



GIPUZKOA

HOSTELERÍA - OSTALARITZA

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

IV ETAPA Nº38 OTOÑO 2016



Eventos:

La llave de la
desestacionalización turística

El ocio nocturno, en
un momento crítico

Zinemaldia: aurten
ere arrakastatsua



DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN 2016
EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE

Soluciones globales para la Hostelería

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

FrontRest, FrontDisco,
FrontCafé,
FrontFood...

Una solución de software
Punto de Venta para
cada necesidad.
Controle las ventas
y los consumos
de su negocio.



TeleComanda

Para tablets
con SO Android



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

Es un software ideal para establecimientos con mesas y terrazas.

CashDro

la caja que siempre cuadra

Fácil de enlazar con tu
software Punto de Venta



Principales Ventajas:

- El más seguro y versátil del mercado en su segmento
- Gestiona de forma remota el efectivo de tu negocio
- Rechaza billetes falsos
- Mejora la productividad y el servicio al cliente
- Cierre de caja instantáneo y sin descuadres
- Garantiza la higiene alimentaria...



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

DEBATE SOBRE LA MOVILIDAD URBANA

Sin duda alguna, la movilidad urbana ha sido la gran afectada por el magnífico verano turístico vivido por la ciudad. Los atascos continuos y el colapso del acceso a los parkings del centro urbano, han dado alas a aquellos que, sin más argumento que una rápida mirada al corredor Boulevard-Miraconcha, consideran que Donostia en verano está al borde del colapso.

Quienes, año tras año, mantenemos con nuestro trabajo el atractivo turístico de la ciudad, echamos en falta un "poquito más" de eficacia en, por ejemplo, el diseño de los accesos a nuestra red de parkings, o una señalización plurilingüe, o una mayor inversión en comunicar eficazmente nuestros aparcamientos disuasorios (¿qué tal usar las nuevas tecnologías o, por ejemplo, desplazar personal a los peajes de Zarautz o Irun y entregar documentación en las colas de acceso que se producen en días señalados?). En definitiva que se intentase paliar, con actuaciones tácticas, el grave problema estructural que Donostia tiene en materia de accesos. Estamos a cinco horas y media en tren o autobús de Madrid y Barcelona y a 500 euros de distancia de El Prat o Barajas y claro, con este panorama, la gente opta por venir en coche e incluso a pie. Paradójicamente en 2015 llegaron a la ciudad más turistas andando que a través de nuestro aeropuerto de cabecera (Hondarribia), según señalaba la oficina de turismo municipal. Si no se toman medidas serias en esta materia, desde ahora mismo, el caos circulatorio está garantizado en el verano de 2017.

HIRI MUGIKORTASUNAREN INGURUKO EZTABAIDA

Ez dago zalantzarik Donostiak bizi izan duen uda turistiko paregabeak izugarri kaltetu duela hiri mugikortasuna. Gipuzkoar hiriburuko uda kolapsotik gertu dagoela dioteneak argudio gisa hartu dituzte hirigunean gertatu diren etengabeko auto-ilarak eta parkingen sarreretako auto-pilaketak, soilik Boulevard-Mirakontxa zonari erreparatu baitiote.

Urtean zehar hiriburuaren erakargarritasun turistikoa mantentze aldera lan egiten dugunok eraginkortasun "apur bat gehiago" botatzen dugu faltan: gure parking-sareen sarbide diseinua hobetzea, seinaleztapen eleanitza edo gure disuasio-aparkalekuen kokapenaren inguruan informazio hobea ematea, besteak beste. Ez al litzateke ideia ona izango teknologia berriak erabiltzea edo Zarauzko eta Irungo ordainleketuan parkingei buruzko informazioa banatzea egun konkretu batzuetan sortzen diren auto-ilarak aprobetxatuz? Laburbilduz, ekintza praktikoen bitartez Donostiak sarbideen inguruan duen arazo estrukturala konpontzen saiatzea eskatuko genuke. Madrildik eta Bartzelonatik bost ordu eta erdi behar dira autobusez edo trenez gure hirira iristeko, eta Barajas eta Prateko aireportuetatik 500 euroko hegazkin-txartela behar da Hondarribiko aireportura heltzeko. Gauzak horrela, jende askok oinez edo kotxez egiten du bidaia. Arraroa badirudi ere, Donostiako turismo bulegoak dioenez, 2015ean Hondarribira hegan eginez baino turista gehiago etorri ziren Donostiara oinez. Arazo hori ekiditeko neurriak hartzen ez badira lehenbailehen, 2017ko udan zirkulazio-kaosa bermatua egongo da.

04 > OPINIÓN Mikel Ubarrechena, presidente

TE INTERESA SABER

- 06 > Ocio nocturno
- 10 > Eventos
- 14 > Tasas de terrazas
- 16 > Biribil
- 17 > Informativo básico laboral
- 18 > Koxk 2016
- 19 > Ingredientes del mundo
- 20 > Olañeta
- 21 > Mus Donostia 2016
- 22 > San Sebastian Gastronomika
- 24 > Sostenibilidad social del turismo

LA ASOCIACIÓN SE MUEVE

- 26 > Impresión láser
- 27 > Colaboradores del proyecto Kalitatea
- 28 > Sagardoaren eta Piparraren Astea
- 29 > Basque Country Gastronomiko
- 30 > Alkizako Ostataua
- 32 > Ventajas para socios
- 33 > Traducciones de cartas
- 34 > Semana de la innovación
- 36 > Repsol
- 37 > José María Busca Isusi
- 38 > Entrevista a José Luis Rebordinos
- 41 > Pintxo txapelketa

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

DESDE HOSTELERÍA GIPUZKOA HEMOS TRABAJADO DE LA MANO DE APARTURE, ASOCIACIÓN QUE ENGLoba A AQUELLOS OPERADORES DE ALQUILER DE PISOS TURÍSTICOS QUE TRABAJAN DE FORMA LEGAL Y EFICAZ EN EUSKADI, PARA INTENTAR PONER COTO AL DESCONTROL EN EL ALQUILER DE PISOS PARA FINES TURÍSTICO QUE SUFRE DONOSTIA Y POR EXTENSIÓN, EL RESTO DE GIPUZKOA

Pisos de alquiler turístico. Hora 0

La aprobación, a finales del pasado mes de julio, de la ley de Turismo de Euskadi aportaba algo más de luz al sector de alquiler de viviendas para uso turístico y fijaba el marco legal, para algunos excesivamente laxo, en el que deberá desenvolverse esta nueva modalidad de alojamiento. El varapalo recibido por los redactores de los primeros borradores de la Ley por parte de las autoridades que velan por la libre competencia en Euskadi puede estar detrás de este "perfil bajo" que la nueva norma turística plantea en la materia.

Por la puerta de atrás, a la 'chita callando', se ha colado en el mundo turístico guipuzcoano un nuevo modelo de alojamiento que, en apenas un lustro, representa el mayor subsector alojativo de Donostia en lo que a número de plazas se refiere; por encima de los subsectores de hoteles, pensiones, albergues, alojamientos rurales y campings. Como en todo mercado, en el mundo de los pisos de alquiler turístico, hay quien lo hace bien y es ejemplo de gestión a nivel del Estado -, y quien lo hace 'de aquella manera', por emplear un término más o menos educado.

Desde Hostelería Gipuzkoa hemos trabajado de la mano de Aparture, asociación que engloba a aquellos operadores de alquiler de pisos turísticos que trabajan de forma legal y eficaz en Euskadi, para intentar poner coto al descontrol en el alquiler de pisos para fines turístico que sufre Donostia y por extensión, el resto de Gipuzkoa. Un descontrol que puede tener consecuencias tremendamente negativas para nuestra ciudad, tanto como destino turístico de calidad, como en su vertiente más social o de convivencia.

Ambos agentes turísticos, Aparture y Hostelería Gipuzkoa, coincidimos en que, a

la vista de las corrientes liberalizadores que se inspiran en la directiva europea Bolkestein, una regulación muy restrictiva en el ámbito municipal, que dificulte la consecución de los títulos de habitabilidad y licencias de actividad necesarios para la práctica comercial en el sector, tiene un recorrido relativamente corto. La verdadera batalla debe librarse en el ámbito fiscal, y es aquí donde coincidimos de nuevo, ambos agentes, en exigir a nuestra Diputación Foral una acción rápida y contundente de control de los IVAs y las rentas que se generan y cobran por esta actividad económica. Una puesta en escena concluyente desde la institución foral, como se ha hecho, por ejemplo, con los sectores del comercio y la hostelería respecto a la entrega de tickets de venta, ayudaría a que muchos se lo pensasen dos veces a la hora de mantenerse en la "alegalidad fiscal". Si tributasen de acuerdo a la ley todos los pisos de alquiler turístico, más de la mitad de los mismos dejarían de ser rentables respecto a su uso como pisos de alquiler convencional, es decir, dirigidos a familias, particulares, estudiantes o trabajadores temporales de larga duración. Esta afirmación, que compartimos al 100%, no es nuestra, sino del máximo representante de Aparture en Euskadi.

A partir de aquí, las propuestas adicionales para el control municipal de la oferta de pisos de alquiler turístico son variadas. Puede optarse por la aplicación de la norma existente hoy para la apertura de pensiones, que las condiciona a las primeras y segundas plantas; y también puede establecerse una distribución por barrios, calles o bloques de viviendas, de la carga turística que puede admitir cada zona. Fórmulas hay muchas. Todas, eso sí, complementarias siempre con la principal, es decir, la de carácter fiscal. Pedimos, no obstante, que en la decisión sobre la definición de las mismas prime el manteni-

SI TRIBUTASEN DE ACUERDO A LA LEY TODOS LOS PISOS DE ALQUILER TURÍSTICO, MÁS DE LA MITAD DEJARÍAN DE SER RENTABLES RESPECTO A SU USO COMO PISOS DE ALQUILER CONVENCIONAL

miento de aquellos espacios alojativos que pueden aportar una mayor calidad al destino en términos de estética, vistas, servicios, etc. En definitiva, aquellas que hagan que la experiencia de quien los alquila para conocer nuestra ciudad sea irrepetible e inolvidable.

Junto con los graves problemas de movilidad que ha padecido Donostia este verano, la proliferación descontrolada de pisos de alquiler turístico ha sido el otro gran tema de debate en el sector turístico. El efecto que este mercado está teniendo sobre la disponibilidad de viviendas para el alquiler convencional de larga duración para familias, estudiantes o trabajadores temporales del propio sector hostelero es cada vez más evidente y se ha hecho patente, desde esta primavera, en zonas de Gros, el Antiguo o la zona baja de Egia. Junto con el efecto sobre la disponibilidad y precio para el alquiler convencional, el otro grave problema que el descontrol de la oferta en el sector puede provocar es el de la conflictividad vecinal en algunos pisos no controlados, sujetos a una ocupación saturada. Reducir la oferta global de pisos de alquiler turístico, asegurando la calidad de la misma es, sin duda, el mejor remedio para asentar la sostenibilidad social del turismo en nuestra ciudad, evitando así esta conflictividad vecinal que en nada beneficia a la imagen de un sector económico llamado a ser una de las principales fuentes de empleo y riqueza en el territorio durante las próximas décadas.



EL TERMÓMETRO



SUBEN



DIPC

Porque un año más Passion for Knowledge ha inundado Gipuzkoa de sabiduría y científicos despistados.



BAJAN



Autoroute de France

Este verano la hostelería de Gipuzkoa ha padecido, de nuevo, el caos en Bariatou por la incompetencia del operador galo de transportes.

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.

Ocio nocturno



1. ¿Cómo ves la situación del ocio nocturno en Gipuzkoa a partir de las 01,00 horas? ¿Y en tu municipio?
2. ¿Qué medidas se deberían de tomar desde la Administración Pública para revitalizar el sector?
3. ¿Cómo ves la situación del negocio (y sector) a 5 años vista?
4. ¿Crees que existe un modelo de desarrollo de ocio nocturno a seguir?
5. ¿Cuál debería de ser el papel de las grandes marcas de bebidas y espirituosos?

Ocio nocturno

FIDEO DE MILETO
Azpeitia



1. El ocio nocturno en Azpeitia está flojo. La crisis ha pegado muy fuerte y, sobre todo desde que se cerraron varias empresas del sector del mueble y del metal, hemos notado mucho el empeoramiento. La empresa más emblemática del municipio, Corrugados, con 400 trabajadores, ha cerrado. Además, constatamos que quienes alternan tienen menor edad. Los jóvenes que entran en hipotecas, etc., dejan de salir cada vez antes. Aguantamos las embestidas de la crisis, tenemos los precios congelados desde hace años, pero los tiempos gloriosos han quedado en el pasado.

2. Opinamos que las instituciones ya están en ello, pero llegan hasta donde llegan. Es difícil que una empresa reciba dinero público. Mientras la construcción no arranque, seguiremos de capa caída.

3. Es difícil prever cuál va a ser el panorama dentro de cinco años, pero lo que tenemos claro es que la esperanza no la vamos a perder. Hemos aguantado como hemos podido los últimos cuatro o cinco años y aún queda tiempo en el que tendremos que afrontar una situación complicada.

4. La verdad es que no vemos modelos perfectos a seguir. Hemos creado una asociación de hosteleros para dinamizar el pueblo, pero quizá en Azpeitia haya un exceso de bares y eso, a fin de cuentas, también afecta a la situación. En esa agrupación intentamos trabajar en conjunto y, de vez en cuando, surge alguna idea que materializamos para avanzar.

5. La gente cuando tiene dinero alterna. Las fiestas locales suelen ser buenas, porque la gente busca ambiente. Las empresas hace unos años montaban fiestas y organizaban regalos y promociones, pero la crisis también ha llegado a ellas. Quizá se tendría que volver a eso, pero tenemos que tener en cuenta que, si se recupera, en Azpeitia iríamos a remolque, primero irían las capitales.

Ocio nocturno

SAUSALITO
Zarautz



1. Va bien, aunque cambiando constantemente. El ocio nocturno está tranquilo, muy centrado en el fin de semana, en verano y vacaciones de navidades y semana santa. Entre semana está prácticamente muerto. Esta es una situación distinta a cuando abrimos el Sausalito, en 1989. El sector lleva 20 años evolucionando, ahora los jóvenes salen a las doce o la una a la calle.

2. Los políticos tendrían que adaptarse más a la situación. Ante los cambios de hábitos de consumo, ¿tiene sentido seguir con la misma normativa de hace 40 años para la hostelería? Por otro lado, si hay algo que nos ha hecho daño son los botellones y los locales de jóvenes. Son fenómenos que se nos han ido de las manos y no se han puesto medidas desde las instituciones. En los 70, 80 y 90, los chavales bebíamos cerveza en los bares y los camareros nos controlaban. Hoy, con 15 años, empiezan directamente a beber vodka, no controlan, y lo hacen en el local, sin adultos. Las normativas van siempre por detrás de la realidad. Finalmente, me gustaría que nos preguntaran a todos los hosteleros sobre medidas que se puedan tomar. Somos los que estamos más pegados a la calle, algo tendremos que decir.

3. Creo que va a seguir evolucionando de la mano de los hábitos de las personas.

4. No creo que haya un modelo único de ocio nocturno que pueda extrapolarse a otros lugares, hay que tomar medidas específicas.

5. Creo que es una cuestión más de bares que de las marcas. Nosotros tenemos que independizarnos un poco, porque las marcas están entrando mucho en los bares.

1. ¿Cómo ves la situación del ocio nocturno en Gipuzkoa a partir de las 01,00 horas? ¿Y en tu municipio?
2. ¿Qué medidas se deberían de tomar desde la Administración Pública para revitalizar el sector?
3. ¿Cómo ves la situación del negocio (y sector) a 5 años vista?
4. ¿Crees que existe un modelo de desarrollo de ocio nocturno a seguir?
5. ¿Cuál debería de ser el papel de las grandes marcas de bebidas y espirituosos?

Ocio nocturno

BATAPLAN Donostia

1. Entiendo que el ocio nocturno en Gipuzkoa se encuentra en una situación muy complicada y difícil como consecuencia, a mi entender, de cuatro factores principalmente: la crisis económica, la ampliación de horario general que se concedió a los establecimientos de hostelería (que ha dejado el uso de las discotecas limitado a unas pocas y difíciles horas para trabajar), el incremento importante de impuestos (el IVA del 8 al 21%) y los cambios de hábitos de la gente. En Donostia el pasado otoño/invierno cerraron tres discotecas y en Gipuzkoa solo queda una de gran aforo en marcha.

2. La administración pública, en general, no derrocha especial simpatía hacia este sector, pero facilitaría nuestro trabajo el retorno a los antiguos horarios de cierre en hostelería, la reducción de impuestos (especialmente el IVA) y un apoyo general por su parte al sector.

3. La situación la veo difícil y complicada porque no creo que los hábitos vayan a cambiar de nuevo hacia la noche. Además, los horarios de cierre no van a variar. Al margen de la ampliación del horario general de hostelería para fechas señaladas, se conceden ampliaciones adicionales que agudizan la mala situación de las discotecas.

4. El ocio nocturno sí puede tener uno o varios modelos de desarrollo a seguir, pero, quitando los grandes "templos" de la noche como Ibiza, las Islas Griegas y las grandes ciudades, es difícil lograr un resultado positivo.

5. Las grandes marcas ya apoyan en un porcentaje a los locales de ocio nocturno. Evidentemente, ese apoyo económico podría ser mayor, pero existe.



Ocio nocturno

CAFÉ IRÚN Irún

1. La afluencia de clientes, de año en año, ha descendido claramente. La crisis se ha sumado a un cambio de hábitos y a una cuestión demográfica: en estos momentos, quienes tienen que estar en la calle, por edad, son los jóvenes nacidos en 1990 más o menos y esos fueron años de muy baja natalidad. Si a este hecho le sumas la prohibición del tabaco, el cambio de hábitos, la tendencia a hacer más deporte, etc., la situación es peor que antes.

2. Creo que tendríamos que ir más de la mano para reconducir la situación. En cuanto a las normativas de horarios, las categorías 3 y 4 somos las más perjudicadas. Los de las categorías 1 y 2 se están aprovechando de las ampliaciones de horarios de apertura y de las condiciones. Los pubs, por ejemplo, tienen que invertir en insonorización y otros elementos, cuando hay bares que cierran tan solo hora y media antes y que no han tenido que afrontar esos costes. Hay hora y media de diferencia horaria, pero una significativa diferencia en la inversión realizada.

3. Antes te podías hacer una planificación, pero ahora hacer una previsión a cinco años es imposible por lo volátil del mercado. La gente vive al día y los hábitos son distintos. Hace unos años en una sidrería no había sitio por la noche si no reservabas. Hoy en día, la gente hace planes de día que estira un poco durante la noche, pero se retira pronto.

4. En Café Irún el corazón es el restaurante. Intentamos apostar por los formatos de día, como cumpleaños o despedidas, porque en la noche no puedes pelear.

5. Todo lo relacionado con fiestas con azafatas y todo aquello que se organizaba antes creo que se ha quedado un poco obsoleto. La juventud de ahora pide otras cosas, no se mueve porque organices una fiesta con una marca.



1. ¿Cómo ves la situación del ocio nocturno en Gipuzkoa a partir de las 01,00 horas? ¿Y en tu municipio?
2. ¿Qué medidas se deberían de tomar desde la Administración Pública para revitalizar el sector?
3. ¿Cómo ves la situación del negocio (y sector) a 5 años vista?
4. ¿Crees que existe un modelo de desarrollo de ocio nocturno a seguir?
5. ¿Cuál debería de ser el papel de las grandes marcas de bebidas y espirituosos?

Ocio nocturno

DABADABA Donostia

1. No tengo una opinión del panorama general, ya que nosotros estamos muy enfocados en nuestra historia, que va bastante al margen. En general vemos que el ocio nocturno para el cliente se ha reducido a un día a la semana. Por otro lado, los esfuerzos por dinamizar el turismo de Donostia han dejado de lado la vida nocturna, como si no fuera una parte indisociable de la cultura de una ciudad.

2. Es utópico, porque la realidad de las ciudades, y más en una ciudad tan envejecida/vieja como Donostia, va exactamente hacia lo opuesto, pero una ampliación de horarios general sería la medida revitalizadora más inmediata posible.

3. Ni idea. Suponemos que Donostia seguirá volcada con la gastronomía y pasando de la noche.

4. Claro. Mirad a Berlín: horarios abiertos, sin hora de cierre (verídico), fomento de la cultura musical nocturna, etc.

5. Acompañantes, y cada vez menos protagonistas.



Ocio nocturno

PUNTO Y APARTE Eibar



1. En Punto y Aparte, en Eibar, abrimos a las dos de la mañana viernes y sábados, y cerramos a las siete de la mañana. El ambiente es bueno; aunque el viernes es flojo, el sábado es siempre potente. Somos el único local que queda a esa hora. Eso sí, la crisis está teniendo un efecto claro todavía: nadie tiene dinero para salir de fiesta. Antes se veía gente en todo momento, ahora son horas puntuales. Entre semana, al margen del chiquiteo no hay nada. Eso sí, cuando juega el Eibar, el ambiente y la afluencia son muy buenos.

2. Un apoyo mayor a los hosteleros de Eibar y de la provincia, que se dialogue y se consensuen más las medidas con nosotros.

3. El sector está en un bache, pero yo creo que esto, al menos en Eibar, se levanta. La gente de fuera viene de Elgoibar, Markina, etc. Se crea un ambiente bonito. Yo creo que esto da la vuelta, ahora se ve un poquito más de color, no sé si porque el Eibar está en Primera o porque por fin la crisis empieza a mejorar.

4. Hay mil formas de afrontar el negocio. Nosotros trabajamos bien en el ámbito de las fiestas privadas. Hay que buscar en los colectivos en los que hay margen, adaptarse al mercado y a las nuevas demandas de las empresas, los grupos de amigos, etc.

5. En Eibar hay tres tipos de consumo: de cervezas, de trago y de trago superior. Las marcas están muy presentes, hacen promociones, regalos, etc. Va todo por modas, hay algunas que han desaparecido, pero hay otras como Jagermeister que han entrado como una bomba.

1. ¿Cómo ves la situación del ocio nocturno en Gipuzkoa a partir de las 01,00 horas? ¿Y en tu municipio?
2. ¿Qué medidas se deberían de tomar desde la Administración Pública para revitalizar el sector?
3. ¿Cómo ves la situación del negocio (y sector) a 5 años vista?
4. ¿Crees que existe un modelo de desarrollo de ocio nocturno a seguir?
5. ¿Cuál debería de ser el papel de las grandes marcas de bebidas y espirituosos?

Ocio nocturno

LORETXU

Donostia



1. Hoy en día, bastante peor que el año pasado y hace cinco años. No estamos notando mejoras. Nos hemos adaptado, hemos realizado una inversión para ofrecer pintxos de día, con una pequeña reforma para generar ambiente de noche y de día. Nos la hemos jugado y nos está saliendo bien. Pero en la noche solo existe el sábado, nos estamos planteando cerrar el viernes por la noche.

2. No sé si desde la administración pública se puede fomentar que la gente vaya a los bares, pero sí creo que se puede no ahogar más a este tipo de negocios. Seguimos con problemas de multas por sacar vasos de plástico, etc. Entendemos las quejas por ruidos, vasos, y otras cuestiones, pero, tal y como está el tema, como sigan apretando un poco, vamos a cerrar todos.

3. Yo creo que el que no logre adaptarse al día lo tiene muy crudo. El que sobrevive en la noche es el que se diferencia, el que pone ginebras Premium, etc. En definitiva, o adaptarse al día o especializarse mucho. Antes un bar lo abría cualquiera, ahora hay que pensárselo mucho, porque la gente ha cambiado de hábitos y no tiene tanto dinero. Sí veo que el ocio nocturno está pasando a manos de personas de fuera. Atendemos cada vez a más turistas franceses y despedidas de solteros de otros lugares, y menos gente de aquí. Se dice que no se quiere que esto sea un Magaluf, pero poco a poco se está avanzando en ese camino y nosotros a veces trabajamos con clientela muy broncas que no nos gusta. Los de aquí están empezando a salir solo durante el día.

4. Es difícil. Nosotros hemos pensado mil cosas, hemos analizado lo que hemos visto en nuestros viajes. No se puede copiar modelos de otros lugares.

5. Alguna vez hemos montado alguna actividad de promoción y no atraen mucho a la gente. Es difícil meter nuevas marcas porque la gente quiere lo que siempre ha tomado, no hay mucho margen.

Ocio nocturno

FRIENDS

Donostia

1. La situación es bastante negativa. Los hábitos de la gente han cambiado debido a las normativas como la del tabaco o la ampliación del horario general de hostelería, que ha hecho que los bares se coman el negocio no solo durante el día, sino también durante la noche. El bar se ha comido el espacio del pub, el pub ha tendido hacia el de las discotecas y, finalmente, las discotecas son las paganas en todo esto. Hasta el cambio, nosotros a la 1.30h de la mañana estábamos llenos. Ahora empezamos a trabajar fuerte a las tres de la mañana.

2. Es difícil identificar acciones que se puedan materializar para volver a una situación positiva para nosotros. Lo cierto es que las cosas no se han hecho bien, se han cambiado los hábitos de los consumidores y eso ha roto y desvirtuado el ambiente, es complicado retomarlo.

3. Creo que la situación a futuro sigue en esa línea. Yo soy de las personas que opinan que la gente querrá seguir saliendo, aunque de otra manera, y necesitará que siga existiendo una oferta de ocio nocturno acorde con sus necesidades.

4. No tengo un modelo identificado que se pueda extrapolar a lugares como San Sebastián, cada lugar tiene sus especificidades y, para nuestro caso, no veo un modelo claro.

5. El actual es correcto.



Organizadores de eventos en Gipuzkoa



1. ¿Cómo nace el evento que organizáis? ¿Qué fines perseguía en su inicio?
2. ¿Crees que esta actividad debería englobarse dentro del turismo (gastronómico, cultural...) o es una actividad de consumo interno?
3. Si debe existir un desarrollo turístico, ¿qué pedirías a las administraciones públicas y privadas para potenciar vuestro evento?
4. ¿Cómo ves vuestra actividad dentro de 5 años?
5. ¿Echas de menos en la oferta de eventos guipuzcoanos algún colectivo que carezca de ofertas?

SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA



1. Nació como continuación de las Jornadas de Vitoria, quería ser una muestra del panorama nacional e internacional de la cocina creativa contemporánea. Y se convirtió en el primer congreso gastronómico del mundo.
2. Sí, desde luego. Ya forma parte de ámbitos más generales como los citados. Tenemos propuestas para todos los gustos dentro del congreso.
3. Su apoyo cada vez más decidido a todos los niveles.
4. Cada año buscamos estar en la vanguardia del sector, por lo que cada edición incorpora novedades. Cinco años son muchos, vamos año a año.
5. El nuestro es un congreso profesional para el sector y también con actividades populares. Estamos abiertos a todos, todos los públicos.

PRO ZARAUTZ

1. Pro Zarautz fue un evento que nació desde el club de surf de Zarautz, entidad que se puso manos a la obra para sacar adelante la iniciativa que contó con el apoyo de la oficina de turismo desde un primer momento. La oficina de turismo se mostró receptiva y abierta para organizar este tipo de campeonato porque quería que el surf se promocionara en Zarautz y al mismo tiempo, dar a conocer la localidad en el entorno del surf a nivel internacional. Además, tanto el club como la oficina de turismo buscaban que los jóvenes que se iniciaran en este deporte tuvieran un evento referente en la propia localidad.
2. Sin duda alguna. Se trata de una actividad que se engloba dentro del turismo tanto gastronómico como cultural, ya que es un atractivo más para los visitantes que acuden al municipio durante esas fechas.
3. Desde las administraciones públicas se debe trabajar para apoyar este tipo de eventos y Zarautz ha sido un claro ejemplo de la colaboración interinstitucional, porque ha contado con el apoyo de tres instituciones vascas, el Ayuntamiento de Zarautz, la Diputación y el Gobierno Vasco, algo que ha ayudado a incrementar los premios tanto en categoría masculina como en la femenina.
4. Vemos que este evento coloca Zarautz en el mapa mundial, tanto a nivel turístico como deportivo. Un evento de este calibre tiene una repercusión económica muy grande en el municipio, sobre todo en sectores como la hostelería o las escuelas de surf. Por ello, trabajaremos para que el Pro Surf coja cada vez más fuerza y más renombre a nivel internacional, algo que a buen seguro será positivo para el municipio.
5. No



1. ¿Cómo nace el evento que organizáis? ¿Qué fines perseguía en su inicio?
2. ¿Crees que esta actividad debería englobarse dentro del turismo (gastronómico, cultural...) o es una actividad de consumo interno?
3. Si debe existir un desarrollo turístico, ¿qué pedirías a las administraciones públicas y privadas para potenciar vuestro evento?
4. ¿Cómo ves vuestra actividad dentro de 5 años?
5. ¿Echas de menos en la oferta de eventos guipuzcoanos algún colectivo que carezca de ofertas?

BEHOBIA-SAN SEBASTIÁN

1. La Behobia-San Sebastián nació en 1919, en los albores del Club Deportivo Fortuna. El club organizaba muchos eventos para promocionar el deporte en un momento en el que no se hacía nada por la actividad física. Con los franceses había mucha rivalidad, así que se decidió organizar una carrera desde la frontera hasta la ciudad. El primer año salieron 21 corredores. Ahora ya son 34.000 y dentro de cuatro años celebramos el centenario. La Behobia-San Sebastián es la carrera más antigua de España.



2. San Sebastián es única en el estado, y yo diría que del mundo, con un listado de eventos tan potentes y que generan tanta actividad económica. Ahora todas las ciudades quieren atraer a este tipo de eventos, pero San Sebastián es puntera. La Behobia-San Sebastián aporta 15 millones de euros a la ciudad en un fin de semana. Todo ello hace que estos eventos sean muy importantes como estrategia turística y, en ese sentido, políticamente se tendría que tratar con más mimo a los eventos socioculturales y deportivos. Porque toda la gente que viene a presenciarlos se enamora de la ciudad, repite destino en otro tipo de ocio. Nuestro target es un público de clase media-alta, vienen familias enteras de todas las provincias. 15.000 corredores y corredoras de fuera. Nosotros trabajamos en red con los agentes turísticos para potenciar todo esto.

3. La Behobia-San Sebastián es autosuficiente y el remanente lo destina a fomentar el deporte de base, que es el objetivo del CD Fortuna. No pedimos dinero, porque nos financiamos nosotros mismos. Lo que sí planteamos al Ayuntamiento, la Diputación y el Gobierno vasco es que aprovechen la carrera para fortalecer la marca de San Sebastián, Gipuzkoa y Euskadi, que entren como patrocinadores puros y duros, para promocionar las marcas como destino turístico. Con todos tenemos una buena relación, pero creemos que se podría ir más allá, sacarle más jugo a la experiencia de la Behobia-San Sebastián.

4. Nos gustaría tener una mayor penetración en el mercado europeo. Esta edición tendremos 4.000 franceses y unos 300 del resto de Europa y del mundo. Nos encantaría que fueran, por ejemplo, 5.000 franceses y 1.500 del resto del mundo.

5. En la Behobia-San Sebastián tienen cabida todas las personas. Tenemos carrera específica de niños, las personas con diversidad funcional participan... Y nos gustaría incluir a las personas con problemas de salud mental.

TITIRIJAI

1. Titirijai nace con el deseo, desde el Centro de Iniciativas y Turismo de Tolosa, de organizar algo para los niños relacionado con el teatro. En el año 1987, cuando comienza el Titirijai, no había festivales de marionetas y consideramos que era una forma teatral muy cercana al niño. Nuestro objetivo era, y sigue siendo, acercar el teatro a los niños, formarles como espectadores de presente y de futuro.

2. Yo creo que los festivales culturales pueden ser un atractivo turístico. Quizás de los eventos que el CIT organiza el que tenga mayor potencial turístico sea el Certamen Coral, más que el propio Titirijai, ya que atrae a gente de toda España y del extranjero, que viene a disfrutar del alto nivel músico coral que encuentran en Tolosa. Al Titirijai acude un público más local, además de gente de otros festivales que nos visita para ver espectáculos con el fin de programarlos en sus festivales.

3. Lo que pediría a las administraciones, ya sea públicas o privadas, para potenciar Titirijai o cualquier otro evento cultural sería, sobre todo, ayuda en la promoción y coordinación de fechas para que no coincidan eventos culturales importantes.

4. Supongo que la pregunta es cómo me gustaría verla. Me gustaría haber vuelto al Titirijai de hace unos años, con un mayor presupuesto, en el que el IVA cultural fuera un 4% en lugar del 21% actual.

5. No



1. ¿Cómo nace el evento que organizáis? ¿Qué fines perseguía en su inicio?
2. ¿Crees que esta actividad debería englobarse dentro del turismo (gastronómico, cultural...) o es una actividad de consumo interno?
3. Si debe existir un desarrollo turístico, ¿qué pedirías a las administraciones públicas y privadas para potenciar vuestro evento?
4. ¿Cómo ves vuestra actividad dentro de 5 años?
5. ¿Echas de menos en la oferta de eventos guipuzcoanos algún colectivo que carezca de ofertas?

DONOSTI CUP



1. Después de dos años llevando equipos de Gipuzkoa a participar en Torneos internacionales de fútbol que se celebraban en Francia, Holanda o Italia, nos animamos a organizar un torneo de esas mismas características en San Sebastián. La primera edición se celebró en 1992 y desde los inicios uno de los principales objetivos era traer a San Sebastián muchos equipos de fútbol de diferentes lugares para que conocieran la ciudad y disfrutaran con el torneo.

2. Sin duda, es una actividad que se engloba dentro del turismo, ya que en cada edición participan más de 8.000 jugadores, de los cuales el 50% procede de fuera del País Vasco. De hecho, la Donosti Cup es a día de hoy el evento que genera más pernoctaciones en San Sebastián y en una parte importante del territorio de Gipuzkoa. Este año, por ejemplo, hemos alojado a más de 5.000 personas de 26 países de los 5 continentes, con una estancia media de 6,5 noches en un total de 32 alojamientos repartidos por Donostia, la comarca del Bidasoa, y la costa guipuzcoana.

3. Uno de nuestros caballos de batalla son los alojamientos. Cada año estamos teniendo más problemas para alojar a todos los equipos de fuera del País Vasco que quieren participar en el torneo. Por falta de plazas de alojamiento y también por falta de alojamientos económicos. Para 2018 parece que se van a construir bastantes, pero la mayoría van a ser hoteles de 4 estrellas en lugares céntricos.

4. Nuestro objetivo es tratar de mantener las cifras en las que nos estamos moviendo en la actualidad, 500-550 equipos, pero aumentando más si cabe la participación de equipos de nuestra Comunidad. Los mercados a los que nos queremos dirigir son el norte de Europa, países que entienden el fútbol de una manera muy civilizada, y el mercado asiático donde la afición por el fútbol está creciendo muchísimo. A nivel organizativo, el objetivo es conseguir acondicionar alguna sede que pueda acoger 4 o 5 campos juntos, lo que genera mucho ambiente, y seguir completando el programa de actividades con la participación de grupos de música locales y con puestos de gastronomía de diferentes culturas que hagan que el evento tenga todavía un mayor impacto en la ciudad.

5. Nuestro evento es bastante integrador y, de hecho, hemos hecho un gran esfuerzo por potenciar la presencia de equipos de diferentes razas y culturas. Pero, al ser un evento dirigido a clubes de fútbol, es difícil saber si dentro de los clubes hay presencia de estos colectivos.

HONDARRIBIA BLUES FESTIVAL

1. Como aficionado al blues solía moverme por festivales por todas partes ya que aquí carecíamos de un festival dedicado 100% a este género musical. Sólo podíamos esperar a que alguno de los festivales de jazz programase algo de blues, pero tampoco era muy habitual. Así que presenté esta idea en el ayuntamiento en el año 2005 porque creía que el blues merecía un espacio propio. Los objetivos del festival son acercar y dar a conocer este género musical al mayor número de gente posible, por eso es un festival 100% gratuito, y organizar un evento de calidad para reconocer la labor de artistas y patrocinadores.

2. Por supuesto. El Hondarribia Blues Festival ha crecido de forma exponencial y desde sus inicios ha sido reconocido internacionalmente. Contamos con visitantes de todas partes, no sólo de la península y Francia sino de países como Alemania, Suiza, Italia, Canadá, USA o Noruega. Mucha de la gente que se acerca esos días a Hondarribia con la excusa del festival se sorprende de la ciudad, de sus gentes, de la gastronomía y del entorno y muchos de ellos vuelven en otras épocas de vacaciones con la familia a conocerlo mejor. Hemos conseguido crear una marca para Hondarribia con el Blues y hemos dado a conocer la ciudad por todo el mundo. De hecho, el año pasado la Blues Foundation de Memphis (máximo organismo a nivel mundial) nos galardonó con el premio KBA (Keeping the Blues Alive) como mejor festival internacional, máximo galardón al que se puede aspirar.

3. Sin lugar a dudas más apoyo. Somos un festival a nivel de presupuesto muy pequeño aunque ofrezcamos de cara al exterior una imagen totalmente diferente. Si queremos tener un festival realmente fuerte, en lo que a estructura se refiere, creo que deberíamos de contar con un mayor apoyo para poder crecer sobre unos cimientos firmes. A las administraciones públicas lo que sí se les podría pedir quizás es una mayor fluidez a la hora de trabajar porque a veces resulta realmente difícil. A las organizaciones privadas, me gustaría decirles que la provincia también existe. Algunas están desviando sus inversiones a otros territorios. De todas formas, nosotros tenemos la gran suerte de contar con el apoyo incondicional del Ayuntamiento de Hondarribia que es el pulmón y el que hace posible que este festival siga adelante.

4. Es una pena pero nunca podemos hablar a varios años vista. La forma de trabajar de las instituciones hace que como mucho podamos trabajar año a año. Hay cosas que se van haciendo con antelación, pero nunca con la seguridad de que vayan a seguir adelante.

5. Pues creo que no. En los últimos 3 años hemos asistido a un "boom" increíble de eventos y la oferta se ha disparado y prácticamente todos los fines de semana hay alguna actividad cultural o deportiva programada.

1. ¿Cómo nace el evento que organizáis? ¿Qué fines perseguía en su inicio?
2. ¿Crees que esta actividad debería englobarse dentro del turismo (gastronómico, cultural...) o es una actividad de consumo interno?
3. Si debe existir un desarrollo turístico, ¿qué pedirías a las administraciones públicas y privadas para potenciar vuestro evento?
4. ¿Cómo ves vuestra actividad dentro de 5 años?
5. ¿Echas de menos en la oferta de eventos guipuzcoanos algún colectivo que carezca de ofertas?

IGELDO FESTIBALA

1. Queríamos hacer un festival urbano, diurno y para todos los públicos. Queríamos que el enclave fuese una parte muy importante de su encanto y lo hiciese diferente, que el propio espacio enraizase el festival en esta ciudad. Nuestra idea era un festival mediano, como es esta ciudad, que no dependiera de los grandes números ni entrase en competencia con otros festivales. Creemos en festivales que son una experiencia, que forman parte de una ciudad y de su entorno y que tienen que tener mucha identidad para sobrevivir en la gran oferta actual. Creo que lo hemos conseguido.



@Óscar Alonso

2. Creo que es toda una experiencia. Poder venir a Donostia en un fin de semana en el que puedes participar de las Euskal Jaiak, degustar sidra en lo viejo, degustar nuestra gastronomía, acudir al parque con tus hijos, vivir uno de los pocos festivales que se pueden ver en familia y ver las regatas al día siguiente... Es una experiencia musical, cultural y gastronómica.

3. En la actualidad, todos los festivales bandera de cada ciudad que son privados reciben entre el 20 y el 30% de su presupuesto de ayuntamientos o instituciones públicas. Da igual BBK, Azkena Rock, Mundaka Festival... Esto sucede por tres motivos: tiene un retorno económico a la ciudad muy importante, es un motor turístico y cultural y sirve para vender la marca ciudad. Hay un retorno de marketing de ciudad. Nosotros, después de seis años, solo pedimos el mismo tratamiento que en otras ciudades. Que el Ayuntamiento le dé el valor que tiene al festival.

4. Hemos cumplido una etapa, la de fortalecer una idea, asentarla en la oferta cultural y en la agenda de la ciudad. Ahora nos enfrentamos a otros cinco años donde no debemos perder nuestra identidad, pero tenemos que saber madurar y no perder ingenio o atractivo. Saber crecer sin perder nuestra esencia.

5. Creo que son los propios colectivos que llevan años trabajando y defendiendo sus derechos y sus espacios quienes tienen que hablar. Nuestro festival quiere recoger y hacer sentirse cómodos a todos los colectivos.

MARATÓN ZEGAMA-AIZKORRI

1. Ante la pérdida preocupante de población que llevaba sufriendo el municipio de Zegama los últimos lustros, desde el Ayuntamiento se activó un plan de choque para invertir la inercia negativa, que tuvo reflejo en diversas acciones y resoluciones que se adoptaron con ese propósito. En este contexto, en el año 2000 se creó la Asociación de Amigos del Aizkorri, que fue el germen de nuestra maratón alpina Zegama-Aizkorri, valedera prácticamente desde sus inicios para la Copa del Mundo. Todo el pueblo apoya e impulsa este evento, por lo que la Maratón Alpina Zegama-Aizkorri es un ejemplo de voluntariado. Una prueba que nace desde Zegama para Zegama.

Mención especial merecen Antton Bandrés; el alma mater de la prueba, Alberto Aierbe; Emilio Txurruka; el referente de montañismo, Pako Iriondo, así como nuestros amigos de EITB y de Organizaciones Deportivas El Diario Vasco.

2. Creemos que es un elemento de atractivo turístico de primer nivel. Su repercusión en el entorno durante los días previos y posteriores a la prueba está constatada y la ocupación hotelera es total. Además, durante el año mucha gente se acerca a Zegama para realizar el recorrido de la maratón. Está claro que la prueba ha adquirido un nivel internacional, por lo que es un reclamo turístico evidente que trasciende el ámbito local.

3. La Maratón Alpina Zegama-Aizkorri es un evento de amplia repercusión que tiene una incidencia directa en los servicios turísticos. Las Administraciones Públicas deben cuidar este aspecto. El dinero es muy importante para poder abordar una prueba de esta entidad con las garantías de un evento de nivel internacional. Pero el dinero no lo hace todo. Partimos del voluntariado y queremos contribuir a visualizar valores que cotizan a la baja en nuestra sociedad (solidaridad, altruismo, voluntariado, gratuidad) y que el montañismo mismo pone en valor. Contamos con el apoyo de las instituciones y de las empresas del entorno para el buen hacer de la prueba.



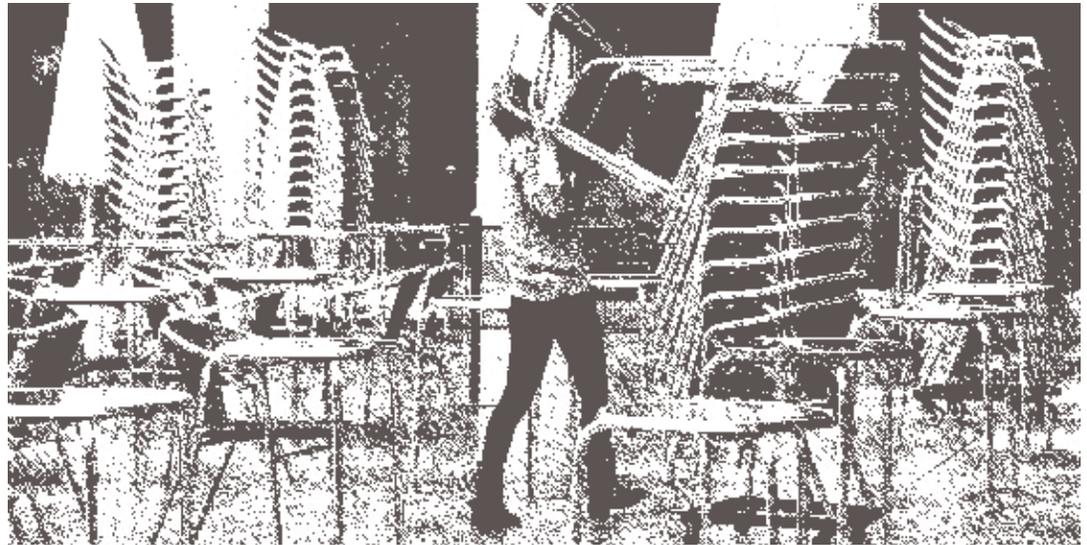
4. Soy optimista. Creo que es una prueba consolidada, los mejores corredores y corredoras del mundo quieren participar y tiene un público fiel que jalona todo el recorrido. Pero no podemos caer en la autocomplacencia. Estamos en lo alto, pero debemos seguir cuidando aquello que nos encumbra.

Las tasas de la mayoría de las terrazas de Donostia aumentan un 30% en 2016

MUCHOS HOSTELEROS DONOSTIARRAS QUE TIENEN TERRAZAS DE LOS GRUPOS 1 Y 2 se han llevado este verano una desagradable sorpresa, al ver cómo el recibo de sus tasas de terraza del primer semestre del año reflejaba un aumento de entre un 25 y un 35% respecto al recibo del año anterior.

Un incremento de tasas era esperado, pero no en esta cuantía. En efecto, el pasado mes de octubre, el alcalde donostiarra y el concejal de Hacienda anunciaban, en rueda de prensa, un aumento generalizado de las tasas de terrazas del 3% (salvo las ubicadas en la Parte Vieja que tendrían incrementos superiores a fin de adecuar su categoría a la del resto de las zonas más turísticas). Las razones dadas para realizar un aumento de tasas por encima del IPC, y del resto de servicios municipales, salvo basuras, era el buen año turístico que estaba viviendo el sector hostelero.

La realidad es otra y nos dice que locales de Riberas, de Egia o Aiete, a los que no se acercan turistas en todo el año, han visto como sus



Un incremento de tasas era esperado, pero no de esta cuantía. Y no se ha aplicado en algunos barrios turísticos, sino de manera general en toda la ciudad

tasas de terraza aumentaban un 28,76%; un 31,09% o un 29,96% (son datos reales de tres establecimientos ubicados en dichos barrios). A los responsables municipales se les "olvidó" comentar en aquella rueda de prensa, y por supuesto comunicarlo a los interlocutores sectoriales, las razones de esta subida de tasas tan desmedida. Una su-

bida que es fruto de ampliar de 4 a 6 meses las tarifas consideradas de temporada alta para las terrazas del grupo 1 y del grupo 2. Una subida que se realiza con carácter general, para las terrazas DE CUALQUIER BARRIO DE LA CIUDAD, sea turístico o no.

Sorprende ver como otros sectores económicos de la ciudad, que también se bene-

fician del turismo, no pagan un solo duro por la ocupación de la vía pública. En efecto, el ayuntamiento donostiarra no cobra por el uso de vía pública que a diario hacen fruteros, kioskeros, o comercios que sacan sus productos a exponer a la calle. El sector hostelero donostiarra está sorprendido por esta discriminación en el trato a unos establecimientos respecto a otros y por ser considerados, a efectos de pago de tasas, los únicos que se benefician del efecto positivo que el turismo tiene en la ciudad.

clyma
GRUP, S.L.

COCINA LIMPIA = SALUD Y SEGURIDAD

PROPONEMOS LA SOLUCION DEFINITIVA PARA LA LIMPIEZA E HIGIENE DE SU COCINA

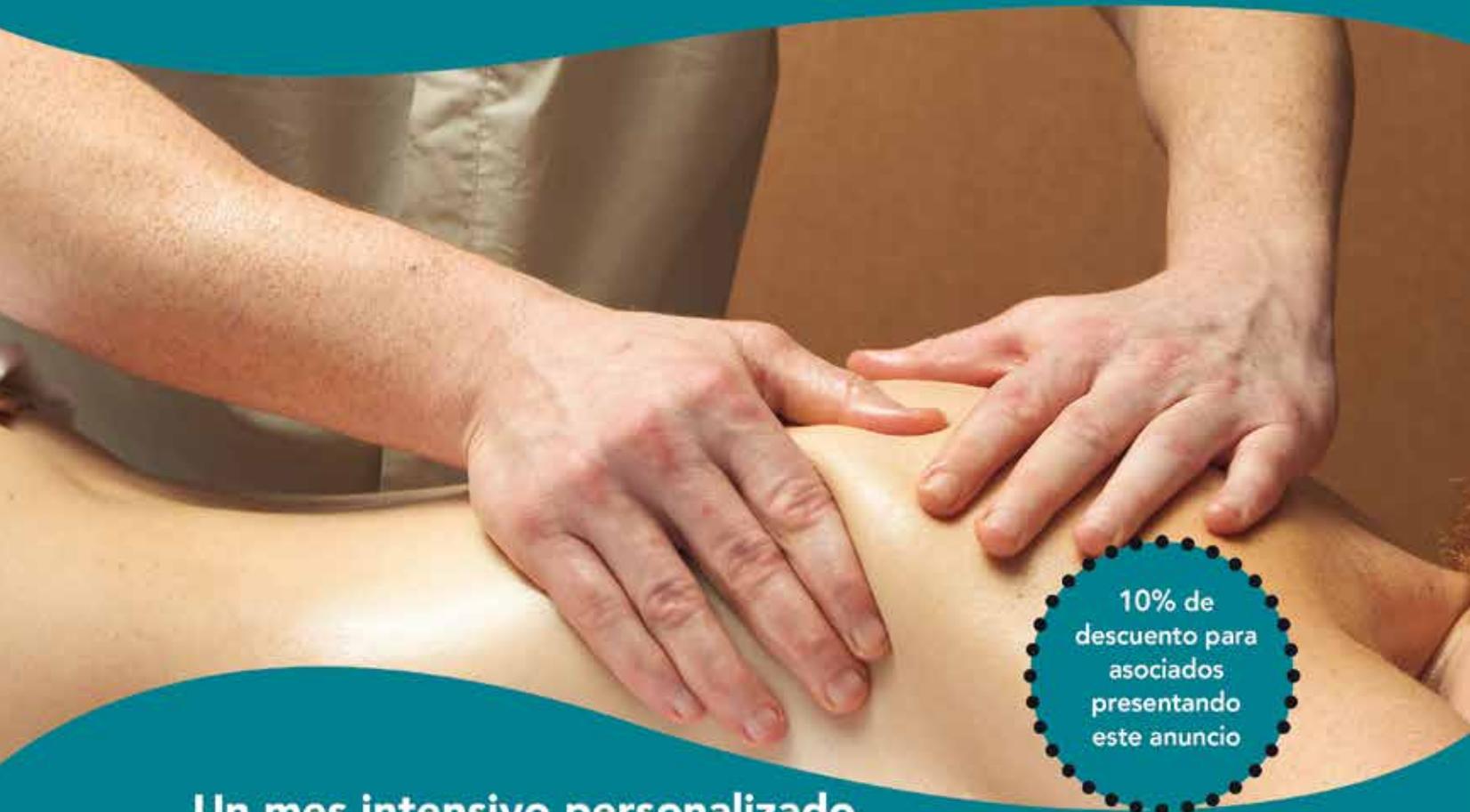
En Clymagrup nos encargamos de la gestión de la limpieza e higiene de su cocina aplicando planes periódicos trimestrales, semestrales o anuales

- Limpieza general de cocina
- Limpieza de conductos y campaña de extracción
- Limpieza y reposición de filtros
- Eliminación de olores
- Tratamiento de plagas
- Analíticas microbiológicas
- Certificados



10% DTO. HASTA 31/12/2016

PONTE EN NUESTRAS MANOS ¡UN MES!...o regala a quien tú quieras:



10% de
descuento para
socios
presentando
este anuncio

Un mes intensivo personalizado
de belleza corporal, deporte, dieta y salud. **¡Cuídate!**



DIETA DURANTE 1 MES

4 consultas, controles semanales.

TRATAMIENTOS DE ESTÉTICA

4 tratamientos corporales (reductor, remodelante, anticelulítico, reafirmante, circulatorio, etc.).
Un tratamiento semanal.

1 MES DE SOCIO PERLA

Acceso libre al gimnasio y al circuito de talasoterapia (incluye clases colectiva y aquagym)

TODO POR 300 €

Un análisis redondo

El restaurante Biribil de Irun ahorra cerca de 6.000 euros anuales gracias a un estudio a medida de su gasto en electricidad enfocado al ahorro energético.



QUE LA FACTURA DE LA ELECTRICIDAD ES UN AUTÉNTICO MISTERIO

difícil de descifrar es algo patente en todos los hogares y negocios. El bar-restaurant Biribil de Irun lleva dos años afrontando la factura de la electricidad como una buena oportunidad para la eficiencia energética y el control del gasto, en vez de como un tedioso trámite de pago más. El resultado está siendo un importante ahorro de cerca de 6.000 euros anuales y un profundo aprendizaje sobre el consumo de electricidad y sobre eficiencia.

A finales de 2014, Eva y Teresa, propietarias del local, se embarcaron en un proceso de análisis de las facturas, del uso de la ener-

gía y de cuáles son las principales fuentes del gasto en esta empresa familiar. Esta reflexión, realizada con una compañía dedicada a la eficiencia energética, generó a su vez acciones específicas que redundaron en un mejor uso de la energía y de control de la factura de la electricidad. Hoy, meses después y tras ahorrar cerca de 6.000 euros anuales, continúan el proceso para seguir mejorando los resultados.

“Desde el primer mes, solo con el cambio en el contrato con Iberdrola, ahorramos 500 euros”, explica Eva. La empresa de eficiencia energética analizó sus facturas mensuales, renegoció con la eléctrica y ajustó la potencia a la nece-

sidad real de Biribil. A partir de entonces, identificaron los principales focos de gasto. En su caso, por ejemplo, la máquina de hielo. Tomaron medidas, como gestos sencillos como apagar la máquina o realizar un análisis sobre si es más barato comprar el hielo, etc. Finalmente, apostaron por instalar un aparato que elimina la energía reactiva para generar así más ahorro.

Todas ellas medidas con un impacto directo en la economía de este negocio familiar que, con una pequeña inversión en este proceso, ha salido ganando. El aprendizaje durante este tiempo ha sido importante. “He aprendido a descifrar la factura de la electricidad, cuando salen

cosas raras ya no las paso por alto, las analizo, veo por qué ocurren, sé cómo funcionan”, explica Eva mientras preparan pintxos calientes, la especialidad de la casa. La propietaria del bar-restaurant, que además de la carta ofrece una amplia variedad de bocadillos y ensaladas, recuerda que la maquinaria más antigua es la que más consume y enumera las distintas recomendaciones para ahorrar energía.

“Nadie entiende de primeras una factura energética. Analizarla, ser conscientes del consumo y de las maneras existentes para ahorrar son maneras que, a la larga, hacen que la propia factura sea legible”. Y reconoce: “lo siguiente, el gas”.





Informativo básico laboral

Información básica sobre altas y bajas laborales y control de contratos parciales

LES RECORDAMOS QUE LAS EMPRESAS TIENEN OBLIGACIÓN DE REMITIR A LA SEGURIDAD SOCIAL, en el plazo máximo de 3 días, las bajas en la empresa y variaciones de datos de sus trabajadores. En caso de comunicarlas con posterioridad, se cobrará la cotización de los días de retraso.

La Ley de Seguridad Social establece igualmente que **las altas de los trabajadores tienen que ser previas** a la contratación, esto quiere decir que hay que transmitir las altas por lo menos el día anterior a la prestación de servicios, por lo cual tienen que notificar a esta Asociación la intención de dar de alta a sus trabajadores con la debida antelación.

Como novedad importante y relevante, la Seguridad Social ha implantado un nuevo sistema para el envío de los seguros sociales, cambiando el que actualmente existía por otro que requiere de un control exhaustivo. Por ello, es muy importante que

nos aporten los partes médicos de baja y alta, así como los de confirmación de bajas médicas. En este sentido, hemos **recibido instrucciones de la Seguridad Social de que se sancionará en caso de incumplimiento de estos plazos de comunicación y que se rechazará el Seguro Social enviado si no constan los datos de dichas bajas de enfermedad o accidente**, por lo que os pedimos que nos enviéis dichos partes por correo electrónico o fax de forma urgente **para evitar sanciones y recargos**.

Por último, la Inspección de Trabajo lleva ya tiempo controlando los contratos parciales y, como ya les hemos informado en otras ocasiones, es obligatorio que firmen diariamente el registro de horas y se indique la hora de entrada y salida de la prestación de su servicio, ya que van a empezar a sancionar a las empresas que no lo hagan y que no tengan dicho registro en el centro de trabajo.

Lan saileko informatiboa

Oinarrizko informazioa: langileen altak eta bajak, eta lanaldi partzialeko kontratuen kontrola

GOGORARAZTEN DIZUEGU ENPRESEN BETEBEHARRA DELA GIZARTE SEGURANTZARI, HIRU EGUNEKO EPEAN, enpresako langileen bajak eta datu-aldaketak jakinaraztea. Beranduago komunikatuz gero, atzeratutako egun horietako kotizazioa kobratuko zaie.

Gizarte Segurantzaren Legeak dio, halaber, **langileen altak kontratazio eguna baino lehenago jakinarazi behar direla**. Horrek esan nahi du altak gutxienez zerbitzua ematen hasi aurreko egunean jakinarazi behar direla; beraz, langileei alta emateko intentzioa Elkarte honi beharrezkoa den aurre-irapenarekin komunikatu behar diozue.

Berritasun garrantzitsu eta nabarmen bezala, Gizarte Segurantzak sistema berria ezarri du gizarte-aseguruen bidalketarako, orain arte zutena kontrol gehiago eskatzen duen beste bategatik aldatuz. Horregatik oso ga-

rrantzitsua da sendagileak emandako alta eta baja partek eta baja-konfirmazioak ekartzea. Zentzu horretan, Gizarte Segurantzatik adierazi digute komunikazioepeak ez errespetatzeak isuna izango duela eta bidaltako gizarte-asegurua ez duela onartuko gaixotasun edo istripu bajen datuak agertzen ez badira; beraz, parte horiek lehenbailehen bidaltzea eskatzen dizuegu, posta elektronikoz edo faxez, isunak eta errekar-guak saihesteko.

Azkenik, Lan Ikuskaritzak denbora darama kontratu partzialak kontrolatzen eta, bestetan jakinarazi bezala, gogorarazten dizuegu nahi-taezkoa dela ordu-erregistroa egunero sinatzea. Horrez gain, ezinbestekoa da zerbitzua eskaintzeko sarrera eta irteera ordua adieraztea, isuna jartzen hasiko baitira hori egiten ez duten eta erregistroa lantokian ez daukaten enpresei.

Todos los ingredientes del mundo en un mismo mercado

Una alternativa cómoda y ágil para acceder a todos aquellos productos internacionales que a veces nos cuesta conseguir



MERCADO FLOTANTE ES UNA EMPRESA VASCO-GALLEGA cuyo objetivo es eliminar los límites para poder cocinar cualquier especialidad culinaria del mundo, usando los ingredientes propios y originarios de cada cultura y sin tener que recurrir a sustitutos. De momento ofrecen productos envasados pero ya están analizando diversas formas de servir productos frescos de forma regular y con garantías de calidad.

Operan en internet, pero su servicio es muy cercano y dedicado. Se desviven por encontrar soluciones a cualquier petición que se les plantee. Cuentan ya con más de 1.200 referencias y cada mes incor-

poran nuevos productos a su catálogo. Sus estrechas relaciones con más de 30 importadores de todos los continentes les permite ofrecer una gran profundidad de catálogo y un servicio regular, sin romper stocks, ya que Mercado Flotante tiene varios proveedores para cada tipo de cocina. De esta forma, si un importador se queda sin algún producto, Mercado Flotante recurre a otro, y así sucesivamente hasta encontrar el producto.

Tienen una web para particulares y otra para profesionales, con precios y tamaños adaptados para cada una de ellas. Y el servicio también es personalizado. No dudan en

mover todas sus fichas con la logística para realizar las entregas con la mayor rapidez. Disponen en stock de todo aquello que sus clientes piden regularmente y así pueden servirlo en 1-2 días laborables. Para aquellos productos que son muy poco habituales, contactan directamente con sus proveedores y entregan a cliente en 4-5 días laborables.

Además de la tienda, el sitio web cuenta con una Foodiepedia®, que es una enciclopedia de ingredientes con más de 300 entradas, una sección de 200 recetas internacionales y un blog con curiosidades y artículos sobre temas culinarios.

Lorea (donostiarra) y Miguel (pontevedrés) dedican todo su tiempo y energía a este proyecto. El cariño y la creatividad que le ponen se nota en el resultado y en las opiniones de sus clientes. Y anuncian que todavía tienen muchas ideas en la recámara (maridaje, niños...). Una opción estupenda, ya que su idea es muy útil para muchos cocineros que no tienen fácil el acceso a determinados ingredientes.

www.mercadoflotante.com es, sin duda, una alternativa a considerar para los que no queremos renunciar al auténtico sabor y aroma de los platos más exóticos y remotos.

B Sabadell

Una cuenta pensada para que autónomos, comercios, despachos profesionales y pequeñas empresas se hagan grandes.

Cuenta Expansión Negocios Plus PRO

Te abonamos el 10% de tu cuota de asociado*

0

comisiones de administración y mantenimiento.

+

Cuenta Remunerada

para saldos superiores a 6.000 euros.¹

+

Hasta 30€ mes

bonificación del 1% en la emisión de nóminas y seguros sociales.²

+

Gratis

Servicio Kelvin Retail, información sobre el comportamiento de tu negocio.³

1 / 6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Banco de Sabadell, S.A. se encuentra adherido al Fondo Español de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado fondo es de 100.000 euros por depositante.

Llámanos al **902 383 666**, identifícate como miembro de tu colectivo, organicemos una reunión y empecemos a trabajar.

* Hasta un máximo de 100 euros anuales por cuenta, con la cuota domiciliada. El abono se realizará durante el mes de enero del año siguiente.

Estas condiciones se mantendrán mientras se cumplan los requisitos establecidos en el contrato:

-Tener un ingreso regular trimestral por un importe mínimo de 10.000 euros (se excluyen los ingresos procedentes de cuentas abiertas en el grupo Banco Sabadell a nombre del mismo titular).

-Y cumplir, como mínimo, dos de los siguientes requisitos: un cargo en concepto de emisión de nómina, un cargo en concepto de seguros sociales, un cargo en concepto de impuestos o dos cargos en concepto de recibos. En caso de que el titular sea un comercio, es requisito obligatorio disponer de TPV con nuestra entidad. Se consideran comercios a los efectos de la contratación de esta cuenta los que figuran en el listado publicado en www.bancosabadell.com/cuentaexpansionnegociosplus.

Estos requisitos son de cumplimiento mensual; si al tercer mes no se cumplen estas condiciones, automáticamente la Cuenta Expansión Negocios Plus PRO pasará a ser una Cuenta Profesional.

1. Rentabilidad: para saldos inferiores a 6.000 euros: 0% TIN, 0% TAE, para saldos superiores a 6.000 euros: 0,10% TIN, 0,071% TAE (calculada teniendo en cuenta los dos tipos de interés para el supuesto de permanencia del saldo medio durante un año completo). Ejemplo de liquidación en un año: saldo en cuenta: 20.000 euros; saldo sobre el cual se remunera: 14.000 euros; frecuencia: 4 (trimestral); intereses liquidados en el año: 14 euros.

2. Si domicilias conjuntamente la emisión de nóminas y seguros sociales te bonificamos todos los meses el 1%, con un máximo de 30€/mes.

3. Contarás con un servicio periódico de información actualizada sobre el comportamiento de tu comercio, tus clientes y tu sector, para ayudarte en la toma de decisiones.

bancosabadell.com

La cerveza Olañeta, ganadora de tres oros en la London World Beer Awards

LA CERVEZA OLAÑETA, PROVEEDORA LA FIESTA ANUAL de la Asociación, ha sido reconocida en tres categorías de la World Beer Awards (WBA) que se celebró en Londres el pasado agosto con medalla de oro por sus cervezas Olañeta Blonde, Brown e IPA.

Para la familia Olañeta ha supuesto un gran reconocimiento a todo el trabajo que desde 2010 está llevando a cabo con su marca. Comenzaron con la CraftBeer o cerveza artesanal hace 6 años y reconocen que haber sido premiados está suponiendo un gran empujón para sus productos, creando además una alta expectación en el sector cervecero de la zona. "Ganar



estos oros supone un elemento diferenciador frente a la competencia", añade Pablo Olañeta, co-fundador.

Londres, una de las cunas de la cerveza artesanal de Europa por excelencia, ha premiado tres de las cervezas Olañeta: **La Blonde Ale** (cerveza rubia refrescante al estilo Belga para cualquier momento, una apuesta segura, elaborada con Agua del Añarbe, tres maltas de cebada, dos lúpulos y

cilantro) la **Brown Ale** (tostada al estilo Newcastle, elaborada con agua del Añarbe, cuatro maltas de cebada, malta de avena y dos lúpulos) y la **Indian Pale Ale** (aromática y amarga al estilo de USA, muy diferente a las anteriores, aromas cítricos para los que buscan nuevas sensaciones). Las dos primeras son cervezas artesanales más clásicas, mientras que la última es más moderna y rompedora. Con mucho trabajo y hu-

mildad, esta pequeña empresa familiar cuenta ya con 95 años de historia, casi un siglo elaborando licores y bebidas espirituosas. En el 2010 decidieron elaborar también Cerveza Artesana siguiendo el Método Tradicional (apodada también champenoise o de segunda fermentación en botella) dado que nadie en Gipuzkoa elaboraba cervezas así hasta entonces.

Los hermanos Olañeta reconocen que la clave del éxito reside en sus cervezas sin filtrar (tienen sedimentos), sin pasteurizar y en que el CO2 no se añade de manera artificial sino que fermenta dentro de la propia botella o barril.

Cervezas especiales, elaboradas con pasión y dedicación, cualidades que esperamos que el año que viene les hagan conseguir el podio una vez más. ¡Felicidades!



GANBOA
Centro Gráfico

www.ganboa.com

*impresores
por naturaleza*



XXXIX Premundial de Mus Donostia 2016

UN AÑO MÁS, LA COMISIÓN TERRITORIAL DE MUS DE EUSKADI ORGANIZÓ EL XXXIX CAMPEONATO PREMUNDIAL DE MUS, en el que se seleccionó la pareja que representará a Euskadi en el Mundial de Mus de Comunidades Vascas, que tendrá lugar este año en San Sebastián del 8 al 16 de octubre.

El Premundial se celebró en el Casino Kursaal (c/Mayor1 de Donostia) entre el sábado 24 de septiembre y 1 de octubre. En la final, celebrada el 1 de octubre, los participantes y los miembros de la organización cerraron el evento con la ya tradicional comida de clausura, que culminó el reparto de txapelas, trofeos, premios y sorteo de regalos. Entre 47

parejas clasificadas, la victoria fue para Fernando Mas, de Irún y Lucas Herrador de Errenteria, aunque también se llevaron premio los 16 primeros clasificados.

Paralelamente, se disputó en el Casino de Bilbao el puesto de la segunda pareja de Euskadi. En esta ocasión, Juan Carlos Korta y Eusebio Zabalá, de Zumarraga y Urretxu,

fueron los txapeldunes, por lo que dos parejas guipuzcoanas representarán a Euskadi en la final mundial.

En 1978 se celebró el primer Campeonato Mundial en Ascaín (Francia). José Luis García Loza, Antonio Corcher y Fermín Lerchundi fueron los fundadores de esta primera edición. Desde ese año se ha ido incrementando



Foto: Comisión Territorial de Mus de Euskadi.

la relación con Casas y Sociedades de Comunidades Vascas de todo el mundo.

Muchos de sus integrantes emigraron a América y Australia como pastores de rebaños y llevaron con ellos costumbres de nuestra tierra como la pelota, los bailes vascos y el mus. Así nació el Campeonato de Mus de Colectividades Vascas, en el cual participan en la actualidad 12 países.

Este año 2016, coincidiendo con la Capitalidad Europea de la Cultura que disfruta San Sebastián, el Comité Territorial de Mus de Euskadi organiza el XXXIX Mundial de Mus de Colectividades Vascas del 8 al 16 de octubre.

Para más información, puedes seguir los perfiles de **Facebook** (<https://Facebook.com/PremundialMus2016>) y **twitter** (@CtmEuskadi) del Premundial de Mus.



15% DESCUENTO
PARA LOS TRATAMIENTOS DE
DESINSECTACIÓN Y DESRATIZACIÓN

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

TOLERANCIA CERO
CONTRA LAS PLAGAS

 **Adamar**
CONTROL DE PLAGAS

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

San Sebastian Gastronomika vuelve a colocar Gipuzkoa en el epicentro de la cocina mundial

A través de las conferencias programadas, los ponentes han intercambiado información sobre los productos que utilizan, las técnicas propias y las influencias adquiridas. Veinte chefs, récord internacional del congreso, han vuelto a hablar en el lenguaje universal de la gastronomía.



El Kursaal se ha engalanado para acoger una edición muy especial, al coincidir con la Capitalidad Cultural Europea de Donostia.

@Coconut

DEL 2 AL 5 DE OCTUBRE, ESTA GRAN CINA ANUAL DE LA GASTRONOMÍA ha acogido presentaciones, catas, encuentros, novedades, cenas, networking, degustaciones, premios e interacción. El Kursaal se ha engalanado para acoger una edición muy especial, con un sabor añadido al coincidir con la Capitalidad Cultural Europea de Donostia.

Para cuando el lector tenga esta revista en sus manos, San Sebastián Gastronomika 2016 ya habrá terminado. Por primera vez en la historia del congreso, han sido seis los países invitados, singularizando

las diferentes culturas gastronómicas del mundo: Brasil, Sudáfrica, Australia, Japón, Turquía y Hungría han mostrado a través de sus mejores cocineros las realidades de los cinco continentes. Los productos locales, las técnicas propias y las influencias adquiridas han vuelto a adueñarse del Auditorio del Kursaal mediante 20 chefs (récord internacional del congreso), que han hablado en el lenguaje universal de la gastronomía. Entre ellos, varios con restaurantes entre los 100 mejores del mundo según The 50 Best como el



@Coconut

japonés Yoshihiro Narisawa (Narisawa), el brasileño Alex Atala (DOM), el sudafricano Luke Dale-Roberts (The Test Kitchen Restaurant), el australiano Peter Gilmore (Quay) o el turco Mehmet Gürs (Mikla).

El elenco de cocineros ha vuelto a completarse con la mejor selección estatal, con los maestros vascos a la cabeza. Al inicio del Congreso, se contaba con la presencia de Juan Mari Arzak, Andoni Luis Aduriz, Martín Berasategui, Hilario Arbelaitz, Josean Alija y Pedro Subijana como nombres de referencia, aunque también completaban la lista de estrellas Joan Roca, Carme Ruscalleda, Paco Pérez, Mario Sandoval, Ángel León, Oriol Castro, Eduard Xatruch, Sergio y Javier Torres, Rodrigo de la Calle, Paco Morales, Diego Guerrero o Ramón Freixa.

Novedades

Una de las novedades de esta edición ha sido la designación, por parte del Comité Técnico del congreso, de un chef sobre el que han recaído todas las miradas y que dará mucho que hablar en un futuro próximo. El escogido para estrenar esta distinción ha sido Toni Romero que, junto a Quim Coll, ha revolucionado la comida verde desde su restaurante 4 amb 5 mujades de Barcelona. Ambos subieron al escenario del Kursaal con una ponencia sobre "Veganismo gamberro".

Marcas y expositores

El Market de Gastronomika, con stands, marcas y expositores nacionales e internacionales, sigue creciendo. El espacio para el networking ha inaugurado este año distintas zonas de degustación



El intercambio de experiencias y conocimientos culinarios es una de las señas de identidad del evento.

©Coconut



©Coconut

específicas, barras y un área para demostraciones culinarias diarias en riguroso directo con chefs invitados también turcos y húngaros, que han completado las ponencias del auditorio. El Market ha contado también con el espacio "La España de los aceites", donde se han mostrado los mejores aceites de Oliva Virgen Extra, producto invitado en esta edición.

La Gastronomika más empresarial

La segunda edición de Sinergia, el foro empresarial del congreso, ha girado alrededor de la innovación desde una perspectiva de negocio. Importantes empresarios de la restauración han compartido experiencias en una jornada que se cerró con una acción de intercambio acompañada de jamón ibérico y vinos. En esta ocasión fueron los empresarios Carlos García, director de los restaurantes del Grupo Dani García; Juan Carlos Iglesias, co-propietario del Grupo Rías de Galicia; y John Gorham, uno de los chefs más relevantes de la costa Oeste de los Estados Unidos, los

que hablaron de gestión, de estrategias, y de todo cuanto acontece en la restauración fuera de la cocina. Sin duda, un meeting point interesante para los empresarios del sector.

La importancia del producto

La sección Off del Congreso también sigue creciendo. Tras el éxito de las tres primeras ediciones, se ha consolidado con interesantísimas aportaciones centradas principalmente en el mundo del vino y la sala, la parrilla y la salud vinculada a la gastronomía. Las sesiones diseminadas durante los tres días de congreso han acogido catas del más alto nivel, con sesiones de jamón con Arturo Sánchez, cata de novedades con Guzmán Gastronomía, de aceites con Oleum Flumen o un cuatro manos mediterráneo con Carles Gaig y Nandu Jubany.

Homenaje a Gastón Acurio y Gerard Basset

El auditorio del Kursaal también ha acogido emotivos reconocimientos. Por unanimidad, el Comité Técnico del congreso decidió otorgar

a Gastón Acurio (Astrid & Gastón. Lima), el dinamizador de la cocina peruana, el Gran Homenaje por toda su trayectoria. Con 33 restaurantes en doce países, Acurio suma este reconocimiento a su extenso currículum. Por otra parte, además de dirigir una sesión en el marco de las Wine Sessions, el sumiller y master of wine Gerard Basset (Hotel Terra Vina. Reino Unido), ha recibido el VIII Premio Internacional Gueridón de Oro. Basset, nombrado Mejor Sommelier del Mundo 2010, es la única persona en el mundo que suma las distinciones de Master Sommelier, Master of Wine y Wine MBA.

La Gastronomika más solidaria: Zaporeak

Gastronomika, junto al Grupo Gastronómico de Intxaurrenondo (Donostia), ha creado el proyecto Zaporeak Solidario, a través del cual se han situado varias urnas en el Kursaal durante los tres días de congreso para que los visitantes pudieran hacer sus aportaciones. El importe recaudado se destinará íntegramente a ayudar con comida a los cam-

pos de refugiados griegos. El objetivo de esta iniciativa es conseguir 60.000 euros y demostrar la solidaridad y el compromiso cívico de la alta gastronomía.

Kebab y goulash originales en el Street food

El Congreso ha organizado cuatro ponencias estelares para enseñar al público de forma fácil y entretenida a elaborar algunos de los platos más conocidos de Turquía y Hungría. El Street food del domingo 2 de octubre, ubicado en el porche de entrada del Kursaal, sirvió de pistoletazo de salida a Gastronomika 2016, y para dar a conocer los potentes sabores de los mercados húngaros y los exóticos aromas de Estambul, mediante goulash y la sorprendente pastelería centroeuropea, o kebabs y otros platillos callejeros del país otomano.

Además, el Street food se ha mantenido abierto al público todos los días del congreso, al igual que la tradicional Carpa Keler del Festival del Cine, situada en la terraza del Kursaal.

La sostenibilidad social del turismo en Gipuzkoa

EL SECTOR TURÍSTICO GUIPUZCOANO HA MOSTRADO SU PREOCUPACIÓN, a lo largo de este verano, ante diferentes declaraciones de matiz claramente restrictivo en torno al concepto de "sostenibilidad social" del turismo en Gipuzkoa, realizadas por parte de distintos grupos políticos y plataformas sociales del territorio.

La afluencia de turistas al territorio durante los meses veraniegos ha aumentado en el 2016 de manera importante, aunque con niveles inferiores a los experimentados en el conjunto del estado. En una

situación de mejora continuada de las cifras de afluencia turística, el sector se plantea si es momento de iniciar un debate sobre la capacidad de carga turística del territorio o si este debate es artificial, a la vista de las cifras comparativas respecto a otros destinos que nos son cercanos.

Los datos que aporta en INE para el año 2015 dejan bien a las claras que el recorrido del territorio en materia turística es aún amplísimo. A 31 de diciembre de 2015, el conjunto de pernoctaciones vendidas por el total de los

alojamientos guipuzcoanos fue de 2.464.730 noches, de las que 2.022.714 noches fueron estancias en hoteles y pensiones y 442.016 en campings, apartamentos y alojamientos rurales. En todo un año, cada guipuzcoano "vendió" 3,48 noches de alojamiento. Con este dato en la mano, Gipuzkoa se situaría en el puesto número 29 de las 50 provincias del Estado, lejos de las 57,34 noches que vende cada ciudadano balear, de las 21,47 pernoctaciones vendidas por un gerundense o de las 11,53 noches de los oscenses. Gi-

puzkoa se sitúa, a la luz de las cifras del INE para el ejercicio 2015, por debajo de provincias "para nada turísticas" como pueden resultar Soria (6,44 noches); Lleida (5,02 noches) la Rioja (4,13 noches) o incluso Lugo (3,56 noches vendidas por habitante al año). (Ver cuadro adjunto).

La dinámica del territorio en materia turística está lejos de representar, a la vista de estos datos, un peligro para el socio-sistema guipuzcoano. El trabajo que demanda el sector a las instituciones territoriales va en la línea de redistribuir los flujos turísticos, trabajar en mejorar la comunicación sobre los atractivos del conjunto del territorio y seguir afianzando en efecto llamada de la marca San Sebastián.

PERNOCTACIONES VENDIDAS POR HABITANTE Y AÑO (31/12/2015 TOTAL ESTADO)

RANKING (TOTAL)	PROVINCIA	HABITANTES	PERNOCTACIONES (Hoteles y Pensiones)	PERNOCTACIONES (Resto. No campings)	TOTAL PERNOCTACIONES	TOTAL NOCHES POR HABITANTE
1	BALEARES, ILLES	1.134.657	54.613.228	10.448.975	65.062.203	57,34
2	PALMAS, LAS	1.110.777	39.350.285	19.199.227	58.549.512	52,71
3	SANTA CRUZ DE TENERIFE	1.022.890	24.489.330	10.868.730	35.358.060	34,57
4	GIRONA	740.781	11.626.667	4.278.278	15.904.945	21,47
5	TARRAGONA	790.921	9.544.439	2.768.389	12.312.828	15,57
6	MÁLAGA	1.638.952	18.728.144	6.332.393	25.060.537	15,29
7	ALICANTE	1.843.589	16.555.199	6.365.273	22.920.472	12,43
8	HUESCA	220.589	1.764.289	779.131	2.543.420	11,53
9	CASTELLÓN /	571.747	3.558.478	1.803.542	5.362.020	9,38
10	ALMERIA	695.538	4.809.911	894.590	5.704.501	8,20
11	HUELVA	521.330	3.477.529	550.325	4.027.854	7,73
12	GRANADA	917.816	5.597.862	748.941	6.346.803	6,92
13	TERUEL	136.260	645.046	265.647	910.693	6,68
14	SEGOVIA	156.281	688.053	320.654	1.008.707	6,45
15	SORIA	90.872	368.765	216.665	585.430	6,44
16	CANTABRIA	582.571	2.483.693	1.195.115	3.678.808	6,31
17	CÁDIZ	1.248.315	6.862.214	754.152	7.616.366	6,10
18	BARCELONA	5.443.667	29.156.950	2.606.974	31.763.924	5,84
19	ÁVILA	163.684	578.568	368.634	947.202	5,79
20	SALAMANCA	338.694	1.656.960	266.640	1.923.600	5,68
21	LLEIDA	428.509	1.653.999	496.433	2.150.432	5,02
22	ASTURIAS	1.040.681	3.318.252	1.053.925	4.372.177	4,20
23	RIOJA, LA	312.622	996.467	294.079	1.290.546	4,13
24	CÁCERES	402.463	1.118.706	498.684	1.617.390	4,02
25	BURGOS	360.263	1.184.178	234.780	1.418.958	3,94

RANKING (TOTAL)	PROVINCIA	HABITANTES	PERNOCTACIONES (Hoteles y Pensiones)	PERNOCTACIONES (Resto. No campings)	TOTAL PERNOCTACIONES	TOTAL NOCHES POR HABITANTE
26	NAVARRA	637.002	1.699.621	663.629	2.363.250	3,71
27	MADRID	6.433.221	21.695.129	1.947.107	23.642.236	3,68
28	LUGO	336.219	1.027.072	170.185	1.197.257	3,56
29	GIPUZKOA	707.454	2.022.714	442.016	2.464.730	3,48
30	CUENCA	204.038	456.985	229.351	686.336	3,36
31	VALENCIA / VALÈNCIA	2.517.569	6.362.470	2.067.788	8.430.258	3,35
32	CORUÑA, A	1.124.412	3.412.550	310.210	3.722.760	3,31
33	SEVILLA	1.940.806	5.603.780	757.706	6.361.486	3,28
34	PONTEVEDRA	945.202	2.700.283	359.171	3.059.454	3,24
35	LEÓN	475.053	1.245.984	273.942	1.519.926	3,20
36	ZAMORA	181.278	344.865	139.220	484.085	2,67
37	MURCIA	1.465.258	2.753.987	1.062.648	3.816.635	2,60
38	CÓRDOBA	792.393	1.848.043	192.871	2.040.914	2,58
39	PALENCIA	164.255	320.372	98.517	418.889	2,55
40	ARABA/ÁLAVA	321.139	669.192	139.988	809.180	2,52
41	ZARAGOZA	961.072	2.174.920	238.434	2.413.354	2,51
42	BIZKAIA	1.134.034	2.456.317	222.284	2.678.601	2,36
43	VALLADOLID	524.489	1.053.819	102.680	1.156.499	2,21
44	GUADALAJARA	254.199	407.512	145.110	552.622	2,17
45	ALBACETE	392.973	618.151	219.693	837.844	2,13
46	OURENSE	314.835	544.797	78.162	622.959	1,98
47	TOLEDO	690.165	1.157.466	160.796	1.318.262	1,91
48	JAÉN	646.611	855.381	225.085	1.080.466	1,67
49	BADAJOS	682.726	1.039.592	86.305	1.125.897	1,65
50	CIUDAD REAL	508.454	628.928	100.119	729.047	1,43



descomplicate

VIDA · AHORRO · HOGAR · SALUD



La vida es como es. Con sorpresas,
imprevistos y complicaciones.
Por eso, en FIATC tenemos todos los seguros, para que,
con el asesoramiento experto de nuestros profesionales,
dispongas de la solución que necesitas, ni más, ni menos.
Para que todo sea más sencillo y más cómodo.



Amezketta, 7
20010 Donostia

943 454 446
seguros@nahia21.es

FIATC
S E G U R O S

Grabo láser: nuevas técnicas en grabado por corte láser

EN GRABO LÁSER SON ESPECIALISTAS EN EL GRABADO Y TROQUELADO POR CORTE DE LÁSER de todo tipo de objetos en prácticamente cualquier material. Para poder diferenciar nuestros establecimientos entre la dura competencia hostelera actual, empieza a ser necesario personalizar nuestro negocio de una manera creativa y atractiva para nuestros clientes.

Con la intención de ofrecer un valor añadido a sus clientes, Grabo Láser comenzó a producir diferentes piezas en todo tipo de material. Sus fundadores, que cuentan con una dilatada experiencia en el mercado, iniciaron su aventura del láser hace 7 años. Progresivamente han ido adquiriendo



Personalizar el negocio de una manera creativa y atractiva aporta valor a cualquier establecimiento hostelero

diferentes tipos de máquinas, ya que cada una es especialista en ciertos materiales o áreas.

Hoy en día, realizan muchos trabajos para hostelería, entre ellas cartas (tanto en formato normal como en otros

más originales y atrevidos), señalética (identificadores, carteles, etc.) así como cualquier tipo de necesidad que tenga el establecimiento.

Una innovadora manera de crear piezas únicas para cada cliente, totalmente personalizadas, consiguiendo al mismo tiempo mejorar la imagen y presencia de nuestros establecimientos y atraer consigo un mayor número de clientes al local. Proyectos diseñados con mimo y mucho cariño, pensados y bien trabajados. Todo ello con un enfoque sostenible, socialmente equitativo, económicamente viable y no perjudicial para el medio ambiente.

Al mismo tiempo, estos diseños transmiten cercanía, calidad y calidez, atrayendo más al consumidor ofreciéndole una estancia más agradable.

Visita su página web www.grabolaser.com si quieres saber más sobre la técnica.

eatGIPUZKOA.com

Central de Reservas de Restaurantes

TE OFRECEMOS

Libro de Reservas Digital para mejorar la gestión de tus reservas

Envío automático de **encuestas de satisfacción.**

Índice de respuesta superior al 20%

Consigue **nuevos clientes y promociónate** a través de eatGIPUZKOA.com

Ahora también **Página Web** para tu restaurante

Si quieres participar, llama al **943 40 41 10** o envía un correo a contacto@eatgipuzkoa.com

CASA TIBURCIO

“ Bertako produktua sustatzeko ekimenak positiboak dira; jendeak kalitatea eskertzen du ”

ALDE ZAHARREKO TABERNEN ARTEAN OSO EZAGUNA DA

Casa Tiburcio. Eskisabel familiaren hiru belaunaldik gobernatu dute 1929an irekitako jatetxea, eta euren pintxo eta plateretan erabiltzen dituzten kalitatezko produktu freskoek nabarmentzen dute establezimenduaren sukaldia. Duela hiru bat urte hasi ziren Eskisabeldarrak Ostalaritza Elkartearekin kolaboratzen, eta ordutik aurrera gelditu gabe aritu dira elkartearen ekimenetan parte hartzen. Pasa den maiatzeko Txakolinaren, Antxoaren eta Hegaluzearen III. Astearen aurkezpena Casa Tiburcion egin zen, eta urtero

hartzen dute parte Arabako Errioxako ardoa, Idiazabalgo gazta, sagardoa eta piparrak sustatzeko egiten diren ekimenetan, baita Sagardo Apuruak ospakizunean ere.

Txakolinaren, Antxoaren eta Hegaluzearen azken aste-rako sortutako hegaluze pintxo berria 2015eko Gipuzkoako Pintxo Lehiaketaren irabazle izan zen. Soja eta arrain-saldan marinatutako hegaluzea, sinplea baina zapozet betea, Kantauriko hegaluzearen denboraldian oso ondo saltzen dela dio jatetxeko arduradun Tiburcio Eskisabelek. Izan ere, ohiko plateri berrikuntza puntua ematen saiatzen dira beti

Casa Tiburcion. Sagardoaren eta Piparraren Asterako, tenpurekin eta baratxuri gatza-rekin frijitutako piperminak eskaini zituzten, ohiko pipar frijitzuz gain.

Bertako produktuak erabiltzea eta kalitatea dira jatetxearen lehentasunak. Hori dela eta, Kalitatea proiektuarekin bat egitea oso mesedegarri zaiela dio Tiburciok: “Horrelako egitasmoak bultzatzea ona da guretzat, jendeak kalitatea eskertzen baitu”. Gainera, Eskisabelen hitzetan, “bertako produktuak ezagutzera emateko aukera ona da”, eta hemengo ekoizleentzat oso

probetxugarria ere bai. Bezeroak produktuaren kalitateaz ohartzen direla dio Casa Tiburcioren arduradunak, bere esanetan tokiko produktua askotan hobea delako, hegaluzearekin eta antxoarekin gertatzen den moduan. Lehenengo hegaluzeak Kanarietatik etortzen dira, baina Eskisabelek aste batzuk itxaroten ditu Kantaurikoa iritsi arte. Mediterraneoko antxoekin ere mesfidati agertzen da, eta Kantaurikoaren alde egiten du apustu. Izan ere, arraina da etxeko berezitasunetako bat: bakailao eta bisigu erreak, eta hegaluzea, tomatea eta tipulinarekin.

GIEZ BERRI

“ Eusko Labeldun ezta ostalaritzan txertatzeko lanean ari dira erlezainak ”

2017AN HAMAR URTE BETEKO DITU

erlezain gipuzkoar talde baten eskutik sortu zen Giez Berri enpresak. Eusko Label ziurtagiridun ezta ekoizten dute eta duela lauzpabost urte hasi ziren Gipuzkoako Ostalaritza Elkartearekin elkarlanean.

Donostiako Zinemaldian elkarrekin ematen duen Basque Country Gastronomiko sarian parte hartu dute urtero, 2014an banatzen hasi zenetik. Aurten, Inma Cuesta aktoreak eskuratu du eta gipuzkoar produktu sorta jaso du sari moduan, Giez Berriko labeldun ezta barne. Alfredo Garcíak, enpresako arduradu-

netako batek, ekimen hau euren ezta ezagutzera emateko modu polita dela dio, eta euren “filosofiarekin bat” datorrela nabarmendu du, kalitateko produktuak biltzen dituelako.

Izan ere, naturaltasuna eta kalitatea dira ezta ekoizle hauen ezaugarri bereizgarriak: euren erleen abaraskatik eztopora pasatzen da zuzenean produktua, eraldatu eta berotu gabe, propietate natural guztiak mantentzeko.

Erleek espezie inbaditzaileekin dituzten arazoak, batek, eta gazteek erlezaintzan interesik ez izatea, bestetik, oztopo dira ekoizpena man-

tentzeko garaian. Hala ere, “merkataritza aldetik oso ondo doakigu eta produzitzen dena baino eskaera handiagoa dugu”, gehitu du erlezainak.

Kalitatea proiektuaren birtatez Gipuzkoako Ostalaritza Elkarrekin bertako produktua bultzatze aldera egin duen apustua “ekimen garrantzitsua” dela uste du Giez Berriko arduradunak, baita enpresarentzat “erronka lagungarria”. Tokiko elikagaiak sustatzea desafio handia dela azpimarratu du, labeldun ezta ostalaritza-establezimenduetara iristeko zailtasunak izaten baititu, kalitatezko produktua

izan arren. Alfredo Garcíak azaltzen duenez, “tabernetan edo jatetxeetan ez da inoiz Eusko Labeldun ezta aurkitzen, eta produktua saltzeko erabiltzen den ontzi motagatik izaten da askotan”. Alfredo Garcíaren aburuz, kristalezko potoa ez da egokia ostalaritzarako, eta tantarik ez erortzeko diseinatutako ontziek ere ez dute balio Eusko Labeldun ezta krematsua merkaturatzeko, lodiegia baita. Hori dela eta, elkartearekin harremanetan dabilta erlezainak, taberna, jatetxe eta hoteletan erraz eta era egokian erabil daitekeen ezta-potoa edo dosi bakarrek zorroa diseinatzeko.

Horretaz aparte, beste erronka batzuk dituzte mahai gainean. Propolioidun ezta egiteko proiektua dute eskuartean, baita argizariarekin kremak egiteko ideia ere.

Sagardoa eta piparrak, iraileko erreginak

Gipuzkoa osoko 30 establezimenduk hartu dute parte euskal edari tradizionala eta piperrinak dastatzeko aste gastronomikoan

KALITATEA PROIEKTUAK TOKIKO PRODUKTUAK AZPIMARRATZEKO ANTOLATZEN DITUEN EKIMENEN BAITAN, aste gastronomiko berria izan dugu irailaren 10 eta 18 artean. Gipuzkoako 30 jatetxe eta tabernak parte hartu dute Piparraren eta Sagardoaren IV. Asteaz. Horrela, bezeroek baratzeko "langostinoez" gozatzeko aukera izan dute, sagardo basoekin batera errazio eta pintxo anitz dastatuz.

Eusko Jaurlaritzako Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak eta Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteak babestutako egitasmoari esker, tokiko produktuaz disfrutatu ahal izan dute milaka lagunek lurralde osoan zehar. Ekimenaren laguntzaile izan dira, gainera, Gipuzkoako Sagardogile Elkarte eta Gipuzkoako Foru Aldundia.

Aurtengo Asteaz, honako establezimenduak izan dira protagonistak: Azkoitiko Laja; Azpeitiko Kiruri; Debako Seven Clovers Irish Pub; Donostiako Aralar, Mesón Portaletas, Apitxin, Kostalde, Labrit, Bugati Erretegia, Etxeberria, Casa Vergara, Gasteiz, Elizalde, Hidalgo 56, Kata 4, La Boule, Branka, Café S7ete, Oquendo, Txalupa, Txokolo, Urgain, Tiburcio eta La Venta de Curro; Eibarko Birjiñape; Lezoko Kaialde eta Patxiku Enea; Oiartzungo Arizpe; Urniatako K10 hotela; eta Zarauzko Ariztia sagardotegia.



Bertako produktua zabalduz

2013an Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteak, HAZI fundazioaren laguntzarekin, Kalitatea proiektua abiatu zuenetik, "bertako produktu gehiago ikusten ditugu tabernetako barretan", Andoni Amonarraizen hitzetan. Tokiko produktuen balioa goraiatu eta kontsumoa sustatzeko xedea duen proiektuaren arduradunak dio ostalariek gero eta gehiago baloratzen dutela kalitatezko eta gertuko elikagai eta edarien alde apustu egitea. Gainera, aste gastronomikoetan parte hartzen duten establezimenduen ingurukoengan eragina

dutela adierazi du; izan ere, Gipuzkoako Ostalaritza Elkartetik at dauden tabernetan ere "nabari da euskal produktu freskoak eta kalitatezkoak eskaintzeko interes gehiago dagoela".

Piparraren eta Sagardoaren Asteaz gain, gisa bereko beste bi hitzordu antolatzen ditu ostalaritza elkarteak urtero. Maiatzaren 28tik ekainaren 5era arte, Antxoaren, Txakolinaren eta Hegaluzearen III. Astea egin zen, eta urte amaieran Arabako Errioxako Ardoaren eta Idiazabal Gaztaren IV. Astea izango dugu.

Tokiko eta kalitatezko produktuak eskaintzeko interesa handitzen ari da ostalaritza-sektorean.





Sari-banaketan parte hartu dute Nekazaritza, Arrantza eta Elikagaien Politikako sailburuorde Bittor Orozek, Donostia Zinemaldiko zuzendari Luis Rebordinosek, eta Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteko zuzendaritza-batzordeko kide Jon Zulaikak.

Euskal gastronomiaren erakusleihoa

Basque Country Gastronomiako sariak euskal gastronomiaren erakusleihoa izan nahi du, eta bertako produktuak sustatzen lagundu. Horretarako, ezinbestekoa da Eusko Jaurlaritzako Ekonomia Sustapenerako eta Lehiakortasunerako sailaren laguntza, HAZI fundazioaren bidez gauzatzen dena. Nekazaritza, Arrantza eta Elikagaien Politikarako sailburuordetzaren menpe dagoen fundazioarekin sinatu zuen Gipuzkoa Ostalaritzak tokiko produktuak bultzatzen dituen Kalitatea Proiektua.

Irailaren 21ean ospatutako sari-banaketan parte hartu zuten Nekazaritza, Arrantza eta Elikagaien Politikako sailburuorde Bittor Orozek, Donostia Zinemaldiko zuzendari Luis Rebordinosek, eta Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteko zuzendaritza-batzordeko kide Jon Zulaikak.

Izen handiko aktorea

Ospe handiko aktorea izateaz aparte, Andaluzian hazitako Inma Cuesta iaioa da dantzan eta musikan. Hamabost pelikula baino gehiagotan parte hartu du, eta antzerkian, musikaletan eta telebistan ere aritu da. 'Aguila Roja' telesailko Margarita Hernando pertsonaiari esker ezaguna egin da oso.

Hainbat sari jaso ditu telebistan eta zinematan egin-dako lanagatik. Gainera, Goya sarietan hiru aldiz izan da hautatua. Askotan etorri da Zinemaldira, eta aurtengo 'Horizontes Latinos' saileko epai-mahiaren zuzendaria izan da.

Inma Cuesta aktoreak jaso du III. 'Basque Country Gastronomiko' saria

Golardoak euskal gastronomiaren erakusleihoa izan nahi du, eta bertako produktuak sustatzen lagundu

INMA CUESTA AKTOREK JASO DU 2016KO 'BASQUE COUNTRY GASTRONOMIKO' saria, euskal jatorriko goi-mailako elikagai eta edariez osaturiko opari ederra. Donostia Zinemaldiaren baitan eskaintako sariari esker, dozenaka euskal ekoizleren produktuez eta ostalaritzarekin loturiko esperientzia berezietatik gozatzeko aukera izango du aktore valentziarrak.

Eusko Jaurlaritzako Nekazaritza, Arrantza eta Elikagai Politikako sailburuordetzarekin eta Zinemaldiarekin elkarlanean, Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteak hirugarren urtez banatu duen sariak Tomás Murua artistaren garaikurra ere hartzen du barne. Sariak helburutzat du gastronomia nabarmentzen laguntzen duten pertsona ospetsuak aintzat hartzea.

BASQUE COUNTRY GASTRONOMIKO SARIA 2016 OSATU DUTEN PRODUKTUAK

ARABAKO ERRIOXA RIOJA ALAVESA Bodega Altun (Everest 2013 y Altun 2011) Bodegas Covila (Covila II 2008) Bodegas Eguren Ugarte (Ugarte Viura 2014) Bodegas de la Marquesa (Valserrano 2014) Casa Primicia (Carravalseca 2014) Bodegas de Santiago (Lagar de Santiago 2012) Bodegas Valdelana (Avior 2014)	DESTILATUAK DESTILADOS Pacharán Barañano Vodka Basmoon Vodka Horus Ginebra Anubis Ron Brontze	OSTALARITZA HOSTELERIA Rte. Akelarre Sidreria Aburuza Arrizul Congress
TXAKOLINA TXAKOLI Arzabo (D.O. ArabakoTxakolina) Bizkai Barne (D.O. BizkaikoTxakolina) Txomin Etxaniz (D.O. GetariakoTxakolina)	GAZTA QUESO Escuela de pastoreo Gomiztegi (D.O. Idiazabal) Ramón Lizeaga (Queso de autor)	EDARI GOZOK BEBIDAS DULCES Txakoli dulce Txomin Etxaniz (UYDI) Bodega San Prudencio Rioja Alavesa (Malizia y Seducción)
ARRAIN KONTSERBAK CONSERVAS PESCADO Anchoas de Maisor	AHATETIK ERATORRITAKOAK DERIVADOS DE PADO Momotegi	GOZOK DULCES Barrenetxe (Pasteleria) Jakion (Mermeladas y conservas) Muruamendiaraz (Pasteleria)
OLIOA ACEITE EUSKO LABEL Bodegas Valdelana	GATZA SAL Valle salado de Añana	SAGARDUA SIDRA NATURAL EUSKO LABEL Lizeaga Rufino Aburuza
	EZTIA MIEL EUSKO LABEL Giez-Berri	

Kepa Miranda Urrestarazu, Alkizako Ostata

“Alkizako Ostatarekin nire ametsa bete dut: neure negozioa irekitzea”

OSTALARITZAN EKINTZAILE IZAN NAHI ZUEN ETA, SEKTORE HONETAN HIRU HAMARKADAZ LAN EGIN ONDOREN, bere ametsa bete du Alkizan. Kepa Miranda donostiarrak duela bost hilabete hartu zuen Alkizako Ostata, hiritik 25 minutura, eta argi dauka “oso aukera ona” dela.

Zergatik egin zenuen Alkizako Ostataren aldeko apustua?

Ni donostiarra naiz, 30 urtez ostalaritzan aritutakoa, eta neure jatetxea izateko ideia aspalditik nuen buruan. Egun batean, emazteak Alkizako jatetxea libre zegoela jakinarazi zidan. Hasiera batean pixka bat ikaratu nintzen, urrun zegoelako, baina ostata ikusi eta gero ez nuen inolako zalantzarik egin. Alkizak 350 biztanle inguru ditu, baina Anoeta 4 kilometrorara dago eta astebururo kanpoko jendea dator mendira.

Ateak ireki baino lehen zer pauso eman zenituen?

Prozesua oso erraza izan da, Udalarena baita ostata. Baziren lau hilabete itxita zegoela eta erakundeko arduradunek berriro ireki nahi zuten. Izan ere, Alkiza txikia da, ez du dendarik, ezta elkarte gastronomikorik ere, eta taberna bakarra itxia zuen. Beraz, eskaintza egin zidaten, onargarria iruditu zitzaidan eta, 30 egun ondoren, martxan jarri genuen. Horretarako, ezinbestekoa izan zen ostata ondo zainduta egotea, garbia eta ontziteria eta maki-na guztiekin.



Ona al da udalarekin harremana?

Bai, ideia berriak martxan jartzera irekita daude eta harremana erraza da. Urdaiazpikoa mozteko makina bat jarri dute ostatuan eta orain tximinia berria ezarriko dugu. Udalak nahi du herria suspertzen laguntzen duten ekimenak iraunkorrak izatea. Gustura egotea interesatzen zaio, bai zu eta bai herria. Lehendabizi, sei hilabeteko kontratua sinatu genuen, eta orain bost urterako hitzarmen berria negoziatuko dugu.

Zer eskaintzen duzu ostatuan?

Herriko taberna bakarra denez, denetarik eskaintzen dugu. Eguneroko menua, bokatak, karta, plater konbinatuak... Eta, noski, astebururo, eguerdiko pintxoak!

Bost hilabeteren ondoren, zer ondoriozta dezakezu?

Oso hilabete positiboak izan dira. Esperientzia probatu ondoren, are eta argiago daukat. Mendi artean kokatutako jatetxe batek horren ondo funtzionatzea ez nuke ezta ametsik hoberenean ere ikusiko. Giro polita sortzen da herriko jendearekin; egunero ardo basoa edatera datorren aitonarekin, arratsaldeko kafesnea hartzera datozen hiru amonekin edo inguruan lan egiten duen margolariarekin. Asteazkenean zehar, 15 eta 25 menu inguru ematen ditugu egunean, eta asteburuan, 40 edo 50. Hemen bakarrik zaude, lehiarik ez eta lan asko. Asteazkenean zehar bi pertsonak lan egiten dugu ostatuan, eta asteburuetan, bost edo seik.

Zer izan da positiboena?

Nire ametsa gauzatu dudala. Gustatzen zaidana egiten ari naiz eta niretzat egiten ari naiz. Oso aukera ona da.

Nolako profila behar du izan, zure ustez, ostata ireki nahi duen pertsonak?

Profesionala izan behar du, ostalaritzan eskarmentua duena; eta heldutasunez eta jarrerara baikorrez lan egiteko gai izan behar du.



Servicio para Asociados de
Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa
Gipuzkoako Ostalaritza Elkartearen bazkideentzako zerbitzua



Gestión de los alérgenos Alerjenoen kudeaketa

Asesoramiento para el cumplimiento de la normativa vigente
Gaur egungo arautegia betetzeko aholkularitza

Formación a medida del cliente
Bezeroarentzako neurrira egindako prestakuntza



Servicios para los establecimientos Asociados

Licencia de un soporte informático para la gestión y actualización de la normativa de Alérgenos en la carta/menú.	Sesiones de formación en la Asociación para el uso de la aplicación informática y resolución de dudas.	Gestión completa de los alérgenos del establecimiento con una persona especialista en alérgenos.
120€/año	GRATIS	Consultar

(precios sin IVA – BEZa aparte)



Solicite información sin compromiso
Asier 618 557 830
Eskatu informazioa konpromezurik gabe

Acuerdos de colaboración y ventajas de ser socio

SER SOCIO DE HOSTELERÍA GIPUZKOA ES TODO VENTAJAS. ADEMÁS DE CONTAR CON LAS MEJORES CONDICIONES DEL MERCADO EN GESTIÓN FISCAL Y CONTABLE, GESTIÓN LABORAL Y DEFENSA JURÍDICA, te ofrecemos el mejor servicio totalmente gratuito de:

- Bolsa de trabajo (AHG)
- Formación sectorial a empleados (CEI Formación)
- Apoyo al emprendizaje (CEI Subvenciones)
- Relevo generacional (AHG)
- Telefonía (Thalassanet)
- Asesoría energética y compra agrupada de electricidad (Oiartek Comercial S.L.)

- Asesoría de seguros (Nahia21)
- Consulta en obras y reformas (CB2 Proyectos)

Además, en la siguiente tabla encontrarás un resumen de todos nuestros acuerdos de colaboración. Si aún no eres socio, ¿a qué estás esperando para llamarnos?

Contacta con nosotros en el **943 31 60 40** o a través del correo info@hosteleriagipuzkoa.com. También puedes acercarte a conocernos a nuestra sede, en la **calle Almorza, 2 - 20018 Donostia-San Sebastián.**

EMPRESA	VENTAJAS
 Lurauto	10% de descuento en la adquisición de vehículos BMW y 9% Mini
 Sabadell Guipuzcoano	Comisión del 0,20% de gestión de cobro vía TPV (sujeto a vinculaciones adicionales a la entidad financiera; precio no aplicable a depende qué tarjetas extranjeras) y devolución del 10% de las cuotas de la asociación gestionadas a través de Banco Sabadell Guipuzcoano (sujeto a tope anual)
 REPSOL BUTANO	Carga de depósito. Tarifa agrupada de la asociación. Descuento medio del 25% sobre precio de mercado.
 BAQUE	1,5% de descuento sobre consumo anual de café
 GRUPO Funeraria VASCONGADA Ehorzketak	25% de descuento a asociados (o familiares hasta tercer grado de consanguinidad) en diferentes servicios.
 CeI <small>Servicio de Prevención Prebentzio Zerbitzua</small>	Tarifa especial de confección y seguimiento de Plan de Prevención de Riesgos Laborales
 EUSKADI BASQUE COUNTRY	Traducción de cartas (15 euros de coste por idioma - inglés y francés - sin límite de palabras). Traducciones a cargo de <i>Bitez, translating worlds.</i>
 SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA	Acreditaciones para la feria. Inscripción al Congreso "ALTA": El precio de inscripción es de 375 euros pero los asociados cuentan con un descuento del 50%. *Trámite de inscripciones y acreditaciones por parte de la asociación.

¿A qué estás esperando para traducir tu carta o menú?

Más de 60 establecimientos ya cuentan con su carta traducida al inglés y francés



HAN SIDO INNUMERABLES LOS VISITANTES QUE HAN ESCOGIDO GIPUZKOA como destino vacacional este verano y muchos de vosotros habréis recibido infinidad de turistas en vuestros establecimientos. Para que haya una fácil comunicación entre vosotros, os animamos a que contratéis nuestro servicio de traducción de cartas. Si aún no tenéis vuestras cartas y/o menús traducidos al inglés y francés, es el momento perfecto para hacerlo.

Gracias a este servicio a precio único ofrecido por Hostelería Gipuzkoa y cofinanciado por la Dirección de Turismo del Gobierno Vasco, la cantidad de palabras que contenga tu carta es indiferente, por el precio de 15 euros te la traducimos a los idiomas que nos pidas. Además, trabajamos con la empresa de traducción Bitez, traductores profesionales con gran experiencia en la traducción de índole gastronómica. Ya son 66 los hosteleros que han contratado la oferta

y han quedado totalmente satisfechos con sus cartas traducidas. Y es que este servicio tiene muchas ventajas. Contar con las cartas traducidas refleja una opinión más positiva entre los turistas, ya se sienten mucho más cómodos leyendo una carta donde cada ingrediente es comprensible. Al mismo tiempo, el hostelero no tendrá que preocuparse de la molestia que supone intentar explicar la carta en un idioma que no es el suyo.

Si tu bar, restaurante, hotel... aún no cuenta con las cartas en los tres idiomas, aprovéchate de esta oportunidad.



Envíanos los textos a traducir a traducciones@hosteleria-gipuzkoa.com y nosotros nos ocupamos del resto.

Recibirás las traducciones en un máximo de cuatro días laborables (siempre dependiendo de la extensión de la carta o menú a traducir y la cantidad de idiomas).

Infórmate sin compromiso en el **943 31 60 40!**



SGAEk SORKUNTZA BABESTU ETA ERAGITEN DU

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



Jornada sobre nuevas tendencias en alojamiento

HOSTELERÍA DE GIPUZKOA VOLVERÁ A PARTICIPAR EN LA SEMANA DE LA INNOVACIÓN organizada por Fomento de San Sebastián. Este año, esta acción tendrá lugar del 24 al 30 de octubre, e incluirá actividades relacionadas con la innovación. Además, se caracterizará por tener una vocación de integración y visibilización de los diferentes agentes y entidades locales que día a día apuestan por la innovación. Las diferentes actividades se llevarán a cabo en 17 localizaciones diferentes de la ciudad, con la involucración de cerca de 100 colaboradores.

Durante la jornada del 27 de octubre se tratarán las nuevas tendencias en el alojamiento turístico, evento que transcurrirá en la Talent House (Duque de Baena, 42 - San Sebastian) y contará con la participación de la Asociación de Hostelería de Gipuzkoa.

El sector del alojamiento turístico está viviendo en nuestro territorio una importante aceleración en los últimos años. Pensiones con encanto, hoteles de último diseño ubicados en espacios emblemáticos, nuevos operadores locales en el ámbito de las viviendas de alquiler turístico, casas rurales... En total, más de una treintena de nuevos empresarios del sector de alojamiento se unirán, a lo largo de este año 2016, a los cerca de 500 que ya operan en el territorio.

Buena parte de los mismos son empresarios locales, provenientes de otros sectores económicos (inmobiliario,



Imagen del Hotel Arrizul.

construcción, profesiones liberales, etc.) que han decidido apostar por el territorio, y por el turismo, como fuente generadora de empleo y riqueza.

El objetivo de la jornada es aportar a estos nuevos empresarios, y por supuesto a los ya consolidados, información sobre las nuevas tendencias por llegar en el ámbito del alojamiento turístico, así como fomentar el debate sobre el modelo alojativo por el que

debemos apostar como destino turístico de calidad.

La jornada dará comienzo con las palabras de bienvenida de Mikel Ubarrechena Pisón, presidente de Hostelería Gipuzkoa. Entre los participantes de las ponencias, contaremos con la presencia de Ernesto Gasco, concejal de Turismo y Hostelería; Gorka Atorrasagasti, socio fundador de Room Mate Hoteles; y Daniel García y Koldo Sagastizabal, Área

Booking.com



Manager de Cadenas y Área Manager Zona Norte respectivamente de Booking.com.

La jornada finalizará con una mesa-debate que contará con la participación de los conferenciantes y será moderada por Jon Zulaica, director del Hotel Arrizul Congress y vocal de alojamiento de la junta directiva de Hostelería Gipuzkoa. Seguidamente, dará comienzo el cóctel de despedida.

La asociación responde así al cada vez mayor dinamismo del sector de alojamiento de Gipuzkoa, que ha visto aumentar de manera continua el número de empresarios registrados en la delegación territorial de Turismo.

Los datos del sector de alojamiento en el territorio, a día 30 de junio de 2016, revelan la cantidad de 119 hoteles, 167 pensiones, 75 casas rurales, 16 campings, 42 apartamentos o grupos de apartamentos, 16 albergues, 117 agroturismos y 2 hoteles- apartamento. Respecto al total de plazas de alojamiento agrupadas, el sector contaba con 6.365 plazas de camping y cerca de 16.000 camas en alojamientos convencionales.

*Hacer una de las mejores cervezas del mundo es relativamente sencillo: **HAY QUE SALIR AHÍ FUERA. HAY QUE EXPLORAR.***



En el mundo hay cincuenta y tres millones trescientas cincuenta y una mil hectáreas de cebada. Más o menos. Y no, no están una al lado de la otra. ¿Cuáles dan el mejor grano? Depende del año. De la tierra, de las horas de sol. Depende de las lluvias. También existen

más de noventa tipos diferentes de lúpulo. Para seleccionar el mejor tienes que seguir tu intuición. Ver, tocar. Oler. Después hay que probar y probar para encontrar la mezcla perfecta. Y dejarla madurar en bodega hasta conseguir exactamente lo que buscas. Así de sencillo.



Las terrazas no son solo para el verano

LAS TERRAZAS NO SON SOLO PARA EL VERANO. Prueba de ello es que los clientes de los negocios de hostelería agradecen cada vez más un ambiente exterior cálido y confortable en el que disfrutar incluso en épocas de bajas temperaturas.

Conscientes de esta necesidad y para ayudar a los hosteleros guipuzcoanos a crear ese espacio acogedor e incrementar su negocio, **Repsol Butano**, a través de su Agencia Distribuidora **Gasgarin**, ha firmado un acuerdo con la Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa para el **alquiler de estufas exteriores**.

Gracias a este acuerdo, y por un **precio simbólico por temporada**, los hosteleros asociados podrán ofrecer a sus clientes un espacio exterior agradable que será un valor añadido para el negocio.

Y todo ello con la **garantía** de un **servicio domiciliario** como el que prestan las agencias de Repsol y que no es comparable a ningún otro existente.

Información de interés para los asociados:

- El **alquiler por temporada** y unidad es de **50 euros** en el caso de estufas tipo "seta" y **100 euros** para las de "llama vista".

- Las bombonas de propano necesarias (de color butano con franja negra) se servirán **a domicilio** por Gasgarin.

- **No** hay que pagar **derechos de alta** por las bombonas.

- El **número** de estufas exteriores disponibles es **limitado**, por lo que conviene ponerse en contacto con el proveedor en el menor plazo posible.

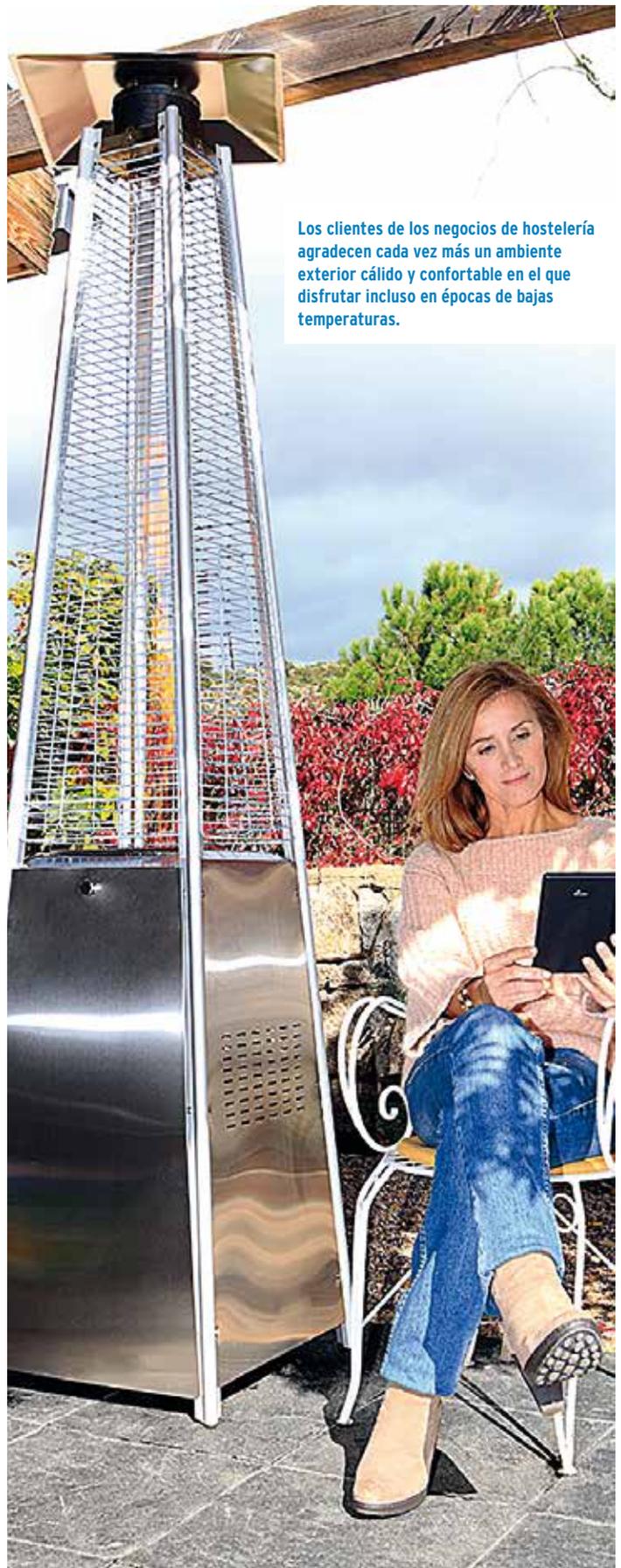
- Para efectuar la **reserva**, sólo hay que llamar al teléfono **943 88 25 76** e indicar el número de asociado.

Ventajas de los calentaplatos a gas

- Incrementan la posibilidad de obtener más rentabilidad del negocio, ya que permiten disponer de las terrazas durante todo el año.
- Mejoran la experiencia de los clientes en el establecimiento.
- Crean un espacio cálido y confortable.
- Tienen una estética atractiva.

La experiencia nos avala

- Repsol Butano suministra butano y propano a domicilio en Gipuzkoa desde hace más de 60 años.
- Cuenta con Agencias Distribuidoras que llegan a todas las poblaciones y caseríos del territorio.



Los clientes de los negocios de hostelería agradecen cada vez más un ambiente exterior cálido y confortable en el que disfrutar incluso en épocas de bajas temperaturas.

José María Busca Isusiren mendeurrena

IRAILAREN 6AN 100 URTE BETE ZIREN JOSÉ MARÍA BUSCA ISUSI JAIO ZENETIK. Euskal gastronomian pertsona ezaguna zen, oso miretsia. Zumarragan egin zen bere mendeurrenaren ospakizuna.

Sukaldaritzan ospe handia bereganatu zuen Busca Isusik, euskal gastronomiaz arduratzeaz gain, artikulua, liburuak eta hitzaldiak eskaini baitziuten. Irailean egin zitzaizkion omenaldietan, senideek, herritarrek eta gastronomia munduko ordezkari ezagunek parte hartu zuten. Hilaren 4an egindako ekitaldi hunkigarri eta hurbilean, Kofradia Gastronomikoen Federazioaren eskutik kalejira izan zen, Zelai Aristi parkean hasita eta familiaren etxean bukatuta. Irailaren 6ko ekitaldi publikoan, aldiz, Kofradiek, Gastronomiaren Euskal Akademiak eta Zumarragako Udalak Busca Isusiren ibilbidea omentzeko hainbat ekintza gauzatu zituzten. Horrez gain, bertaratu ziren herritarrek omenduaren semeak aitari eskainitako hitzak entzun ahal izan zituzten Zelai Aristi kultur etxean. Gainera, Juan José Lapitzek José María Busca Isusi Saria jaso zuen. Bukatzeko, Carmen Aguirreri, Busca Isusiren alargunari, urrezko izokinaren in insignia eman zioten. Omenaldia 'Eguzki lore' zortzikotearen emanaldiarekin bukatu zen.

José María Busca Isusi Zumarragan jaio zen 1916an. Kofradia Gastronomikoen Federazioaren sortzaile izateaz gain, euskal gastronomiari eta sukaldaritzari eskaini zion bere bizitza.

Sukaldaritzaren inguruan zituen jakintzak plazaratzea



Kofradia Gastronomikoen Federazioak omenaldi hunkigarria egin zion irailaren 4an José María Busca Isusiri.

@Gotzon Aranburu



Busca Isusi zumarragarrik, Kofradia Gastronomikoen Federazioaren sortzaile izateaz gain, euskal gastronomiari eta sukaldaritzari eskaini zion bere bizitza.

@Gotzon Aranburu

erabaki zuenean, euskal platerak begirada ezberdin batetik aurkeztu zituen, eta ikuspegi hori euskal profesionalen artean hedatu zen. Bere ezagutza gastronomikoak ikuspegi zientifikoarekin uztartu zituen, eta osasunari berebiziko garrantzia eman zion. Plater bakoitzeko osagaiak aztertu eta lortutako ezagutzak hainbat liburutan argitaratu zituen. Garai hartako sukaldaritzaren norabideari 360 graduko bira eman zion.

Busca Isusik Natur Zien-

tziak eta Bromatologia, elikagaien zientzia, ikasi zituen eta elikadura osasuntsu baten aldeko agertu zen beti. Hasieratik, ingurumena, nekazaritza eta sukaldaritza munduan murgildua ibili zen; geure zientzia gastronomikoaren gura bihurtu zen. Bere inguruko elikadura primerakoa izateaz arduratu zen, hainbat argitalpen eta irrati bidezko hitzaldi eskainiz, baita Luis del Olmoren 'Protagonistas' saio arrakastatsuan parte hartuz ere. Sektorereko hainbat pro-

fesionalek eta bestelako pertsona famatuk zoriondu izan zuten; Gregorio Marañonek, Pio Barojak edo Jorge Oteizak, besteak beste.

Elikagaietan aditu, zientzialari eta tokiko produktu gastronomikoen enbaxadore izan zen José María Busca Isusi, eta partekatu zituen ezagutza berritzaileak Euskal Herri osoan hedatu ziren. Horregatik guztiagatik, merxeritako ospea lortu zuen eta belaunaldi berrientzako eredugarri bilakatu zen.

José Luis Rebordinos,
director del Festival
de Cine de San Sebastián



Necesitamos más plazas hoteleras”



EL DIRECTOR DEL FESTIVAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN, JOSÉ LUIS REBORDINOS, asegura que la apertura de nuevas plazas hoteleras es una buena noticia para el certamen, ya que les permitirá acoger a más acreditados de la industria del cine y de los medios de comunicación. Al mismo tiempo, afirma que los establecimientos hosteleros y la gastronomía vasca son “estupendas armas de seducción” para los invitados.

Todos los análisis coinciden en que ha sido una de las mejores ediciones del Festival de Cine de San Sebastián, así que lo primero es felicitarle a usted y a su equipo. Hay quien todavía no ve la riqueza que supone para Donostia que tanta gente acuda a ver las películas... (Hostelería, pernóctaciones, comercio, sector servicios...).

Un festival del cine como el nuestro ofrece a la ciudad muchos aspectos positivos desde un punto de vista cinematográfico y cultural. Pero también es un motor de desarrollo económico directo e indirecto. Genera pernóctaciones, ingresos en restaurantes, comercios, así como más trabajo para taxis-

tas y para muchos sectores productivos de la ciudad y del país. Además, genera una imagen positiva de la ciudad que repercute en la misma durante todo el año.

El festival gana tamaño cada año... ¿Está cerca de su tamaño máximo, teniendo en cuenta sus limitaciones, o aún hay margen para llegar a ser un evento aún más grande?

Es un festival que está tocando techo en cuanto a tamaño, aunque todavía tiene que crecer algo más en actividades de industria y tiene que atraer a algo más de prensa internacional. El resto del crecimiento tiene que ser más cualitativo que cuantitativo.

La esperada apertura de nuevos hoteles ampliará la capacidad de alojamiento de la ciudad. ¿Tendría alguna influencia en el Festival, les afecta de algún modo?

Sí. Para nosotros es una muy buena noticia. Nuestros hoteles son de mucha calidad y, en estos momentos, se vuelcan con el Festival. Estamos muy agradecidos. Pero necesita-

mos más plazas hoteleras. Este aumento previsto de las mismas nos permitirá crecer algo más en acreditados de industria y de prensa internacional en los próximos años.

La gastronomía y la hostelería están presente en el propio festival, con el ciclo Culinary Zinema y con el premio Basque Country Gastronomiko. ¿Hay planes para profundizar en esta presencia en el certamen de una de nuestras señas de identidad?

La gastronomía es “un arma” estupenda de seducción de cara a nuestros invitados. Lo hermosa que es la ciudad y el país, así como los buenísimos restaurantes que tenemos, desde los de cocina popular a los gastronómicos, son polos de atracción para aquellos que nos visitan. Pero en principio no hay previsto crear ninguna otra sección al respecto.

En algunos barrios de la ciudad, y en el resto de Gipuzkoa, lamentan que el efecto del Festival apenas les alcanza... ¿es posible descentralizar el evento de sus sedes tradicionales? Ta-

bakalera y puntualmente el Velódromo pueden ser una referencia...

Es difícil esta descentralización, aunque poco a poco, las proyecciones de Tabakalera van a llevar el Festival al barrio de Egia. Una edición como la recién terminada, con cinco proyecciones en el Velódromo, seguro que también ha tenido cierta repercusión en el barrio de Amara. También hay proyecciones en el barrio del Antiguo y supongo que algo se tiene que notar.

¿Echa de menos el apoyo de algún sector, económico, social o institucional en su actividad diaria dentro del festival?

No especialmente. Las instituciones apoyan al Festival de manera entusiasta y generosa: Gobierno de España, Gobierno Vasco, Diputación Foral de Gipuzkoa y Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián. En cuanto al apoyo de empresas privadas vascas cada vez es mayor: REC, SADE, Eroski, Orona e Irizar son buena prueba de ello. Ojalá en el futuro haya todavía más empresas interesadas en invertir en nuestro certamen.



El correcto reciclado del aceite usado, un reto y una responsabilidad de todos

El aceite usado en la cocina de los establecimientos hosteleros se trata de un residuo /subproducto graso que requiere un tratamiento específico para su recogida, y que debe realizarse ajustándose a una normativa cuyo incumplimiento puede suponer graves sanciones para el hostelero.

Ekogras forma parte de un grupo que lleva 25 años ofreciendo sus servicios en el sector de la hostelería, recuperando y reciclando aceite vegetal usado, aportando nuevas soluciones que faciliten el día a día del hostelero.

Cada día mejoramos nuestros hábitos, entre ellos la forma en que gestionamos los residuos que generamos. Queremos disfrutar de un medio ambiente saludable, y el compromiso de todos es fundamental para conseguir este objetivo.

El aceite vegetal usado es un residuo, y debe gestionarse como tal. Verterlo por el desagüe puede ocasionar atascos, malos olores y proliferación de plagas en su local. Impide el correcto funcionamiento de las depuradoras de aguas residuales. Si finalmente acaba en los ríos o el mar, perjudica seriamente a plantas y animales acuáticos.

Además, hay que garantizar que el aceite usado no vuelve de nuevo a la cadena alimentaria, y es gestionado de forma correcta. Por todo ello, existen normas que obligan a entregarlo a empresas autorizadas par su gestión. Este es un punto muy importante: no vale que cualquiera retire el aceite, debe ser una empresa autorizada, que cuente con los permisos legales y los medios técnicos oportunos para gestionar el aceite usado de forma respetuosa con nuestra salud y medio ambiente.

Trabajar de este modo es una garantía para el hostelero. Los documentos de entrega que le deja el gestor sirven para justificar a las autoridades ambientales y sanitarias que efectivamente se cambia el aceite, y que se entrega a una empresa autorizada para su retirada y su gestión. No hacerlos así, puede suponer sanciones para el hostelero.

La normativa que dice qué hay que hacer con el aceite y cómo hacerlo es amplia. Incluye legislación a nivel europeo, nacional y autonómico. Y a su vez son leyes de dos



Cada día mejoramos nuestros hábitos, entre ellos la forma en que gestionamos los residuos que generamos. Queremos disfrutar de un medio ambiente saludable, y el compromiso de todos es fundamental para conseguir éste objetivo.

ámbitos diferentes: residuos por un lado, y por otro sobre subproductos no destinados a consumo humano, abreviadamente SAN-DACH.

Ekogras sabe lo importante que es dar un buen servicio. Por eso tiene una premisa en la cercanía y atención personalizada: Acercamos el reciclaje del aceite a los lugares donde se genera. Gracias al hostelero hemos aprendido a conocer las necesidades del sector. Le invitamos a conocernos: <http://ekogras.es> y que nos exprese sus dudas e inquietudes acerca de nuestro servicio.

OBLIGACIONES DE LOS HOSTELEROS

- Albarán de recogida
- Complimentación de los datos correspondientes a lugar de origen y carga y descripción de la mercancía en documento comercial. (El documento contendrá otros requisitos a cumplimentar por el transportista y el lugar de destino).

Datos del lugar de origen: nombre del establecimiento, número de autorización o registro, NIF, dirección, código postal, actividad.

Datos de la carga a rellenar en origen: fecha de recogida, número de lote/contenedor, descripción de la naturaleza de la mercancía, categoría, así como otros detalles en caso de tratarse de subproductos animales, harinas de carne y hueso a partir de animales sospechosos o productos procesados en la planta de origen del envío.

Datos del transporte: número de autorización, nombre del transportista, NIF, dirección, código postal, matrícula del vehículo.

Datos del gestor autorizado con planta de tratamientos: razón social, dirección, CIF, nº de gestor autorizado.

Declaración de conformidad de los datos anteriormente descritos junto con lugar y fecha de emisión y la firma del responsable.

on egin



DECANO DE LA PRENSA GUIPUZCOANA www.diariovasco.com

EL DIARIO VASCO

V. REDES SOCIALES: UNA NUEVA FORMA DE CONOCERSE

LA REAL SOCIEDAD APUESTA POR LA CANTERA

Uno de cada dos guipuzcoanos, según las



Amstel Oro pintxo txapelketa Donostian egingo da, urrian

XI. AMSTEL ORO EUSKAL HERRIKO PINTXO TXAPELKETA DONOSTIAKO KURSAALEAN egingo da, urriaren 24 eta 27 bitartean. Miniaturazko gastronomian eskarmentu gehien duten sukaldariek, Euskal Herri osotik etorritakoek, parte hartuko dute lehiaketan.

Donostiaren kultur hiriburutzaren urtean ospatuko den ekimenak berritasun ugari dakartza. Urriaren 1etik 23ra, txapelketa hasi aurretik, ekitaldi gastronomikoa izango da Gipuzkoako hiriburuan, Donostia 2016 Pintxo aukeratzeko. Ekimen hori 'finger food' modalitatearen arabera egingo da; hau da, mahai-tresnarik gabe, eskuekin, dastatu ahal izango dira pintxoak, bizpahiru hozkadatan.

Aurten, aurreko urteetako dinamikarekin jarraituz, lehenengo bi egunetan egingo da sailkapen fasea, eta 26an burutuko da finala. Hurrengo egunean, 27an, Kursaaletik Basque Culinary Center-era lekualdatuko da txapelketa, Donostia 2016 pintxoaren lehiaketari ekiteko. Han, goizez, establezimendu parte-hartzaileek showcooking saioetan aurkeztuko dituzte euren proposamenak, eta 1.000 euro eskuratuko ditu irabazleak. Jardunaldiei amaiera emateko, 'Pintxos Experience' afaria izango da Basque Culinary Center-en.



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



> ART & CAKES, Degustación de café	DONOSTIA
> BIDE BERRI, Bar Rte.	DONOSTIA
> BOKOY, Bar	DONOSTIA
> DON CECILIO, Pensión	DONOSTIA
> GALERNA JAN EDAN, Rte.	DONOSTIA
> GURE TXOKO, Bar	DONOSTIA
> IZAZPI, Bar	DONOSTIA
> LA REBOTIKA, Bar Rte.	DONOSTIA
> TOMAS GROS, Bar	DONOSTIA
> HERRIKO ETXEA, Bar Rte.	HERNANI
> ZARAGOZA OSTATUA, Pensión	HONDARRIBIA
> CANTINA SAN MARCIAL, Bar	IRUN
> LARUN, Bar Rte.	IRUN
> BATZOKIA, Bar Rte.	LAZKAO
> IRATXO TABERNA, Bar	TOLOSA

BOKOY, taberna



Helbidea

> Tolosa etorbidea, 9.
20018 DONOSTIA
Telefonoa: 943 90 62 43

Apirilean berririki zuten Bokoy taberna, jabe eta itxura aldaketa egin ondoren. Gosariak, pintxo hotz eta beroak, entsaladak, hanburgesak, ogitartekoak, plater konbinatuak, sandwichak eta haurrentzako menua aurki ditzakegu bertan. Postreak, gainera, etxean eginikoak dira. Horrez gain, laster, eguneko platera eta menua eskaintzen hasiko dira. Udaran terraza jarzen dute eta, bertan, ogi erre berriarekin eginak dauden hanburgesak eta ogitartekoak dastatzeko aukera dago.

DON CECILIO, pensión



Dirección

> Legazpi 6, 1º.
20004 DONOSTIA
Teléfono: 943 55 89 39

Apenas un mes lleva abierta la pensión Don Cecilio. Un establecimiento de primera calidad, tanto por los materiales que se han utilizado para su construcción, como por el trato y los detalles que nos ofrece su personal. De diseño minimalista, utiliza los colores de la ciudad y los motivos marineros para su decoración. Los cabeceros de sus 9 habitaciones están pintados con los colores de los barcos pesqueros de Gipuzkoa. Todas ellas disponen de baño, cafetera Nespresso, televisión de 40 pulgadas, amenities, sábanas y toallas de gran calidad, estas últimas además de tamaño XXL. La categoría de algunas de las habitaciones es superior y en ellas el cliente dispone de albornoz y zapatillas. En época de playa obsequian a sus clientes con una bolsa de playa compuesta por toallas de diseño muy donostiarra con rayas azules y blancas o amarillas y blancas, protector solar y aftersun. Y ahora que ha terminado la época estival, regalarán paraguas. El desayuno, que comenzarán a ofrecer en breve, estará compuesto por productos de cuidada calidad: zumo natural de naranja, jamón de bellota, queso, croissants y tostadas de pan. Es posible disfrutar de este succulento desayuno en la habitación o bien en la terraza de 100m2 de la que dispone la pensión.

GALERNA JAN EDAN, restaurante



Dirección

> Paseo Colón 46.
20002 DONOSTIA
Teléfono: 943 27 88 39

En el local que ocupaba el restaurante Cascanueces, y después de un lavado de cara, ha abierto sus puertas este nuevo restaurante que nos ofrece cocina con producto de calidad, de temporada, de kilómetro 0 y dentro del movimiento 'slow food'. Sus dueños la describen como "una cocina joven, fresca y de raíz". Intentan intercalar los sabores de la cocina que han paladeado desde pequeños (ambos son castellanos) con la cocina vasca y la que han conocido a lo largo del mundo. Ofrecen comidas y cenas a la carta. De lunes a viernes encontramos también plato del día que da la opción de elegir dos medios platos y hacer así un menú del día con aperitivo y copa de vino por 12,50 euros. Algunos ejemplos de los platos que preparan son: atún en salazón con helado de wasabi, asadillo de morrones con txitxarro marinado y especias, oreja de cerdo con pulpo y romescu, cordero al punto de 12 horas en caldereta. Entre los postres, caseros, destaca el turrón de especias con crema de lima y helado de yogur búlgaro. Su horario es de lunes a domingo de 13:00 a 16:00 y de 20:00 a 23:00. Los martes permanece cerrado por descanso semanal.

IRATXO, taberna

Helbidea

> Rondilla kalea 29, behea.
20400 TOLOSA
Telefonoa: 943 67 60 37



Bost urte daramatza irekita Tolosako Iratxo tabernak. Gosariak, pintxoak, plater konbinatuak, ogitartekoak, errazioak eta entsaladak aurki ditzakegu bertan. Gosaltzeko, laranja zukua, etxean eginiko bizkotxoa, croissanta, ogi txigortua olio edo marmeladarekin eta esnea eta kafea eskaintzen dute. Behi-esnea, soja-esnea eta olo-esnea dauzkate aukeran. Berezitasuna bezala, gainera, lasagna beganoa eskaintzen dute, berenjena, kalabazin, piper eta olo-esnearekin eginiko bexamelarekin. Postreak etxean egindakoak dira: gazta tarta, tiramisua, arroz esnea eta ogi-torradak. Astelehenetik igandera irekitzen dute, goizeko bederatzietatik gaueko hamabiak arte.

LA REBOTIKA, bar restaurante



Dirección

> Avda. Zarautz 6, bajo.
20018 DONOSTIA
Teléfono: 943 21 89 06

El 12 de agosto abrió sus puertas este nuevo restaurante. Se destaca, sobre todo, por sus especialidades a la brasa. Desde los típicos chuletones y pescados hasta verduras, arroces y tortillas a la brasa. Todos estos exquisitos platos los preparan al vacío para poder llevarlos a tu casa. Encontramos también cazuelitas, ensaladas, tostas y pintxos. Entre estos destacan el de jamón de Euskal Txerri, el de ensaladilla rusa a la brasa y pulpo también a la brasa. Y quien disfrute con un buen champán, puede tomar una copa de Perrier-Jouët. Para desayunar encontramos zumos naturales de fruta, tostadas con pan aceite y tomate, mermelada, mantequilla, creppes y café Nespresso. Disponen de una pequeña tienda con productos variados como mantelería de Blanca Echart, quesos de Euskadi y rocas del Puy de Estella. El horario es de 09:00 a 00:00 de martes a sábado. Los domingos de 10:00 a 17:00 por la noche está cerrado y el lunes permanece cerrado todo el día.

ZARAGOZA OSTATUA, pentsioa

Helbidea

> Javier Ugarte 1
20280 HONDARRIBIA
Telefona: 943 64 13 41



Hondarribiko paradorearen ondoan dago 20 urte martxan daramatzen Zaragoza ostatua. Sei logela ditu eta beste hiru gehituko dizkiote hemendik gutxira. Horieta komuna dute barnean. Ostatuaren erakargarritasunen artean, eskaintzen dituen bista ederrak dira, Txingudiko badia ikus baitaiteke bertatik. Bestalde, wi-fi zerbitzua dute eta gosari kontinentalak eskaintzen dizkiete bezeroei.

LARUN, taberna-jatetxea



Helbidea

> Javier Esteban Indart 5, behea.
20301 IRUN
Telefona: 943 61 74 01

Eskualdatzea egin du Irunen dagoen jatetxe honek eta uztailaren 6an ireki zituen berriro ateak. Gosariak, pintxo hotz eta beroak, ogitartekoak, plater konbinatuak, errazioak eta entsaladak dasta ditzakegu bertan. Horretaz aparte, eguneko menuak eta menu bereziak eskaintzen dituzte; guztia, bertako produktuekin prestatua. Igandero galiziar eltzekoa sukaldatzen dute. Ostegunero, berriz, pintxo-potea dago eta astero aldatzen dituzte pintxoak. Postreak ere etxean eginikoak dira. Astelehenetik igandera irekitzen dituzte ateak, goizeko 7etatik gaueko 23:30era.

ART & CAKES, degustación de café

Dirección

> Federico García Lorca, 10
20014 DONOSTIA
Teléfono: 943 08 59 11



Como su propio nombre indica, nos encontramos ante una cafetería que une arte y café. Fusionan la repostería artesana realizada con productos locales, ecológicos y respetuosos con el medio ambiente y con las personas con la restauración de muebles, que son posteriormente expuestos en el local y que el cliente puede comprar. Estos muebles los restauran con disolventes y pinturas al agua sin componentes químicos. Ofrecen una gran variedad de zumos naturales, combinando frutas y verduras ecológicas, de temporada y locales. En cuanto a la bollería que se puede degustar, es toda artesana y la oferta además es muy variada: napolitanas, croissants, magdalenas de vainilla (importada de México), tarta de zanahoria, cheesecake Manhattan realizado con una receta neoyorkina, quiche Lorein, quiche de espinacas y quiche de queso Idiazabal, entre otros. El horario de la cafetería es de 08:00 a 20:00 de lunes a sábado. El domingo cierran las 14:00.

tendencias

01

SORBOS, LAS PAJITAS COMESTIBLES Y BIODEGRADABLES

Un grupo de emprendedores españoles ha presentado Sorbos, la primera pajita comestible del mercado. Tiene una textura y un sabor agradables, y se puede personalizar dependiendo de las necesidades de cada empresa. Además, no deja residuos, es 100% biodegradable y puede soportar altas temperaturas. Y todo ello, a un coste inferior al de las pajitas de plástico. Están fabricadas a base de azúcar glass y pueden emplearse en cualquier tipo de bebida fría o caliente. Permanecen firmes durante 40 minutos. Además, no se emplean plásticos en todo su proceso de fabricación, algo fundamental para proteger el medio ambiente.

Ofrecen numerosas posibilidades en el sector de la coctelería, ya que la tradicional pajita de plástico que normalmente es el único elemento no comestible en muchos cócteles, ahora se convierte en un componente aromático y comestible.

Por ahora se puede elegir el aroma Sorbos para maridar los cócteles (lima, fresa, naranja, limón, "Energy"...) o solicitar a la empresa el sabor que necesite. Las pajitas se pueden personalizar en sabor, tamaño, forma y color, además de ser serigrafiadas con la imagen de marca.

■■■info +: <http://wearesorbos.com/>



02

EL PRIMER MANDO DE TELEVISIÓN BIODEGRADABLE PARA EL HOTEL

Según un estudio de la Universidad de Houston, los mandos a distancia de los televisores, tanto de hoteles como de hospitales, son las superficies más contaminadas por bacterias. Su propio diseño hace en muchas ocasiones que limpiarlo resulte muy complicado, o incluso se pasa por alto su limpieza.

Nace así Bwito, el primer mando de televisión biodegradable, desarrollado por la empresa valenciana Bluemariange Business, junto a la firma Tecatel. El mando se adquiere al entrar en un hotel y es único para cada cliente, con un uso por estancia, con lo que se garantiza que está libre de gérmenes y bacterias. Además, es ergonómico, ligero (apenas 15 g de peso), reciclable y biodegradable.

El objetivo de sus creadores es cambiar la visión de los huéspedes a la hora de llegar a un hotel. "Igual que valoran que tenga wifi y se hace impensable que la cama no esté hecha o no esté limpia la habitación, habrá que exigir un mando de televisor libre de bacterias y que no haya sido utilizado millones de veces", afirman.

■■■info +: www.bwito.com



03

AZALOREA ETA BROKOLIA ZATITZEKO TRESNA

Labanarekin edozein osagai zatitzeko gai gara, eta hori da, kasu askotan, tresna baliagarriena. Hala ere, badira aukera berriak merkatuan, sukaldean trebetasun handirik ez dutenak edo etxeko txikienak sukaldari moduan trebatzen hasteko. Esate baterako, Chef'n enpresak garatutako Stalkchop Cauliflower gailua azalorea eta brokolia txikitzeko lagungarria da. Azalorearen oinean dauden hostoak mozteko balio du, eta zurtoina erraz zatitu daiteke altzairu herdoilgaitzeko xafaren kontra presioa eraginez, zurtoina adaxkekin lotzen den puntutik. Erreminta berak aukera ematen du azalorearen adaxkak nahi bezain zati txikitan prestatzeko.

StalkChop aparailua altzairu herdoilgaitzez eta polipropileno osatua dago, 17 zentimetroko luzera du, eta 4 zentimetroko zabalera. Prezioari dagokionez, 7 euro besterik ez du balio.

■■■info +: <http://www.chefn.com/shop/new-products/stalkchoptm-cauliflower-prep-tool.html>



04

FOOD HUGGERS, TAPAS PARA CONSERVAR HORTALIZAS Y FRUTAS CORTADAS

Muchas veces utilizamos la mitad de un limón, un trozo de cebolla, etc. para hacer una receta, y el trozo restante lo tenemos que guardar. Hay que hacerlo bien, intentando que la parte cortada no esté en contacto con el aire para que no se seque ni se oxide. Para ello, uno de los principales recursos es envolverlos con film de cocina transparente, y otra opción es meterlos en un tupper hermético, aunque de este modo ocupa más espacio en el frigorífico. Así que para evitar el gasto de tanto film transparente o del espacio que tenemos en el frigorífico o nevera, se puede recurrir a accesorios de cocina como los diseñados por la firma Food Huggers. Estas tapas están fabricadas en silicona libre de ftalatos y bisfenol A. Es una silicona de calidad que se puede introducir en el lavavajillas, en el congelador y en el microondas. Su diseño consigue crear un cierre hermético envolviendo a las frutas y hortalizas que quedan después de utilizar la cantidad necesaria para una receta, con lo que se mantienen con buen aspecto más tiempo, sin oscurecerse ni deteriorarse. Hay distintos tamaños de tapa que sirven para cubrir mitades o porciones de tomate, pimiento, cebolla, limón, pepino, berenjena, calabacín... y también hay tapas para frutas grandes como el melón, la sandía o la piña, para tarros de cristal y para cuencos. Se venden packs con distintas unidades y formatos de tapas de silicona Food Huggers, y el precio varía según las características del pack, pero se encuentran entre los 10 y los 14 euros aproximadamente. Esperamos que alguien nos pueda decir si son tan prácticos y protegen tan bien los alimentos cortados como parece. ■■■info +: <https://eu-foodhuggers.eu/collections/all>

05

UTILIZA LA RASQUETA DE PANADERO PARA TRANSPORTAR LOS INGREDIENTES PICADOS

Es interesante valorar la doble utilidad de un accesorio de cocina, como es el caso de la rasqueta de panadero, que permite transportar los ingredientes picados. Es muy práctica para recoger los pimientos, la cebolla, la zanahoria, el tomate... o cualquier ingrediente que troceamos para preparar un guiso, y llevarlos a la cazuela. La rasqueta de panadero es mucho más ligera que las palas que hay en el mercado para recoger y transportar los ingredientes preparados. No obstante, hay que tener en cuenta que no es tan eficaz como la pala recogedora, porque ni tiene su tamaño, ni los bordes que impiden que los ingredientes troceados se caigan, aunque se llene o cargue con las verduras picadas. Por ello, a falta de un utensilio específico como es la pala recogedora, o en caso de que sólo se tengan que transportar pequeñas cantidades de ingredientes, si en vuestro menaje tenéis una rasqueta, os recordamos que podéis sacarle un mayor provecho ampliando sus funciones.

Fuente: Gastronomía & Cía



06

WICE: ARDOA HOZTEKO ITALIAR DISEINUKO TRESNA

Ardoa hozteko funtzioa duen Wice tresnak hiru orduz mantentzen du edaria fresko, eta diseinu erakargarria du, botilaren aurkezpena zaintzen baitu. Praktikoa da, eta botila atera eta sartzeko garaian erosoa, ez baita bustitzen, ez tantarik isurtzen ezta ardoaren etiketa hondatzen ere.

Ekologikoa da gainera, berrerabilgarria baita. Toxikotasunik gabeko material birziklagarriekin egina dago, eta ura galtzea ekiditen du. Efektu hozgarria amaitzen denean, euskarriaren oinarria atera eta izozkailuan sartzearekin nahikoa da. Kolore eta osagarri desberdinekin dago salgai: estalkia plastikozkoa eta altzairuzkoa izan daiteke. Euskarriaren tamainari dagokionez, 105mm-ko diametrotik beherako dimentsioak dituzten botilekin erabiltzeko baliagarria da; hau da, 1.000 ml-ko ontziak eta 1.500 ml-ko batzuk ere sar daitezke gailuan.

Botilen temperatura igotzeko ere erabili daiteke tresna. Gailuaren oinarria labean berotu behar da kasu horietan, 40 gradu inguruan eta ordubetez, eta ondoren tresnan jarri, hozteko egiten den bezalaxe.

■■■info +: agente@beltran.com



UN MOVIMIENTO DE APOYO PARA LLENAR NUESTROS BARES Y RESTAURANTES

#NiUnRestauranteSinSuGente

En España sois 1,6 millones de hosteleros los que os esforzais cada día por servir grandes momentos a vuestros clientes y los que representais el 7,6% del PIB.

Por eso, para agradecer vuestra gran labor y dedicación, desde Makro hemos creado un día especial para vosotros:
el Día de los Negocios Propios.

Un día en el que vamos a movilizar a toda la población para llenar vuestros bares y restaurantes ese martes, y todos los martes del año.

makro

**DÍA DE LOS
NEGOCIOS
PROPIOS**

Martes 11 de Octubre

Aquí,

*café
se dice
Baqué*

BAQUÉ

• C a f é •

