta merkaturatzea ditu erronka nagusi. Alde batetik, jakinarazi du ekoizle txikiak ez dutela jardunaldi gastronomikoetara eta Idiazabal gazta sustatzeko ekitaldietara joateko baliabiderik, eta zailtasunak dituztela produktua jatetxe, denda nahiz harategietan banatzeko.

Edozein kasutan, salmentak aurrera doaz, eta ekoiztutako guztia banatzea lortu du Galtzatak momentura arte. Hori dela eta, etorkizunera begira, produktua merkatuan finkatzea eta bezeroek orain arte erakutsitako fideltasuna sustatzea dira ustiategiaren erronkak.

Campaña para sensibilizar sobre el ruido en la Parte Vieja donostiarra

La iniciativa forma parte de la estrategia Hiri Berdea 2030

HOSTELERÍA GIPUZKOA HA COLABORADO CON EL AYUNTAMIENTO DE DONOSTIA en la puesta en marcha de una campaña para concienciar a la ciudadanía sobre la problemática del ruido generado por el ocio nocturno en la Parte Vieja donostiarra. Bajo el lema "Convivamos la Parte Vieja. Muchas gracias por bajar el tono", la campaña comenzó el 19 de noviembre y estará en marcha, como mínimo, hasta fin de año, cuando se debatirá su continuidad.

La campaña de sensibilización ha sido posible gracias al proceso de participación que el Ayuntamiento puso en marcha a finales de verano y en el que, además de Hostelería Gipuzkoa, han participado los vecinos, representados por Parte Zaharrear Bizi, y los hosteleros y comerciantes de la asociación Zaharrear.

Hiri Berdea 2030

Esta campaña se enmarca dentro de la iniciativa "Auzo Osasungarria/Barrio Saludable 2030" que, a su vez, emana de la Estrategia Ambiental Hiri Berdea 2030. Esa estrategia establece cuatro grandes retos, uno de los cuales persigue que Donostia sea un entorno saludable y pone el foco en la calidad de vida de la ciudadanía.

En este contexto, el Ayuntamiento de Donostia realizó en 2010 el Mapa Estratégico



del Ruido, que en 2014, atendiendo a una demanda vecinal, fue ampliado realizando un estudio sobre el impacto acústico que genera el ruido del ocio nocturno en diferentes zonas de la ciudad, entre las cuales se encuentra la Parte Vieja.

Cabe decir que, según este informe, los niveles de ruido se generan por la concentración de gente en la calle (por las terrazas o frente a los locales hosteleros), pero no por problemas de insonorización de los propios locales.

Buenos datos

La Guardia Municipal confirma el buen hacer del sector en esta materia y confirma estas primeras conclusiones del informe citado. Según las estadísticas de la Guardia Municipal, en 2015 apenas se han levantado actas por ruido en los establecimientos de la Parte Vieja: 10 actas en 11 meses de actividad en un total de 140 establecimientos abiertos 365 días, un porcentaje que no llega a representar al 2 por 10.000. Es decir, un porcentaje ridículo de incumplimiento.

Gure establezimenduen lehiakortasuna hobetzen laguntzeko zerbitzu berria



GIPUZKOAKO OSTALARITZA ELKARTEAK, Gipuzkoako Foru Aldundiko Ekonomia Sustapen, Landa Garapen eta Lurralde Oreaka departamenduaren laguntzarekin, ostalaritzako enpresariei zuzenduriko laguntza-zerbitzua jarri du martxan, euren negozioen lehiakortasuna aztertu ahal izateko. Establezimenduei euren jardueraren kanpo-ikuspegia emateko eta kudeaketan hobekuntzak planteatzeko beharra ikusi dugu elkartearen, eta horri erantzuna emateko sortu da zerbitzua. Lehen fasean, 2015ean zehar, hamar establezimenduk hartu dute parte, eta lortutako emaitzen arabera, kudeaketan laguntzeko zerbitzu orokorra eratzea interesgarria iruditu zaigu.

Hiru jarduketa-arlo hartzen ditu kontuan zerbitzuak.

Lehenengoak jardueraren kudeaketa globala aztertzen du, eta sektoreko errentagarritasunaren eta kosteen estandarrekin alderatzen du, antzeko establezimenduen emaitzak parekatuz. Aztertutako negozioen gestioan desbideratze nabarmenak hautemateko lagungarria da Ostalaritza Elkartek urte guztiotan bildutako informazioa, sektoreko kontabilitatearen inguruan duen ikuspegia dela eta: kudeaketaren, kontsumoaren, langile-gastuen eta abarren inguruko datuak ditugu eskura. Bigarrenik, bezeroaren ikuspuntutik aztertzen dugu negozioaren jarduera, bezero misterioaren teknika erabiliz. Horrela, hainbat alditan bisitatzen dugu establezimendua, zerbitzua nola gauzatzen den ezagutzeko eta hobetu

daitezkeen alderdiak antzemateko.

Azkenik, marketin eta komunikazio erremintak behatzen ditugu, baita taberna edo jatetxeak sare sozialetan duen presentzia ere. Izan ere, arlo hori gero eta beharrezkoagoa da negozioa merkatuan ongi kokatu ahal izateko.

Elkarteko lantaldeak informazioa bere osotasunean aztertu eta balantze txostena lantzen du, establezimenduen DAFO analisia eta zerbitzua hobetzeko proposamenak eginez. Gainera, proposatutako neurri horien jarraipena egiteko plana aurkezten dio Gipuzkoako Ostalaritza Elkartek aholkularitza jaso duen enpresariari. Besteak beste, urtebetez aldizkako bilerak egitea aurreikusten du plan horrek.



Nueva liga de pádel Asociación de Hostelería de Gipuzkoa

HOSTELERÍA GIPUZKOAKO, EN COLABORACIÓN CON TRINKETE Ibaeta, propone a sus asociados la opción de participar en la nueva Liga de Pádel Asociación de Hostelería de Gipuzkoa, que se pondría en marcha a principios de este nuevo año. La celebración, o no, de este torneo se verá condicionada por el número de asociados inscritos.

Esta nueva liga, que se desarrollaría en las instalaciones que el Trinkete Ibaeta tiene en Donostia, constaría de tres niveles de categoría con dos fases de apertura y clausura, y con ascensos y descensos entre las categorías (iniciación, media y alta). La primera fase iría desde su comienzo en enero hasta marzo, y la segunda fase, desde abril hasta junio. El coste será de 20 euros por equipo, y las inscripciones se realizarán desde la misma Asociación.

Campaña de inspección de Hacienda Foral sobre entrega de tickets en establecimientos de hostelería y comercio

DURANTE LOS PASADOS MESES DE OCTUBRE Y NOVIEMBRE, la Hacienda Foral de Gipuzkoa ha desarrollado una campaña de inspección entre profesionales, pymes y micropymes de Gipuzkoa que trabajan "a pie de calle", para comprobar el cumplimiento de la obligación que cualquier empresa o profesional tiene de entregar una factura abreviada (ticket) cuando realiza un servicio a un cliente. La campaña se ha desarrollado fundamentalmente entre los sectores de la hostelería, el comercio y los taxis. La información de la que dispone Hostelería Gipuzkoa confirma que se han "librado" de esta campaña de inspección muchas empresas y profesionales que también trabajan "a pie de calle", como pueden ser quienes integran el mundo de la sanidad (dentistas, fisios, etc.) o el de los cuidados personales (peluquerías, masajistas, esteticistas, etc.). Desconocemos las razones por las que esta campaña no ha afectado, en esta ocasión, a dichos colectivos.

La obligación de entregar factura en ventas al por menor está regulada; y en concreto, el último decreto foral al respecto, de 28 de febrero de 2013, establece la obligatoriedad de entrega de factura simplificada (ticket) para todo tipo de operacio-

nes por debajo de 400 euros. Para que sea válido, el ticket a entregar debe incluir en su impresión el nombre y apellidos, o la razón social, del emisor, su número de identificación fiscal, la fecha de emisión, el número del ticket, el servicio o producto entregado, el IVA aplicado y el total del ticket. Sin esta información, el ticket entregado no es válido y, por tanto, puede ser objeto de sanción. Desde Hostelería Gipuzkoa os recomendamos que comprobéis, con vuestro suministrador de sistemas informáticos de facturación, que el ticket que emiten vuestros equipos informáticos cumple con los requisitos aludidos.

Luchar solos contra la costumbre social de no pedir ticket

Los resultados de la campaña señalan que se han inspeccionado 35 establecimientos de hostelería y comercio y 18 taxis. En el ámbito del comercio y la hostelería, el 20% de los establecimientos (7) entregaron los tickets correctamente; el resto, salvo un caso, hicieron entrega de los tickets cuando fueron requeridos por los inspectores de Hacienda. En el caso del taxi, solo 4 de los 18 taxistas inspeccionados emitieron ticket en primera instancia.

A la vista de los datos de la inspección realizada, es

evidente que los establecimientos realizan el "ticado" de sus operaciones en las máquinas registradoras de forma regular. Si no fuera así, no podrían haberse entregado los tickets cuando se requirió a los establecimientos desde la inspección de Hacienda. De hecho, solo uno de los 35 negocios inspeccionados (desconocemos si un comercio o un bar) no pudo entregar ticket, lo que apenas representa un 3% de incumplimiento de la obligación de "ticar" las operaciones realizadas. En lo esencial, la normativa sobre el registro de las ventas de los establecimientos se cumple en los sectores del comercio y la hostelería.

Tema diferente es la entrega del ticket al cliente. Lo primero que debemos decir aquí es que dicha entrega es "obligatoria" siempre, sea cual sea la cuantía de la operación realizada. Desde Hostelería Gipuzkoa animamos a los asociados a exigir a sus empleados que entreguen el ticket en todo momento.

Lo que ha ocurrido hasta ahora y, querámoslo o no, seguirá ocurriendo en el medio plazo, es que la falta de costumbre entre los trabajadores del sector, la ausencia de una demanda real por parte del cliente, la escasa cuantía de las operaciones o la sensibilización medioambiental en contra del uso de papel, han

hecho que la entrega de tickets no sea una costumbre generalizada en el sector. Debemos de luchar contra esta costumbre y animar a nuestros trabajadores a entregar el ticket.

Todos hemos comprado barras de pan en panaderías, botones en mercerías, periódicos en kioscos, manzanas en fruterías o chicles en tiendas de chuches; operaciones, todas ellas, de cuantía similar a la compra de un zurito o un pintxo de tortilla. Por lo general, jamás se nos ha entregado ticket por dichas operaciones en ninguno de los referidos establecimientos y, por eso, no hemos supuesto que el referido establecimiento defraudara a Hacienda. Simplemente no había costumbre de entregar ticket y punto. Por ello, exigimos de la administración pública y de los medios de comunicación que se deje de estigmatizar a la hostelería, asociando la no entrega de ticket en el sector con el fraude generalizado a la institución foral. Esta ausencia es común en otros muchos sectores económicos - los ejemplos que hemos puestos son prueba de ello- y, sin embargo, nadie considera a los mismos fuentes de fraude fiscal generalizado.



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

Euskal produktuak eta ardoak kartetan nabarmentzeko aukera

JA(KI)TEA
GURE BETIKO SUKALDARITZA

OSTALARITZAKO ELKARTEAK, KALITATEA PROIEKTUAREN BAITAN, Gipuzkoako establezimenduetan bertako produktuek eta ardoek duten lekua ezagutarazi nahi du, produktuak gehiago ikusarazteko eta establezimenduetan duten presentzia zabaltzeko helburuarekin. Hori dela eta, jatekxez jatekxe aplikatuko den eta bi fasetan banatuko den lan sistema bat jarriko du martxan elkarteak.

Lehenengo fasean, establezimendu bakoitzeko kartak aztertuko dira. Horrela, Euskadin ekoizten diren produktuak eta ardoek jatekxetan duten posizioa eta identifikazio maila jakin ahal izango da. Prozesu horretan, langile teknikoak zalantzak argitzeko beharrik izango balu, jangelako arduradunarekin edota sukaldeko buruarekin hitz egingo luke.

Bigarren fasean; batetik, ardoen kartan bertako produktuak nabarmentzeko aukerak proposatuko dira; eta, bestetik, bertako edaririk ez balego, kategoria bakoitzean zenbait ardo sartzea proposatuko litzateke. Bestalde, pro-



duktuen kartari dagokionez, helburuetako bat jatorriari erreferentzia egitea izango da. Hala ere, inguruko produktuak erabiltzen ez badira, bertan ekoizten diren beste produktu batzuk agertzearen aukeraz hitz egingo da.

Esaterako, ikerketa horren baitan aztertutako karta batean, Euskadin ekoizten den cavari, zuririk, edo ardo gozirik ez balego, elkarteak egingo lukeen proposamenen artean hauexek egongo lirateke: eskaintza horretara ardo zuri gazteren bat gehitzea -Muro bodegak edota barrikan hartzitutako Primicia bodegak-, oinarrian txakolina duen cavaren bat izatea -Bodegas Beldui- eta txakolinetik eratorritako Itsasmendi Urezi

ardo gozoa eskaintzea. Ardo beltzei dagokienez, eskaintzaren barruan baldin badaude, Arabar Errioxa hitza azaltzea komeni da.

Gainera, kasu guztietan atal berri bat gehitzea proposatuko da ardoen kartan. Bertan, establezimenduak eskaintzen dituen Euskadin ekoiztutako ardo guztiak agertuko dira.

Osagaien kasuan ere, jatekxetan eskaintzen direnen jatorria agertzea proposatuko da. Adibidez, arrautzak, entsaladetan erabiltzen den tomatea edota prestatzen dituzten barazkiak baserrikoak badira, kartan, nongoak diren aipatu beharko da. Oro har, produktuaren jatorria argi ikustea da asmoa, esate

baterako: Arabar babarrunak, Hondarribiko legatza, San Juanen arrantzatutako txipiroiak, etab. Postreetan ere adi egon behar da; adibidez, Idiazabalgo gazta edota Errezilgo sagarrak erabili badira jatorria kartan aipatu beharko da.

Euskal produktuak eta ardoak kartetan nabarmentzeko gauzatuko den ekintza hau, Jakitea elkartearekin elkarlanean egingo da. Jakitea 21 establezimenduz osaturiko elkarte da eta bertako eta 0 kilometroko produktuen alde egiteko asmoz eratu zen. Kartan berrikuste horretan parte hartu nahi izanez gero, Gipuzkoako Ostalaritza Elkartearekin harremanetan jar daiteke bazkide den edonor.



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 neurrira 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.

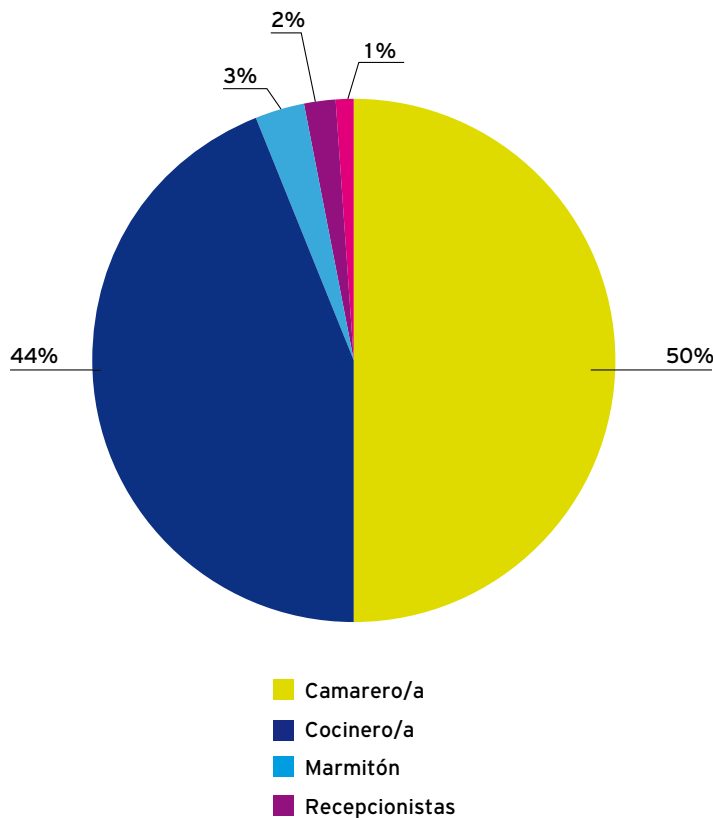
Buen año para la bolsa de trabajo de Hostelería Gipuzkoa



donostiasustapena
fomentosansebastián
DESARROLLO ECONÓMICO DE SAN SEBASTIÁN
DONOSTIAKO GARAPEN EKONOMIKOA
SAN SEBASTIÁN ECONOMIC DEVELOPMENT

DESDE SU CREACIÓN EN EL AÑO 2012, EL DEPARTAMENTO DE BOLSA DE TRABAJO DE LA ASOCIACIÓN no para de crecer, gracias, en parte, a la ayuda que ha proporcionado el convenio firmado con la sociedad municipal Fomento San Sebastián. Durante el año 2015 cabe destacar, entre otras, las labores de contratación, el apoyo en la gestión de subvenciones y la ayuda a emprendedores, fundamentalmente en la promoción y apoyo de proyectos empresariales estratégicos e innovadores. Un servicio, este último, ampliado como consecuencia del último acuerdo firmado con Fomento San Sebastián.

En lo que a las contrataciones se refiere, el departamento de bolsa de trabajo ha gestionado durante el año 2015 un total de 327 ofertas de trabajo entre 170 empresas, de las cuales 109 se sitúan en San Sebastián y el resto están distribuidas en la provincia. 163 ofertas buscan puestos de camareros/as (49,8%); 142 ofertas de



cocinero/as (43,4%); 11 ofertas de marmitones (3,4%); 7 ofertas de recepcionistas (2,1%) y 4 puestos de cargos como administrativos y/o ge-

rentes (1,22%).

De la totalidad de las ofertas gestionadas y analizando el perfil de la gente que finalmente ha sido contratada

por los establecimientos, concluimos que son las mujeres quienes predominan en este sector, con un 60,46%, frente al 39,5% correspondiente al perfil masculino. Además, cabe añadir que el colectivo menor de 30 años (44,18%), junto con los que tienen entre 30 y 45 años (46,51%), son los más demandados, mientras aquellos que tienen más de 45 años integran el colectivo más castigado (9,3%).

En cuanto a las subvenciones, a lo largo del año se han gestionado dos tipos de ayudas, ambas concedidas por Fomento San Sebastián: las de contratación y las de creación de empresa. Por un lado, se ha realizado la gestión de 29 subvenciones a la contratación y se ha solicitado por todas ellas 130.500 euros, repartidos de la siguiente manera: 15 subvenciones de 3.000 euros; 3 de 4.500 euros; 9 de 6.000 euros y 2 de 9.000 euros. Entre las 29 ayudas a la contratación que se han demandado, 17 han sido solicitadas por contratar a mujeres, y 12 a hombres. Por otro, se han tramitado un total de 5 subvenciones para la creación de empresas, que se reparten en las siguientes zonas de San Sebastián: Gros, Amara, Intxaurre, Martutene, Antiguo y Centro. La cuantía total solicitada asciende a 14.500 euros.

Por último, son 20 los emprendedores que se han acercado a nuestras oficinas para que les asesoremos sobre cómo arrancar su negocio y qué vía debe de escoger en función de su situación y expectativas. La forma jurídica de estos 20 establecimientos se distribuye así: 13 personas físicas; 5 sociedades limitadas y 2 comunidades de bienes.

Aumenta el número de beneficiarios del acuerdo con Repsol Butano



EL 1 DE MARZO SE CUMPLEN DOS AÑOS DESDE QUE SE MATERIALIZÓ el acuerdo de colaboración con Repsol Butano. Desde entonces, el número de asociados de Hostelería Gipuzkoa que se han beneficiado del mismo ha subido exponencialmente. De los 58 primeros asociados que se beneficiaron del acuerdo, hemos llegado a los 129 beneficiarios. Estos datos reflejan que cada vez son más los asociados a Hostelería Gipuzkoa que están obteniendo importantes descuentos en su factura de gas. El acuerdo es de aplicación únicamente para

aquellos establecimientos que cuentan con depósito de gas en el exterior del local. Además, esta iniciativa ha permitido a la asociación crecer y captar nuevos asociados en todo el territorio guipuzcoano.

Os adjuntamos la evolución de precios mensuales aplicados como consecuencia del convenio de colaboración para que podáis comprobar su aplicación en vuestras facturas.

Desde Hostelería Gipuzkoa os animamos a difundir este convenio y a animar a compañeros hosteleros que tienen depósito

TARIFAS 2014	TARIFA PACTADA (€/kg)	DESCUENTO AGRUPACIÓN HOSTELERÍA (€/kg)	PRECIO FINAL (€/kg)
ENERO	0,7339	0,01	0,7239
FEBRERO	0,7589	0,01	0,7489
MARZO	0,8508	0,01	0,8408
ABRIL	0,8541	0,01	0,8441
MAYO	0,8431	0,01	0,8331
JUNIO	0,7913	0,01	0,7813
JULIO	0,7986	0,01	0,7886
AGOSTO	0,7872	0,01	0,7772
SEPTIEMBRE	0,7043	0,01	0,6943
OCTUBRE	0,7445	0,01	0,7345
NOVIEMBRE	0,7567	0,01	0,7467
DICIEMBRE	0,8052	0,01	0,7952

*Son precios en €/kg sin IH y sin IVA (IH: Impuesto de hidrocarburos >> 0,015€/kg)

de gas y no se benefician del acuerdo a que llamen

a la asociación para informarse del mismo.



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



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

Mintzo eta pintxo, Ostalaritzan ere euskaraz

Donostiako Intxaurrondo auzoko 10 tabernek parte hartu dute euskararen erabilera sustatzea helburu duen ekimenean

EUSKARAZ BIZI, DASTATU ETA GOZATU LELOPEAN, Ostalaritza Elkarteak Mintzo eta Pintxo ekimena egin zuen 2015eko abenduan, Donostiako Intxaurrondo auzoan. Egitasmoa gauzatzen den bigarren urtea da, 2014an ere pintxo-pote euskaldunaz gozatzeko aukera izan baikenuen Gipuzkoako hainbat herritan. Helburua argia da, ostalaritzan euskararen erabilera sustatzea, hizkuntzaren normalizazioan aurrerapausoa emate aldera.

Ekimena bi egunetan burutu zen; bata, abenduaren 3an, Euskararen eguna zela aprobeztatuz; eta bestea, abenduaren 10ean. Bi kasutan arratsaldean egin zen eta trikitilarietako girotu zuten ekimena. Intxaurrondoko 10 tabernek parte hartu zuten: Eder, Argitza, Lizardi, Hegoalde, Onena, Sagasti, Aterpe, Harizpe, Jubilatuen Etxea eta Unai.

Ekimenaren xedea ostalaritza eta bezeroa elkarren artean euskaraz aritzea

da, baita bezeroen artean euskaraz jardutea ere. Garrantzitsuena, norberaren hizkuntza-maila alde batera utzi eta lotsarik gabe hitz egitea da. Kontua da askotan ez dela erraza euskara praktikan jartzeko giro lasaia topatzea, eta horregatik planteatu dugu ekimena.

Bigarren Mintzo eta Pintxo honetan, Gipuzkoako Foru Aldundiaren eta Intxaurrondoko Plazara Goaz elkartearen babesa izan dugu.



Mikel Urdangarin, Plazara Goaz plataformako kidea

“Urte osorako baliagarria da ekimena»

AURTEN, PLAZARA GOAZ PLATAFORMAREN BABESA IZAN DU 'MINTZO ETA PINTXO' ekimena, eta, horrexegatik, mugimendu horren kide den Mikel Urdangarinekin aritu gara hizketan. Plataforma duela 18 urte sortu zuten Intxaurrondoko guraso batzuek, haien seme-alabek ikastolatik kanpo euskaraz hitz egiteko aukera gehiago izan zezaten. Gaur egun, gizarteko eremu anitzetan dabilta, beste eragile batzuekin lanean, hizkuntzaren alorrean elkarbizitzaren eta elkarlanaren aldeko guneak bilatzeko helburuarekin.

'Mintzo eta Pintxo' ekimenaren bigarren urte honetan, Plazara Goaz plataforma izan dugu laguntzaile. Nolatan erabaki zenuten parte hartzea?

Plazara Goaz plataformatik elkarlanerako borondatea adierazi genuen, eta aurten Ostalaritza Elkarte bera izan da gurekin harremanetan jarri dena. Gure ustez, horrelako kontuetan lankidetzan aritzea oso garrantzitsua da. Ekimena Intxaurrondon gauzatu da eta hamar izan dira parte hartu duten establezimenduak. Honi esker, herritarrek bada kigu, hizkuntzari dagokionez, zein tabernetan sustatzen den berdintasuna eta elkarbizitza. Bi eguneko kontua izan arren, urte osorako baliagarria da, tabernak identifikatzen laguntzen duelako.

Zein harrera izan du ekimenak?

Ekintza egin zenean, euskararen eguna tartean zegoen; beraz, gure elkartearen eragina izan zuen. Gutxi gorabe-

hera 50 bat lagunek hartu genuen parte.

Horrelako ekintzak euskara sustatzeko beharrezkoak direla uste al duzue? Ze beste ekimen egin daiteke Ostalaritzan euskara bultzatzeko?

Hizkuntzaren zerbitzua, gure ustez, kalitatearen parametroetan sartzen da. Taberna batean sartu eta euskaraz nahiz gaztelaniaz informazioa emateko gaitasuna dagoela ikustean, elkarbizitzarako eta berdintasunerako ahalgina egiten ari direla ondoz ondo daiteke. Bezerook maiz testuinguruaren arabera egiten dugu hizkuntza hautua. Horregatik, zentzu horretan, taberna batean jantzeria da eragin gehien izan dezakeena. Hau guztia lasaitasunez egin daiteke,

noski, ez diogu elkarri eraso egin behar. Ez dago zertan dena elebitan jarri, badaude moduak hizkuntza berdintasuna bultzatzeko. Horretaz gain, kontuan hartu beharra dago Donostiaren berezitasunetako bat gastronomia dela, eta hizkuntza-aldagaiak autentikotasuna ematen diola taberna bati. Kanpotik datorrenak berehala identifikatu du hori bertako seinale bezala. Gainera, atzeritarrek joan-etorrian dabilta; bertakoak gara, ordea, taberna horietara goazenak.

Nola ikusten duzu euskara ostalaritzaren sektorean?

Aurrerapausoak eman dira, baina oraindik badago zer egirik. Dena den, izugarri poztu gaitu Ostalaritza Elkarteak egitasmo hau bultzatzen duela ikusteak.

Begisare: sensibilizando en torno a la baja visión

ES MUCHA LA GENTE QUE PIENSA QUE SOLO EXISTEN los que ven bien y los totalmente ciegos. Nada más lejos de la realidad. Alrededor de 14.000 personas en Gipuzkoa y casi un 1.000.000 en el Estado español padecen baja visión, es decir, sufren una reducción significativa de su capacidad visual que no se soluciona con gafas ni cirugía, y que les ocasiona serias dificultades a la hora de realizar muchas tareas de la vida cotidiana.

Este colectivo, a pesar de presentar frecuentemente unos ojos aparentemente normales, puede sufrir visión borrosa, visión en túnel, visión parcheada, deslumbra-

miento, ceguera nocturna y/o falta de adaptación a lugares poco iluminados. Como consecuencia, suelen moverse de forma extraña, tropezar con frecuencia, no distinguir textos escritos o no saludar a un conocido que pase a su lado. Esta situación causa serios problemas de comprensión y dificultades en las relaciones sociales. Es habitual que se interprete que son excéntricos, antipáticos o que van bebidos.

Son múltiples las enfermedades que causan baja visión, entre ellas la retinosis pigmentaria. De ahí que la asociación Retinosis Gipuzkoa Begisare, con el propósito de

sensibilizar a la población sobre la existencia de la baja visión y mejorar así la interacción social de las personas que la sufren, lanzara hace dos años el distintivo "Tengo Baja Visión", con un mensaje claro y en primera persona, de manera que incluso quien lo vea por primera vez puede intuir su significado. Distintivos similares se usan con éxito en otros países europeos.

Es necesario que el símbolo sea conocido para que el distintivo sea de máxima utilidad para las personas que lo utilicen. A partir de ahora cada establecimiento de hostelería podrá prestar una mejor atención a los clien-



tes con baja visión. Desde la Asociación, recomendamos hacérselo saber colocando en la puerta de entrada del local una pegatina que indique que se tiene en cuenta su problemática. De esta manera, se sentirán comprendidos y cómodos, y lo agradecerán enormemente.

+ info: www.tengobajavision.com

La asesoría de seguros Nahia 21 ofrece un abanico de posibilidades para el 2016

EL DEPARTAMENTO DE SEGUROS DE HOSTELERÍA GIPUZKOA, QUE ESTÁ REPRESENTADO POR NAHIA21 Correduría de Seguros, presenta diferentes opciones a la hora de tomar la decisión idónea para la empresa hostelera y buscar la mejor situación en caso de una contingencia que pueda alterar su día a día.

Antes de presentar una propuesta definitiva, el equipo de Nahia21 realiza un análisis in situ y una evaluación de los riesgos potenciales, para así un diseño de plan a la medida de sus necesidades.

Los seguros que Hostelería Gipuzkoa, a través de Nahia21, pone a disposición

de sus asociados son de diversa tipología y se adaptan a cada situación concreta. Ese es el caso de los seguros específicos para los negocios, que incluyen garantías en incendios, explosiones, rayos, daños por agua, vandalismo, fenómenos de la naturaleza, rotura de cristales, rótulos, mármoles, daños estéticos, daños eléctricos, robo, expropiación (atracos), terrazas...etc.

También cuentan con diferentes opciones para fabricantes: sidrerías, txakolindegis... que necesiten coberturas especiales para daños a la imagen y retirada de productos.



De igual forma, ofertan otros como los seguros de salud, vida, automóviles, motocicletas y viviendas, que completan la oferta integral que la Correduría Nahia21 pone a disposición de todos los asociados a Hostelería Gipuzkoa.

Para más información, no duden en ponerse en contacto con ellos llamando al 943 454 446 o acudiendo de manera presencial a la Asociación los lunes de 11 a 13 horas. El equipo de Nahia21 le atenderá personalmente y buscará las mejores condiciones de aseguramiento para su establecimiento hostelero.



Imprenta Jaizkibel, más de 50 años dando color a la vida

DESDE SU FUNDACIÓN EN 1963 EN EL SECTOR GRÁFICO, Imprenta Jaizkibel siempre se ha destacado por ofrecer un trato personalizado con un alto nivel de implicación, aportando un amplio portafolio de servicios, satisfaciendo las necesidades de sus clientes. Imprenta Jaizkibel se define como una empresa profesional y con mucha experiencia avalada por la confianza de sus clientes.

Imprenta Jaizkibel trabaja con dos tipos de impresiones. Por un lado, la impresión digital, un proceso que consiste en la impresión directa de un archivo digital. Este tipo de impresión

es ideal para impresos de pequeñas tiradas, con entregas sumamente cortas, pues no requiere tiempo de secado o enfriamiento al no trabajar con tintas. Por otro lado, ofrece también impresión offset, que tarda algo más, ya que es un proceso que a partir del diseño, este es filmado y separado por colores, grabado en planchas de aluminio para posteriormente imprimirlas color a color (CMYK), lo que permite una gran calidad. Debido al amplio proceso que conlleva, es un sistema adecuado y rentable para medianas y largas tiradas, y a la vez para la reedición de productos.

Hostelería Gipuzkoa firma un nuevo acuerdo con CEI Formación

DESDE PRINCIPIOS DE NOVIEMBRE UN CONVENIO MÁS UNE A HOSTELERÍA GIPUZKOA y a CEI-Formación. Como se viene haciendo desde hace años, la Asociación quiere apostar por los productos autóctonos, también en los cursos de formación. Por ello, ha acordado con CEI la utilización, de forma exclusiva o compartida, de productos autóctonos en los cursos de formación que imparte esta empresa.

Por su parte, Hostelería

Gipuzkoa se compromete a aportar los productos que trabajan con el proyecto Kalitatea; a colaborar en la búsqueda de productores autóctonos que sean necesarios para la realización de los cursos que CEI imparta; y a presentar un cuadro de seguimiento del consumo de productos autóctonos.

Con este nuevo acuerdo se espera dar un plus de calidad a los diferentes cursos que se organizan durante el año.



San Miguel



5,4° San Miguel
recomienda el consumo responsable.

Mayor equidad en el reparto del turismo congresual público de Euskadi

EL PLENO DEL AYUNTAMIENTO DE DONOSTIA del pasado 26 de Noviembre aprobó, por unanimidad de los grupos políticos municipales, una propuesta del Partido Popular en la que se solicitaba al Gobierno Vasco la constitución de un comité compuesto por las administraciones municipales de las tres capitales vascas y de las tres diputaciones, al objeto de supervisar el reparto territorial de los congresos y reuniones profesionales que se organizan desde los distintos estamentos de la Administración Pública Vasca.

La propuesta nace, según señalan los partidos políticos que la apoyaron, ante la evidente desigualdad detectada en el reparto, entre los tres territorios vascos, de dichas actividades congresuales públicas, y es fruto del análisis de los datos que aporta un estudio desarrollado sobre la materia por la prestigiosa consultora IKEI.

Los datos reflejados en dicho análisis constatan que en el en el bienio 2013- 2014, el 62% de los congresos organizados o financiados por la administración pública vasca se desarrollaban en Bilbao, frente al 27% de Donostia y al 11% de Vitoria-Gasteiz. El trabajo de IKEI señala que cuando estos congresos provienen de la iniciativa privada, estos porcentajes se equilibraban y se acercaban más a la realidad turística vasca, ya que representan un 51,9% de actividad en Bilbao (10 puntos por debajo de la "apuesta" congresual pública), un 42,1% en Donostia (15 puntos por encima) y un 6,1% en Vitoria Gasteiz (5 puntos por debajo).

Esta desigualdad en los esfuerzos públicos, una más de las que se viven a diario en el panorama turístico vasco, viene a corroborar lo que en el ámbito de las infraestructuras turísticas ha

venido denunciando Hostelería Gipuzkoa en el último año. El reconocimiento, por el conjunto del arco político municipal, del diferente trato que el turismo recibe en cada territorio histórico de la CAPV significa un primer paso para modificar la situación actual y representa un apoyo a la actividad de denuncia desarrollada desde la asociación.

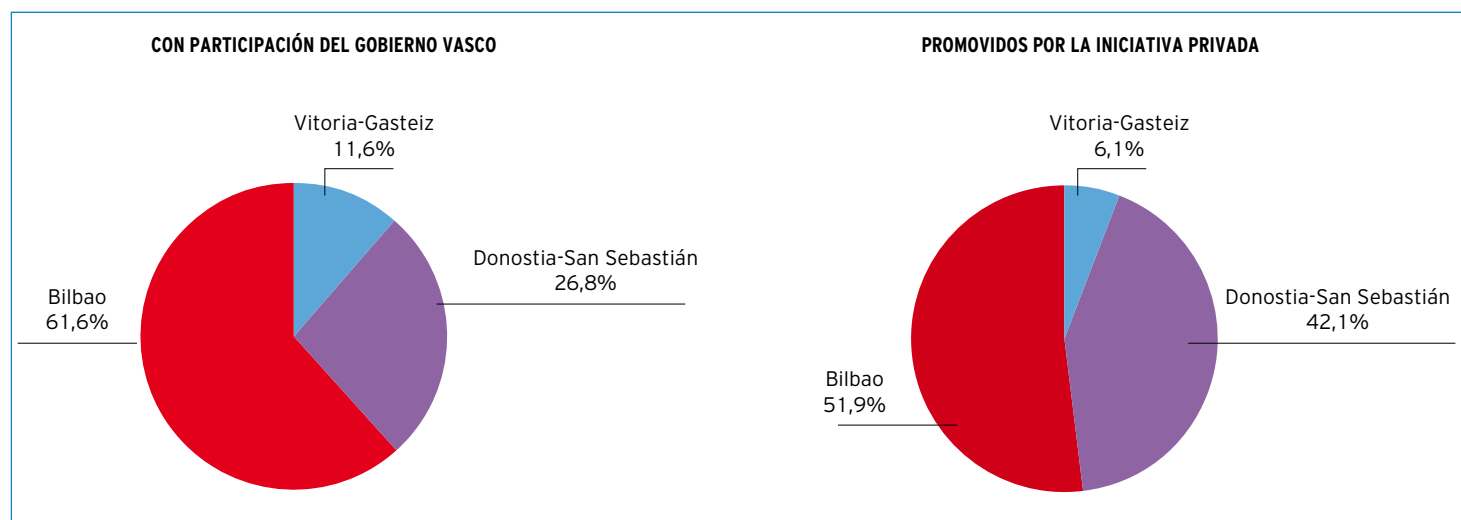
Una necesaria supervisión de la actividad con criterios "turísticos"

Las encuestas Ibiltur MICE de los años 2013 y 2015 constataban unos niveles de prescripción de destino, por parte de quienes nos visitan, muy superiores en el caso de Donostia respecto al resto de capitales vascas.

Ante esta realidad, no se entiende la ausencia de supervisión por parte de las autoridades turísticas vascas para que, quien "mejor lo

hace" en materia turística a ojos de quien nos visita por razones profesionales, sea la sede preferente de las autoridades del país a la hora de fijar los destinos de sus actividades profesionales y congresuales.

Según los datos del informe de IKEI, resulta paradójico observar como instituciones de ámbito "vasco" como la SPRI, Emakunde, Innobasque, EVE, Ihobe o Euskalit apenas consideran otras capitales, que no sea Bilbao, a la hora de establecer sus actividades congresuales o profesionales. Así, por ejemplo, en el periodo analizado por IKEI - años 2013 y 2014 -, el EVE organizó más del 90% de sus actividades MICE (19 en total) en Bilbao; IHOBE superó el 94%, SPRI más del 70%, Emakunde más del 73%; OSALAN más del 86% y Euskalit el 70%. Conviene recordar aquí que el PIB turístico de Euskadi se reparte por territorios en un 44% para Bizkaia, 41% para Gipuzkoa y 15% para Araba. (datos Eustat).



Distribución geográfica en términos de número de eventos celebrados según la participación del Gobierno Vasco. Fuente: Informe Ikei 2013/2014

Cursos de inglés a medida de cara al 2016

LA LLEGADA DE LA CAPITALIDAD CULTURAL INCREMENTARÁ, sin duda, el número de turistas que decidan visitar nuestra ciudad (y Gipuzkoa) durante el año. Ante esta realidad debemos preparar nuestros establecimientos para acoger a quienes nos visitan con las mayores garantías de éxito. Conviene reparar aquí en el nivel de idiomas, y fundamentalmente de inglés, que tienen nuestros trabajadores y la necesidad, en su caso, de reforzar sus conocimientos. Desde la asociación se ofrecen, de forma continuada, cursos de idiomas dentro de programas formativos apoyados desde Hobetuz, la Fundación Tripartita o la Sociedad de Fomento de San Sebastian.

En ocasiones, no obstante, muchos de vosotros necesitáis un tratamiento más personalizado, que se adecue a los horarios y el nivel lingüístico de vuestras plantillas. En estos casos, nuestra recomendación es acudir a centros y profesores especializados, que conozcan nuestra cultura hostelera y sepan adecuar nuestra forma de comunicarnos a la cultura de quien nos visita, para establecer, así, un programa específico para vuestro local. Estos programas por lo general no están sujetos a ayudas a la formación, pero aseguran resultados interesantes al ajustarse en tiempo y contenidos a las necesidades específicas de cada establecimiento.

Por su experiencia con el sector turístico y hostelero locales, recomendamos dos opciones novedosas. La primera es la empresa **Little teapot**, un centro de formación en habla inglesa, que ofrece cursos "in situ" en vuestros locales con flexibilidad de horarios y estructurando los contenidos a las necesidades detectadas en la plantilla. Entrad en su página web para conocer su metodología y pedid presupuesto sin compromiso www.littleteapot.es; email maria@littleteapot.es o 661 178 694 (preguntad por María Cañada). La segunda profesional, experiencia en el sector y especializada en formación personalizada en inglés **Fiona Kennedy** (fionatelleria@gmail.com) y teléfono 626.178.121



profesora de la facultad de Turismo de la Universidad de Deusto, especializada en turismo gastronómico en habla inglesa.

Si necesitas mejorar los conocimientos de inglés de tus empleados, con una metodología personalizada, no dudes en contactar con cualquiera de estas dos opciones formativas que te proponemos.



GANBOA
Centro Gráfico

www.ganboa.com

*impresores
por naturaleza*



Primerako, primera plataforma que permite pagar en los comercios sin tarjeta de crédito o móvil

Esta startup gipuzkoana quiere impulsar las ventas en los comercios pero utilizando sistemas de pagos actuales y aprovechando Internet como herramienta de marketing

PRIMERAKO ES LA PRIMERA PLATAFORMA QUE PERMITE PAGAR EN LOS COMERCIOS sin necesidad de utilizar tarjetas de crédito, móviles u otros medios tradicionales. Tan solo un código de acceso es necesario para poder comprar de manera física en las tiendas. La idea surge de esta startup gipuzkoana que busca impulsar la venta en los comercios pero empleando sistemas de pago actualizados.

Ainhoa Maiztegi y Cristina Portillo están detrás del proyecto. Dos profesionales del marketing que han trabajado durante años con comerciantes y asociaciones de comercios. "Vemos que el comercio necesita adaptarse a las nuevas tecnologías y a través de nuestra plataforma va a poder completar todo el ciclo. Desde promocionar sus productos hasta realizar la venta en el propio establecimiento".

Primerako ha visto la luz tras más de dos años de trabajo y de perfilar bien su funcionalidad, puesto que ofrece muchas posibilidades. La plataforma, que actualmente es online, se convertirá en una segunda fase en app. Primerako permite realizar cualquier compra en los comercios adheridos al sistema sin la necesidad de utilizar métodos de pago tradicionales. Cualquier usuario puede crear un saldo y utilizarlo di-



Julio Arrizabalaga, director del IIS BIODONOSTIA; Ainhoa Maiztegui, directora de Marketing Estratégico de Primerako y Cristina Portillo, directora de Marketing Operativo de Primerako.

rectamente en los comercios adheridos a la plataforma. Una vez en el establecimiento, mediante un usuario y contraseña, el comercio carga la factura al saldo del comprador.

Para sus creadoras, ahora viene lo más duro conseguir por un lado, usuarios y por otro, una variada oferta de comercios que puedan exponer mediante un escaparate virtual sus productos y ofertas. Según Ainhoa Maiztegi, "la acogida por parte de los comercios está siendo impresionante. Cualquier establecimiento que quiera participar en Primerako lo puede hacer sin ningún coste, solo con darse de alta en nuestra web".

Otro de los atractivos de Primerako es que el 2% de las compras que se realicen mediante este método de pago se destinan a causas benéficas. Y además es el usuario quien elige a qué causa lo puede destinar. En ese sentido ya hay varios proyectos sociales que pue-

den verse en la web con la máxima información.

Pero la novedad más importante recae en la posibilidad de crear botes para realizar compras conjuntas. Una solución para que no haya problemas a la hora de pagar en una cena o un regalo por parte de un grupo. Para ello, tan solo hay que ser usuario de Primerako y crear un bote invitando a otros usuarios a participar. Se indica el importe del bote y cada persona carga su parte correspondiente. El bote no se completará hasta que no se hayan incorporado todas las partes. Una vez completado, se crea un bono regalo que puede ser usado por cualquier persona

Otra funcionalidad importante en Primerako son las Bussines Dieta. Son Bonos virtuales que cualquier empresa puede cargar a un empleado mediante esta plataforma para poder comer en restaurantes adheridos o realizar viajes. De esta forma, se

II. Sagardo Apuruarekin eman zaio bukaera urteari

Gipuzkoako Sagardogileen Elkartek, abenduaren 26tik 29ra, garai bateko sagardotegi batean bihurtu zuen Donostiako Konstituzio Plaza. Urteko azken egunetan ospatu zuten II. Sagardo Apuruak helburua zuen sagardoaren kultura eta historia partekatzea eta, horrekin batera, gaur egungo proiektu nahiz erronka berriak eta 2015eko Uzta ezagutzera ematea. Aurreko urteetan bezalaxe, helburu hauek aurrera eramateko Gipuzkoa Ostalaritzaren babesa izan zuen Gipuzkoako Sagardogileen Elkartek.

Lau egun hauetan zehar, goizez eta arratsaldez, merkatu tradizionala eta plazan sortutako antzinako sagardotegia bisitatzeko aukeraz aparte, ekintza desberdinak eta hiriaren interpretazio historikoa egiteko aukera izan zen, baita sagardoa eta deribatuek dastatzeko eta erosteko ere.

Gainera, Gipuzkoa Ostalaritzak bere ekarpena egin nahi izan zuen eta pintxo dastatzea antolatu zuen inguruko tabernetan. Era berean, Gipuzkoako Barman Elkartek sagardo cocktail dastatzea egin zuten.

controla mejor los gastos por parte de la empresa puesto que todos los movimientos quedan reflejados en el panel de control.

Para cualquier duda puede dirigirse a:

primerako@primerako.com
Teléfono: 646 111 531

Debabarrenak 'Tripontziak' egitasmo gastronomikoa sustatu du

Eskualdeko 13 establezimenduk menu eta pintxo landuak eta egonaldiak eskaini dituzte prezio berezietan

JOAN DEN ABENDUAREN LEHENEN-GO HAMABOSTALDIAN, Debabarrenako Klub Gastronomikoko kide diren eskualdeko 13 establezimenduk -hainbat jatetxe eta pintxo-taberna, landetxe bat eta bi ekoizle-, bigarren 'Tripontziak' ekimen gastronomikoan parte hartu zuten. Ekimen horren helburuak hiru dira: tokiko eta sasoiako produktuen kontsumoa indartzea, eskualdeko ostalaritza-sektoreari bultzada ematea eta Klub Gastronomikoa eza-gutzera ematea.

Ekintzan parte hartu dutenek, abenduaren 1etik 15era, eskaintza bereziak egin dituzte: esaterako, Tripontziak menuak 25 eurotan; Tripontziak pintxoak, bi pintxo eta bi edari, bost eurotan; eta Tripontziak egonaldiak 48 eurotan (pertsona bakoitzeko) ostatu batean, gosaria, Tripontziak

menua eta oparia barne. Parte-hartzaileen artean Ostalaritza Elkarteko kide direnak ere badira; besteak beste, Eibarreko Azitain, Elgoibarko Belaustegi eta Debako Lasturko Taberna.

Oro har, eskaini dituzten bertako produktuei dagokienez, baserritarren barazkiak, Mutrikuko portuko arraina, Mendaroko txokolatea eta Goienetxeko gazta (Mutriku) dastatu ahal izan dira. Horretaz gain, elkarteko kide diren Eibarko Kultura eta Koskor tabernek ere parte hartu dute, eta ekimen honetarako bereziki prestatutako pintxoak eskaini dituzte; bi pintxo eta bi edari bost euroren truke.

Egitasmoak sare sozialetan ere oihartzuna izan du,



Tripontziak ekimenaren hari- Twitter-en eta Facebooken egin dituzten lehiaketei esker. Parte-hartzaile guztien artean, hainbat sari zozkatu dira: Tripontziak egonaldi bat, bi lagunentzako Tripontziak menuak eta Debabarreneko produktuez osatutako sas-kiak.

Gipuzkoa mantiene sus estrellas Michelin

Euskadi revalida todas sus distinciones en la Guía Michelin España & Portugal 2016 y logra un nuevo brillo para el asador Zarate de Bilbao

En la presentación de la Guía Michelin España & Portugal 2016, celebrada el pasado mes de noviembre en Santiago de Compostela, la continuidad fue la característica predominante. Ejemplo de ello es que Euskadi ha logrado conservar todas sus estrellas, además de obtener una más adjudicada al asador Zarate de Bilbao. Asimismo, los máximos exponentes de la alta cocina vasca como Martín Berasategui, Arzak, Akelarre y el vizcaíno Azurmendi mantienen todos sus galardones.

Por otro lado, tampoco se ha alterado el mapa de los restaurantes 'triestrellados' en esta nueva edición, ya que se mantiene igual por segundo año consecutivo. Entre las pocas novedades que ofrece la guía, destaca el reconocimiento a los nuevos talentos del sector culinario. Muestra de ello son los establecimientos Coque de Madrid y Zarama en Mallorca, que ganan su segunda estrella. Asimismo, los inspectores de Michelin han otorgado su primera estrella a 15 restaurantes, ocho de los cuales están en Andalucía y Cataluña.

Reapertura del Urepel

MARIA EUGENIA BOZAL, PROPIETARIA DEL RESTAURANTE LA MURALLA de la Parte Vieja y profesional gastronómica de larga experiencia, ha asumido el reto de reabrir el afamado Urepel, cuyas puertas cerraron en mayo de 2012. El recordado Tomás Almandoz y su familia lograron convertirlo en uno de los templos de la cocina donostiarra. Ahora, María Eugenia y su equipo se esfuerzan por recuperar



María Eugenia Bozal y su marido con el cocinero, Cristhian Lijó.

el gran nombre del local. Han cambiado la decoración del lo-

cal y cuentan en la cocina con Maite Partido y Cristhian Lijó.

on egin



Más de 1.200 personas se acercaron a la Fiesta de la Txuleta

Asadores tolosarras de renombre como Julián, Nicolás, Burruntzi y Orue se reunieron en el mercado tolosarra del Tinglado y prepararon carne en directo

MÁS DE 1.200 COMENSALES DISFRUTARON EL PASADO MES DE DICIEMBRE de la Fiesta de la Txuleta, que tuvo lugar en el mercado del Tinglado de Tolosa. El recinto se convirtió en un gran restaurante con vistas al río Oria, donde los profesionales de los afamados asadores tolosarras Julián, Nicolás, Burruntzi y Orue prepararon la carne ante los comensales que contemplaban la elaboración del plato estrella: el chuletón. También se celebró un mercado con productos típicos de la zona.

Los servicios de comida se realizaron los días 5, 6, 7 y 8 de diciembre, y cena el día 5. Además de la carne, el menú se completaba con jamón, cogollos de Tudela, espárragos de Lodosa, pimientos de Lodosa



y queso Idiazabal. Tampoco faltó el postre, en el que destacaron las tejas y cigarrillos de Casa Eceiza y los xaxus de Gorrotxategi. En cuanto al plato estrella, se calcula que cerca de 1.200 personas comieron

un total 500 kilos de chuleta de vaca y de buey.

Entre las novedades se encontraba el espacio 'Zizka Mizka Koxka'. Allí los participantes pudieron degustar pintxos de carne preparados de distin-

tas formas. También se llevaron a cabo otras actividades como charlas sobre la parrilla en Tolosa, taller de vermouths o de hamburguesas para los más pequeños, y concurso de gin tonics para amateurs.

Éxito del III Concurso de Parrilleros organizado por Jakitea

LA PLAZA DE LA TRINIDAD EN DONOSTIA FUE EL ESCENARIO, el pasado mes de noviembre, de la tercera edición del concurso de parrilleros organizada por la asociación Jakitea. Un total de diez asadores llegados de distintos puntos de la geografía vasca, participaron en la competición para lograr coronarse como mejor parrillero vasco. El reconocimiento del jurado como mejor parrillero de Euskadi lo logró Gonzalo Bobillo del

Hotel Igeretxe de Getxo, que obtuvo el primer galardón; seguido de Martín Astiazaran, del restaurante Irigoien de Zubieta, que se clasificó en segundo lugar.

A lo largo del fin de semana en el que tuvo lugar el certamen, la carpa donde se ofrecieron cenas preparadas por los participantes logró reunir, la noche del viernes y el sábado, a más de 160 comensales. Los productos estrella de las cenas fueron

la chuleta de viejo y la chuleta de cerdo basatxerri, criado en los pastos vascos.

Para cerrar el evento, los organizadores realizaron un pintxo-pote solidario con el fin de lograr fondos destinados a los proyectos que desarrolla Etiopía Utopía en Wukro. La recaudación conseguida gracias a los 2000 pintxos elaborados con chuleta de cerdo basatxerri que se vendieron fue íntegramente a la mencionada ONG.



Martín Astiazaran, del restaurante Irigoien de Zubieta, se clasificó en segundo lugar

La familia Aramendi del restaurante Gasteiz gana la 'Babarrun Jaia'

Carlos Etxeberria y Ramón Amonarriz, de la sociedad Veleta de Tolosa, se llevaron el segundo premio

EL CONCURSO GASTRONÓMICO DE LA 'BABARRUN JAIA' de Tolosa, que organiza la sociedad Gure Kayola, premió el pasado mes de noviembre a los hermanos Aramendi, de Albiztur, por su arte para preparar las alubias. Los galardonados, Juan Mari y Gema, regentan el restaurante Gasteiz, de Donostia, y ya es la cuarta vez que ganan esta competición.

En el certamen participaron 28 parejas de cocineros, que prepararon la receta con la alubia ganadora del concurso de productores celebrado en los días previos, y del que salió vencedor Juan Ugartemendia de Albiztur. Por su parte, Carlos Etxeberria y Ramón Amonarriz, de la sociedad tolosarra Veleta, se llevaron el segundo galardón, además del premio a los mejores de Tolosaldea; y Alberto Aragón y Mikel Aragón, también de Tolosa, se hicieron con el tercer premio.

Juan Mari Aramendi quiso compartir con el público la receta ganadora de la 'Babarrun jaia'. Los ingredientes para seis personas son: una cebolla roja hermosa bien picadita, tres cucharadas de aceite de oliva, tres litros y medio de agua (aunque según la humedad que tenga la alubia se puede modificar algo la cantidad), y un kilo de alubia de Tolosa. Se vierte todo en la cazuela. Se dejan hervir las alubias a fuego fuerte durante los primeros diez minutos y después pasan a fuego muy lento, con un punto de ebullición suave, durante unas tres horas. Y sólo en el último momento se echa la sal.



El Gobierno Vasco premia al hotel Arbe por su excelencia turística

Este galardón trata de reconocer proyectos que aportan un valor añadido a su trabajo diario

EL PASADO 20 DE OCTUBRE, EL LEHENDAKARI IÑIGO URKULLU hizo entrega de los premios Comercio y Turismo 2015 del Gobierno Vasco en la capital vizcaína. Este galardón quiere reconocer proyectos que aportan un valor añadido a su trabajo diario, y entre los que se encuentra el hotel Arbe, premiado por su excelencia turística.

El hotel Arbe, situado entre Mutriku y Deba, recibió el premio Turismo por el Impulso de la Innovación. Cuenta en su interior con once habitaciones, diez de ellas dobles (una de ellas totalmente equipada para personas de movilidad reducida) y una para uso individual. En cada una de ellas hay una característica común; la apuesta inequívoca por la innovación.

La orientación del hotel Arbe, proyectado por el arquitecto Alejandro Arróspide, ha sido concebida para que el gran ventanal de cada una

de sus habitaciones proporcione la sensación de estar sobre el mar Cantábrico. El edificio se sirve de la energía geotérmica a través de agujeros perforados a más de 80 metros de profundidad, por donde se ha creado una red que va desde el subsuelo hasta el conjunto del edificio, lo que permite aprovechar así la temperatura que a partir de los diez metros de profundidad es totalmente estable tanto en verano como en invierno.

Hubo también otros galardonados del sector turístico, como el Jazzaldia de Donostia por haberse mantenido en la senda de la competitividad en su medio siglo de existencia y el descubridor de las pinturas murales en la iglesia de San Martín de Tours de Gazeo, Juan José Lekuona, que recibió un reconocimiento especial por su labor como divulgador de este y otros recursos turísticos.



©Foto Gipuzkoa Turismo.



©Foto Gipuzkoa Turismo.



©Foto Javier Larrea, San Sebastián Turismo

El mejor año turístico para Gipuzkoa

2015 SE HA CONFIRMADO COMO EL MEJOR AÑO TURÍSTICO PARA GIPUZKOA. Mes tras mes, los resultados han sido excepcionales, y tuvieron como colofón la alta ocupación durante el puente de diciembre. Además, las buenas noticias no se han quedado solo en Donostia, sino que todo el territorio ha mejorado sus números respecto a ejercicios precedentes.

De esta manera, 2015 queda ya como un excelente año turístico, que ha propiciado las

mejores cifras de ocupación de alojamientos en Gipuzkoa. Además, las previsiones optimistas para 2016 confirman que el territorio y su capital cuentan un atractivo internacional de primer nivel. Y al mismo tiempo, también el turismo procedente del Estado se ha recuperado.

Para redondear la valoración enormemente positiva que merece el año recién terminado, se percibe un crecimiento cada vez más

equilibrado entre la capital donostiarra y el resto del territorio. Comarcas como el Goierri, que ha logrado este año un premio de la Comisión Europea a la excelencia en el Turismo, se han consolidado como un referente tanto en la calidad de sus servicios como en su ascendente capacidad para atraer turistas. De hecho, la cifras demuestran que ya no solo se demandan alojamientos rurales, sino que los visitantes que llegan a otras

poblaciones guipuzcoanas también se interesan por los hoteles más urbanos.

El intento de desestacionar el turismo también sigue dando frutos, ya que además de verano y Semana Santa, están lográndose altas tasas de ocupación hotelera en puentes como el de diciembre y las Navidades, junto a la enorme afluencia de visitantes ligados a los eventos culturales o deportivos que se celebran a lo largo del año en Gipuzkoa.

Afodesa lamenta la falta de vuelos desde Hondarribia

AFODESA, LA ASOCIACIÓN PARA EL FOMENTO y el Desarrollo del Aeropuerto de Hondarribia, que está formada por Hostelería Gipuzkoa junto a ADEGI; Hoteles de Gipuzkoa; Donosti Shops; AEGA y la Federación Mercantil de Gipuzkoa, ha mostrado su preocupación tras comprobar que no se van a incrementar las rutas o enlaces desde Hondarribia con motivo de la Capitalidad Europea de la Cultura

Yon San Martín, presidente de Afodesa, ha expresado públicamente a través de los medios de comunicación que la asociación avisó a las insti-

tuciones a primeros de año de que debían "ponerse las pilas". De igual forma, ha lamentado que la única institución que ha mostrado interés en sus planteamientos ha sido la Diputación de Gipuzkoa. Una de las propuestas de Afodesa es negociar con CityJet para volar a London City, aunque por el momento su iniciativa no ha encontrado eco. Y recuerdan que el 72% de los viajeros británicos llegan a Euskadi por avión, y que en los últimos cuatro años este colectivo de turistas ha crecido un 20%.

A principios de 2015, Afodesa intentó promover un vuelo

para la temporada de verano, de junio a agosto, con dos frecuencias semanales entre Hondarribia y Londres. Uno de los objetivos era testar la viabilidad y aceptación de la nueva ruta, que además permitiría consolidar Gipuzkoa como un destino City Break de fin de semana. Las previsiones que se han manejado hasta ahora calculaban que en torno 3.500 turistas británicos podrían llegar a Gipuzkoa durante esos meses.

Sin embargo, para desesperación de Afodesa, los intentos de las instituciones y AENA por lograr una conexión directa con Londres no han dado ningún resultado, y estos turistas seguirán llegando a Donostia vía Biarritz o Loiu. Las compañías ya han cerrado

su programación de verano e invierno 2016, por lo que es prácticamente imposible que se abran nuevas rutas regulares en Hondarribia.

Las últimas noticias han sido especialmente duras, ya que British Airways ha vuelto al aeropuerto vizcaíno de Loiu, desde donde ofrece vuelos a Londres, con lo que se une a Vueling y Easyjet, compañías que ya ofrecían esa misma ruta. Pero, además, también reforzarán sus vuelos a Londres desde Biarritz entre mayo y septiembre, aeropuerto que también tiene esa ruta con Ryanair. Es decir, que mientras que los aeropuertos vecinos refuerzan sus conexiones con el turismo británico, Hondarribia sigue estancada.

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



> PASTORIZA, B a r	ASTIGARRAGA
> ERREXIL TABERNA, Bar R te .	AZKOITIA
> DIZ, Restaurante	DONOSTIA
> GARIBAI PENSION	DONOSTIA
> HOGAR DEL JUBILADO DE INTXAURRONGO	DONOSTIA
> IBAROS LATINO, Bar	DONOSTIA
> JOXE MARI , Bar	DONOSTIA
> LA ANTIGUA GASTROTEKA , Bar	DONOSTIA
> LA CANTINE, Bar Rte.	DONOSTIA
> MIL CATAS	DONOSTIA
> PENSION AIA	DONOSTIA
> SAN SEBASTIAN FOOD, Rte.	DONOSTIA
> TXAMARTA CERVECERIA, Bar	DONOSTIA

> BOSSA, Bar	EIBAR
> HOTEL UNZAGA PLAZA	EIBAR
> PARDIOLA BASERRIA, Pensión	HERNANI
> SANSONATEGI, Rte .	HERNANI
> PORTUTXO, Restaurante	HONDARRIBIA
> JAIZKIBEL, Bar Rte.	IRUN
> PATRIZIO, Bar	LASARTE-ORIA
> CASA MIRONES , Restaurante	PASAIA
> TOLOSA ERRETEGIA JATETXEA, Bar Rte.	TOLOSA
> ALTZIBAR BERRI, Casa Rural	URNIETA
> ERROTA TXIKI, Bar	VILLABONA
> ATXULONDO, Bar Rte.	ZIZURKIL
> ALGORRI TABERNA, Bar	ZUMAIA

BOSSA, taberna



Helbidea

> Ego-gain kalea, 7 ac,
20600 - Eibar
Telefonoa: 943 20 67 53

Eibarko Bossa tabernak 14 urte daramatza martxan. Hanburgesak, etxean egin-dako pizzak eta bokadiloak eskaintzen dizkigu, baita pintxoak ere. Asteburuan, pintxo bereziak dituzte; besteak beste, 'De pintxos por Gipuzkoa' liburuan ageri den mokadua: berenjena eta kalabazin tenpura ganbekin, hirugiharrekin, gaztarekin eta arrautzarekin. Gosaltzeko, gozoak, etxeko tartak, eta ogi tostadak olioarekin dituzte. Ordutegiari dagokionez, astelehenetik ostegunera goizeko 7etatik gaueko 23:30era irekitzen dute taberna; eta asteburuetan, berriz, 9etatik 00:30era. Sukaldea egun osoan dago irekia.

JAIZKIBEL, Bar-Restaurante



Dirección

> Calle Anaka, 46,
20301 -Irun
Teléfono:
943 02 93 77

El pasado mes de diciembre reabrió sus puertas el bar irundarra Jaizkibel, que permanecía cerrado desde junio. Ofrecen desayunos con bollería casera, tostadas, zumos y churros caseros, y tienen también leche de soja y sin lactosa. Además, sirven sandwiches, hamburguesas, ensaladas, platos combinados y raciones, y cuentan con servicio take-away, para poder llevar la comida a casa. El bar dispone de wi-fi y de un fútbolín. Asimismo, la nueva gerencia del local tiene se propone instalar una terraza con toldo. El horario de apertura de lunes a viernes es de 7:00 de la mañana a 23:00 de la noche, y el fin de semana, de 9:00 a 23:00 horas.

CASA MIRONES, jatetxea



Helbidea

> Donibane, 80,
20110 - Pasaia Donibane
Telefonoa: 943 51 92 71

Pasai Donibanen kokaturik dagoen Casa Mirones jatetxeak 45 urte ditu, eta egungo jabeek azken 12 urteotan izan dute establezimenduen ardura. Eguneko menuak, dastatze menuak eta kartako platerak eskaintzen dituzte, eta mariskoak, arrainak eta parrilladak dira bertako plater berezienak. Bistak ere ezin hobekak dira, itsasora begira bapo bazkaldu baitaiteke terrazan.

Prezio ezberdinetako eguneko menuak dituzte aukeran: 20, 25, 30 eta 35 eurokoak; eta dastatze menuak, aldiz, 40, 50 eta 60 eurotan daude. Horren gain, parrilladak etxera eraman daitezke; enkarguz egiten dira eta bertara joan behar da jasotzera. Ordutegiari dagokionez, astelehenetik igandera bazkariak ematen dituzte, eta erreserbarekin afaltzeko aukera ere badago. Ostiral eta larunbatean, berriz, egun eta gauz irekita dago.

GARIBAI, ostatuta

Ostatu berria izango du Donostiak Aste Santutik aurrera, bi izarrekoa. Garibai izeneko establezimendua izen bereko kalean egongo da, 22. zenbakian. Lokala berria da, baita eraikina ere, zazpi urte besterik ez baititu. Ostatuak hamabi logela izango ditu, bikoitzak eta banakakoak; eta guztiek izango dute komuna, telebista, wifi-a, kutxa gotorra, edaritegia eta kafetera.



Helbidea

> Garibai, 22, planta primera
20004 -Donostia
Telefonoa: 943 42 40 89

UNZAGA PLAZA, Hotel



Dirección

> Ego-gain, 5,
20600 -Eibar
Teléfono: 943 25 76 35

Los dueños del hotel Unzaga, antiguamente conocido como Arrate, regentan el negocio desde agosto del 2012. En 2007 el hotel fue sometido a una reforma integral, y desde la actual dirección continúan renovando las instalaciones (nuevos televisores, colchones, labores de pintura, etc.). El hotel dispone de un total de 88 habitaciones, entre simples, dobles, triples, cuádruples y suites. Todas ellas cuentan con TV, baño, secador, WI-FI y calefacción. El desayuno que se ofrece a los clientes hospedados en el hotel es continental, pero reforzado con un buffet de fiambres, cereales, yogures y frutas.

El comedor tiene capacidad para 200 comensales, y al mismo acuden tanto los clientes del hotel como personas no hospedadas. Además, ofrecen menús cerrados para días especiales. Ofrecen cocina vasca con productos siempre frescos. Entre sus especialidades destacan el lomo de merluza a la vasca, el rape a las gulas y la merluza rellena de txangurro.

La cafetería está abierta todos los días del año desde las 8:00 de la mañana.

CAPITÁN TXIMISTA, Albergue

En la anterior revista, la dirección que publicamos del albergue Capitán Tximista no era la correcta. La dirección de este establecimiento es:

Dirección

> Jaizubia auzoa, 14,
20280 - Hondarribia
Teléfono: 943 643 884

TOLOSA, Erretegia



Dirección

> Kondeko Aldapa, 1 bajo,
20400 - Tolosa
Teléfono: 943 103 066

El 16 de octubre del pasado año abrió sus puertas nuevamente este local, con nuevo dueño y nombre. El asador Tolosa ofrece menús del día de lunes a viernes, y menús a la carta el fin de semana. Su especialidad son las carnes y pescados a la parrilla, y también la parrilla argentina. Preparan una excelente empanada argentina criolla con carne frita, cebolla, pimiento y especias. Entre los postres, caseros todos ellos, destaca el flan con dulce de leche, un postre argentino. Dispone también de una amplia barra llena de pintxos, donde el cliente podrá encontrar tortilla de patata, gildas, jamón ibérico, etc. El horario del establecimiento es de 10:00 de la mañana a 22:30 de la noche de lunes a domingo. El lunes por la tarde permanece cerrado por descanso semanal.

TXAMARTA, Cervecería

En esta cervecería del barrio donostiarra de Amara encontramos una amplia variedad de cervezas, puesto que cuenta con nueve cañeros: Guinness negra, Murphy's tostada, Leffe (tostada y rubia), Chouffe rubia, Hoegaarden de trigo y tres rubias normales que son Spaten, Stella y Amstel. En cuanto a comida se refiere, hay que resaltar las hamburguesas de primera calidad, de 140 gr de carne, y el bollo de pan que ofrecen. Además, cuentan con el plato Txamarta, compuesto por pastel de carne y salchichas alemanas, una blanca y otra normal, y acompañado de cebolla frita, queso fundido y puré de patata. Y no podían faltar las raciones de rabas, bravas, alitas de pollo, croquetas, tortilla de patatas y pimiento, y los pintxos de barra entre los que destaca la gilda. Los postres son todos caseros.

La cervecería Txamarta organiza también eventos musicales con dj's, principalmente en torno a música remember y vinilos. Asimismo, preparan fiestas de cumpleaños para niños. Disponen, además, de terraza con mesas en una zona peatonal que tiene al lado un parque infantil y una cancha de fútbol. El horario es el siguiente: martes de 16:00 a 23:00, miércoles y jueves de 11:00 a 23:00, viernes y sábado de 11:00 a 01:00, y el domingo de 11:00 a 23:00. El lunes el local cierra por descanso semanal.



Dirección

> Avda. Madrid 28, trasera · 20011 - Donostia
Teléfono: 943 457 701

tendencias

01

VENDING EDARITEGIA

Hotel askotako arduradunek ez dute garbi logeletako edaritegi txikiek etekinak edo gastuak sortzen ote dizkien. Hozkailu horiek mantentzeko kostuari erantzuna emateko, IPmasD Hospitality Solutions enpresa hornitzaileak “vending edaritegia” eskaintzen die bezeroei. Egiatzatu ahal izan dutenez, makina horiek diru-sarrera onak lortzen dituzte snackak eta edariak salduz. Aparailuek, gainera, kendu edo aldatu beharreko produktuen zerrenda zehatzak inprimatzen dituzte, eta salmentak logelako kontuan kargatzen dituzte zuzenean, lapurretak ekiditeko.

■■■info +: www.ipmasd.com



02

BANDEJA DE TERRACOTA PARA HORNEAR BARRAS DE PAN

La firma inglesa especializada en utensilios de cocina Mason Cash ofrece una práctica bandeja de terracota para hornear barras de pan o baguettes que ayudará a que tengan una forma homogénea, a que generen una corteza crujiente y adquieran volumen, es decir, que el pan suba más. Normalmente, las bandejas para hacer baguettes que se encuentran en el mercado, son de acero antiadherente. Ahora contamos con esta novedad. A pesar de los avances, la terracota sigue formando parte del menaje en muchas cocinas domésticas y profesionales. En el horno tiene un buen comportamiento porque acumula mucho calor, y en contacto con la masa de pan hace que ésta reciba una temperatura más elevada que la que proporcionaría el horno. El largo de la bandeja es de 33 centímetros, el ancho es de 17 centímetros y de alto mide 3'5 centímetros. Con muy pocos cuidados este molde se mantendrá perfectamente durante mucho tiempo. Si queréis disfrutar horneando pan sobre una piedra especial para baguettes, la podéis encontrar por unos 20 euros.

■■■info +: www.masoncash.co.uk



03

KORTXOAK ERRAZAGO KENTZEKO TRESNA PROFESIONALA

‘High Tech’ deitu dio Koala enpresak kortxoak kentzeko sortu duen tresna berriari. Laban horrek botilak esku batekin irekitzeko sistema darama, eta, horrenbestez, ohiko tresnak baino askoz ere erosoagoa eta erabilerrazagoa da. Enpresak aurkeztutako gainerako labanen ohiko prestazioak ere baditu: 7 posizioko karraka efektua, sostengu automatiko bikoitza eta ixte-automatikoa. Kolore ezberdinetan dago eskuragarri: beltza, zuria eta burdeos.

■■■info +: www.koala.es



tendencias

04

CUCHILLO MISEN: CALIDAD, DISEÑO Y PRECIO

La empresa responsable de la fabricación de este cuchillo está formada por cocineros y diseñadores que creen que las personas merecen herramientas de cocina de primera calidad. Con su fabricación se ha pretendido redefinir un elemento tan esencial en la cocina como es el cuchillo, y han utilizado materiales de primera calidad, un diseño inteligente y funcional y un precio justo. Es muy importante contar con utensilios de calidad en la cocina para poder tener una mejor experiencia a la hora de preparar la comida. Con este tipo de utensilios se puede ser más creativo y versátil, ayudan a preparar de forma correcta y precisa las recetas de cocina, y además se rentabilizan, ya que duran prácticamente toda la vida. El cuchillo de cocina Misen se ofrecerá con un mango a elegir entre dos colores, gris claro y azul, y su precio será de 65 dólares, unos 60 euros.

■■■info +: www.kickstarter.com



05

KAFEA APAINTZEKO TRESNA

Kafearen crema kakao-hautsarekin edo kanelarekin apaintzea atsegin baduzu, eta horretarako txantiloia behar baduzu, hona hemen Gefuk aurkeztutako tresna praktikoa. Hiru disko ditu, desberdin apaindu ahal izateko kafeak: bihotza, izarra eta katilua. Altzairu herdoilgaitzez eta ABS plastikoz egina dago tresna, eta honako neurriak ditu: 7,5 zentimetroko diametroa eta 10,5 zentimetroko altuera. Diskoak erraz alda daitezke, eta erabili behar ez direnak tapan gordetzeko aukera dago, eskuragarri izateko eta ez galtzeko. Osagai desberdinak erabili daitezke: kakaoa, kanela, glas azukrea... Cupcakeak, bizkotxoak, gailetak, natillak, jogurtak eta bestelako platerak ere dekoratu daitezke. Hogeita bost euro baino gutxiago balio du.

■■■info +: www.gefu.com

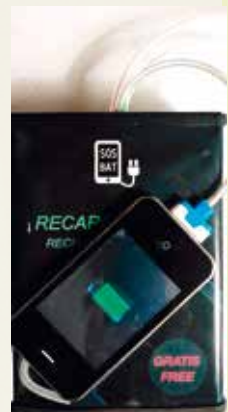


06

CARGADOR AUTÓNOMO DE BATERÍA, ESPECIAL PARA HOSTELERÍA

Cada vez son más los clientes que solicitan cargar el smartphone o tablet en los bares o cafeterías. SOSbat es un cargador autónomo de baterías de dispositivos móviles (smartphone, tabletas, MP4,...) diseñado especialmente para establecimientos hosteleros. El cliente siempre está en poder de su móvil mientras éste se carga vía usb o inalámbrica. Incluye, además, un servicio web que informa al cliente sobre la localización de los locales que disponen de esta solución. Sólo tiene que pedirlo junto con su consumición y solicitar al encargado que active el cargador con su mando a distancia. El cargador móvil autónomo permanecerá encendido durante 30 minutos, tiempo en el que el cliente se acaba la consumición, y durante el que ya tendrá cargada entre un 20 y un 40% de su batería. Es un equipo electrónico portátil que cuenta con tres conectores mini USB, lightning y dock para todos los tipos de dispositivos existentes en el mercado. Durante la noche se recarga el equipo conectándolo a la red eléctrica y en 3 ó 4 horas está listo para usarse de nuevo. El equipo es personalizable, y proporciona toda su superficie para la elaboración de campañas de promoción y de visibilidad de marca. Por el momento, los hoteles de la cadena Meliá (Bilbao y Valladolid), restaurantes Michelin como el Aizian o el Mugaritz y diferentes bares y cafeterías ya usan SOSbat.

■■■info +: www.sosbat.com





empresa autorizada
para la recogida de
aceites usados en cocina



Juntos por el medio ambiente

Ostalari lagunok, **Ekograsek**, hondakinaren jatorritik azken erabilerarainoko trazabilitatea betetzeko helburu garbiarekin eta **Elikadura Olio eta Grasa Hondakin**en **Kudeatzaileen Elkarte Nazionaleko** (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 hondakin

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.

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

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



facebook.com/ecogras

@ecogras

902 36 62 51
www.ecogras.es



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