



**GIPUZKOA**

HOSTELERÍA - OSTALARITZA

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

IV ETAPA Nº39 INVIERNO 2016

EXPLORE  
SANSEBASTIAN  
REGION

## *Cristina Iturriagagoitia, oficina San Sebastian Region:*

*55.000 personas han pasado por la oficina  
de SS Region en seis meses*

**Week Inn:  
Éxito en la jornada de  
modelos de innovación  
en el alojamiento**

**Xixario erretegiak 'Gure  
karta' proiektuarekin  
bat egin du**

# 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](http://www.icg.es)  
[comercial@icg.es](mailto: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](mailto:comercial@asisman.com) | [www.asisman.com](http://www.asisman.com)

# EDITORIAL

## VISIÓN UNITARIA DE NUESTRA IMAGEN TURÍSTICA

En un momento en el que algunos hablan de la sostenibilidad socio-turística de Gipuzkoa, conviene recordar a la administración pública competente el trabajo que, en los últimos años, están realizando los principales agentes privados que intervienen en el sector turístico.

Lo primero que debemos destacar aquí es que el sector turístico guipuzcoano es un sector marcadamente local. Así, por ejemplo, a diferencia de otras ciudades y destinos, apenas existe en el subsector de la hostelería una presencia significativa de franquicias externas. El buen hacer del empresariado local representa una barrera de entrada insalvable para muchos, y eso ha permitido preservar, hasta ahora, la autenticidad de nuestra oferta. Lo mismo podríamos decir del subsector del alojamiento hotelero, con apenas presencia de grandes cadenas y con un importante ritmo de inversión en nuevos proyectos, fruto de la inquietud de inversores mayoritariamente guipuzcoanos. Otro tanto ocurre con los principales operadores de pisos de alquiler turístico, todos ellos empresarios locales, considerados un ejemplo de buena gestión por sus colegas del resto del Estado. A los tres principales agentes privados del sector les une la defensa de la calidad del destino, por encima de la salvaguarda de intereses de grupos empresariales o cadenas hoteleras o de restauración. Los grandes grupos, en muchas ocasiones, persiguen la rentabilidad a corto plazo sin reparar en los efectos que sobre el destino turístico puede tener este proceder. Esta visión unitaria de los tres principales agentes sectoriales, en materia de imagen de destino e intereses a defender, constituye una base sólida para cualquier actuación institucional en materia turística.

## GURE IRUDI TURISTIKOAREN IKUSPEGI BATERATUA

Gipuzkoako jasagarritasun sozio-turistikoa hizpide den momentu honetan, administrazio publikoari gogorarazi behar diogu zer nolako lana egiten ari diren, azken urteotan, sektore turistikoan diharduten eragile pribatuak.

Lehenik, gipuzkoar turismo-sektorea oso sektore lokala dela nabarmenduko genuke. Hori dela eta, beste hiri eta helmuga turistikoeekin alderatuta, ostalaritzaren azpisektorean ez dago ia kanpoko frankiziarik. Bertako ostalarien lan ona oztopo handia da askorentzat eta, horri esker, gure eskaintzaren egiazkotasuna mantentzea lortu dugu orain arte. Gauza bera esan genezake hotelen azpisektoreari buruz: kanpoko kate handi gutxi daude eta proiektu berrietan egindako inbertsioak hazten doaz inbertitzeile gipuzkoarrei esker, bereziki. Pisu turistikoak alokatzen dituzten operadore nagusiak ere bertako enpresariak dira guztiak, eta lan ona egiten ari dira. Horregatik, Estatuko sektore bereko enpresek adibide moduan hartzen dituzte. Sektore turistikoan lan egiten duten hiru eragile pribatuek hiriaren kalitatearen defentsan bat egiten dute, enpresa taldeen edo hotel eta sukaldaritza kateen interesen ginetik. Enpresa handiek askotan epe laburrera bilatzen dute errentagarritasuna eta ez diote erreparatzen euren ekintzek hiriari egin diezaioketen kalteari. Sektoreko hiru eragileek hiriaren irudiarekiko eta defendatutako interesekiko duten ikuspegi bateratuak oinarri sendoa ematen dio instituzioek turismo arloan hartu dezaketzen edozein neurri.

# SUMARIO

## TE INTERESA SABER

- 04 > OPINIÓN Mikel Ubarrechena, presidente
- 06 > Semana de Innovación Donostia WeekINN
- 08 > El valor de las terrazas
- 15 > Alde Zaharreko hondakinak biltzeko sistema
- 19 > Estudio sobre el consumo de energía en establecimientos hosteleros
- 24 > Reunión sobre normas de conducta en el ocio nocturno

## LA ASOCIACION SE MUEVE

- 26 > Cómo elaborar una tabla de quesos autóctonos
- 29 > Bask for All: el turismo adaptado

## ACTUALIDAD

- 30 > La oferta de viviendas de uso turístico en Donostia
- 32 > Semana del vino y del queso
- 36 > Entrevista a la directora de la oficina Explore San Sebastian Region

## 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

NO TODAS LAS EXPERIENCIAS VIVIDAS POR TURISTAS Y VISITANTES, EN ESTE AÑO 2016, HAN SIDO PLENAMENTE SATISFACTORIAS, COMO LO ERAN HACE TAN SOLO 4 O 5 AÑOS. ESTA SITUACIÓN NOS DEBE HACER REFLEXIONAR A TODOS DE MANERA URGENTE

## Oferta hostelera y desarrollo turístico

**La publicación** de este artículo coincidirá con el final de un nuevo año de record para Gipuzkoa en lo que a afluencia turística se refiere. Casi con total seguridad, las pernoctaciones registradas en 2016 superarán en un 10% a las del año 2015 y, en valores absolutos, las noches vendidas en hoteles y pensiones, unidas a las de casas rurales, agroturismo, campings y pisos de alquiler turístico, se acercarán a los 3 millones.

**Como agentes** que lideramos un sector económico en constante crecimiento, no deberíamos de congratarnos tanto por las cifras alcanzadas como por la calidad de la experiencia vivida por aquellos que nos visitan. Es aquí precisamente, en el ámbito de la calidad, donde, a nuestro entender, se han empezado a encender las primeras luces de alarma. No todas las experiencias vividas por turistas y visitantes, en este año 2016, han sido plenamente satisfactorias, como lo eran hace tan solo 4 o 5 años. Esta situación nos debe hacer reflexionar a todos de manera urgente.

**Como sector** hostelero, podríamos echar balones fuera y hablar de las consecuencias que, en la experiencia negativa vivida por quienes nos visitan, puede tener el caos circulatorio que padece la ciudad en los meses de verano; el trato que en ocasiones reciben los turistas por parte de los agentes municipales de tráfico; el gato por liebre que algún "listillo" da por el alquiler, con fines turísticos, de su piso; o las dificultades de acceso por aire, con un aeropuerto de juguete, o por carretera, con Biriattou colapsado cada dos por tres. Desde luego que ninguna de estas circunstancias ayuda a que nuestros turistas y visitantes tengan una experiencia gratificante en el destino, pero no debemos contentarnos con la denuncia de los fallos ajenos si antes no hacemos examen de

conciencia de muchas de las malas prácticas que estamos viviendo en nuestra hostelería últimamente.

**Lo primero** que habría que señalar a aquellos que buscan el dinero rápido en la hostelería como consecuencia del boom turístico que vivimos es que, en esta ciudad, el año tiene doce meses y el verano solo tres. Y que, por mucho que los agentes turísticos nos estemos esforzando en conseguir la desestacionalización, el invierno es muy largo y, por tanto, hemos de tener claro que al primer cliente al que hay que contentar es al cliente local. Un cliente, por cierto, que entiende de gastronomía y que nos será fiel a las duras, siempre y cuando nos acordemos de él a las maduras. El éxito de Gros, como barrio de moda en la ciudad, se debe, en buena parte, a que el barrio se ha beneficiado de la llegada de cientos de donostiarres que alternaban en otras zonas de la ciudad, en donde algunos establecimientos hosteleros han empezado a "bajar la guardia" en el mantenimiento de las señas de identidad que han caracterizado siempre a nuestra hostelería.

**Algunos no entendemos** como, al calor del turismo, se puede avasallar con un plato de 30 centímetros de diámetro a un cliente que se nos acerca a la barra del bar con boina, una nariz de 5 cm de largo y hablando un euskera que para sí quisiera mi amigo Patxi Baztarrika. Tampoco comprendemos cómo se abren restaurantes, bien ubicados eso sí, que carecen de cocina o que "tiran" de microondas para regenerar platos preparados a kilómetros de distancia; ni compartimos el que, por una falta de planificación en la gestión y motivación del personal, aterricen, en las barras de muchos locales, empleados sin el mínimo conocimiento de nuestros productos y tradiciones gastronómicas, ni la menor empatía con nuestros clientes.

## AL PRIMER CLIENTE AL QUE HAY QUE CONTENTAR ES AL LOCAL, QUE ENTIENDE DE GASTRONOMÍA Y QUE NOS SERÁ FIEL A LAS DURAS, SIEMPRE Y CUANDO NOS ACORDEMOS DE ÉL A LAS MADURAS

**La profesionalidad** en nuestras barras, el conocimiento y calidad de nuestras materias primas y el respeto y cariño en nuestros fogones han constituido la base del éxito de nuestra oferta hostelera. Una oferta que, para triunfar en el mundo, ha tenido que luchar previamente para ganarse la confianza del cliente local. Un cliente entendido que vive y ama la gastronomía, y que considera que estos elementos de calidad de nuestra oferta hostelera no han sido solo patrimonio de nuestros grandes chefs, sino que han trascendido a cientos de asadores, sidrerías, bares de barrio y tascas de nuestras calles y plazas.

**El turismo** viene para quedarse y representar una de las mayores fuentes de riqueza, empleo y multiculturalidad de las próximas décadas. Dependiendo de nosotros, el colectivo hostelero, el preservar la autenticidad de nuestras propuestas y las señas de identidad de una hostelería que ha hecho de Gipuzkoa un destino diferente. No valen atajos, ni carreras de corto recorrido. Para exigir a nuestras instituciones responsabilidades en la gestión turística de Gipuzkoa, debemos ser los primeros en cubrir las expectativas que hemos generado, durante años, entre quienes han oído hablar de esta tierra como el mejor destino gastronómico del mundo. Mi sensación, finalizado este año de éxito cuantitativo, es que para algunos turistas, no muchos todavía, estas expectativas no se han cubierto. La gran mayoría del sector sigue apostando por la profesionalidad, y buena muestra de ello es el lugar destacado que seguimos ocupando como destino gastronómico de élite a la vista de la prensa turística internacional.

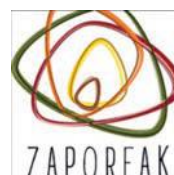
**2017 será,** con total seguridad, un nuevo año de record en las cifras turísticas. Estoy convencido de que, con el empuje de todos para solventar estos pequeños problemas detectados, lo será también en lo que a calidad de la experiencia vivida se refiere. Con esa ilusión y mi compromiso personal en ello, os deseo a todos un feliz año nuevo.



## EL TERMÓMETRO



### SUBEN



#### Zaporeak-Sabores solidarios

Organización que ha recibido el premio René Cassin 2016, concedido por el Gobierno Vasco, por la promoción y defensa de los derechos humanos en el mundo. ¡Enhorabuena a Peio Garcia Amiano y sus muchachos en la isla de Chios!



### BAJAN



#### Fondo Monetario Internacional

Sus recomendaciones para incrementar el IVA de los servicios turísticos (entre ellos la hostelería) en España no han hecho más que intranquilizar al sector en un momento en el que se empieza a ver la luz al final del túnel.

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

[comunicacion@hosteleria Gipuzkoa.com](mailto:comunicacion@hosteleria Gipuzkoa.com)

Desde la Asociación estamos encantados de escucharte.

# Jornada sobre innovación en el alojamiento turístico



**EL PASADO 27 DE OCTUBRE TUVO LUGAR EN EL EDIFICIO TALENT HOUSE DE DONOSTIA** (Duque de Baena 42) una jornada de trabajo sobre modelos de innovación en el alojamiento, organizada por Hostelería Gipuzkoa junto a Fomento San Sebastián. La jornada formó parte de la semana de Innovación Donostia WeekINN 2016, evento que ofreció una amplia programación de actividades sobre estrategias de innovación en una ciudad como San Sebastián, analizando desde diferentes sectores empresariales, entidades educativas, organismos públicos, centros de investigación, emprendedores y la ciudadanía en general.

La jornada sobre innovación en el alojamiento turístico contó con la asistencia de 85 profesionales

**El debate generado entre los asistentes se centró en la proliferación de la oferta descontrolada de pisos de alquiler y su efecto sobre la imagen y calidad del destino, así como en las posibles vías para facilitar el control de la oferta de pisos de alquiler turístico**

de diferentes alojamientos que componen el sector en Gipuzkoa. Para el desarrollo de las ponencias se contó con dos de los mayores expertos en el ámbito del alojamiento turístico del Estado. Por un lado, el grupo hotelero Room Mate-Be Mate, que, de la mano de su consejero delegado Gorka Atorrasagasti y de su director de operaciones en Be Mate Gonzalo Iceta, abordó la coexistencia de ambos modelos de hoteles y apartamentos turísticos en el área alojativa; y, por

otro lado, Booking.com, cuyo Área Manager de Cadenas y Conectividad, Daniel García, habló de las nuevas tendencias en materia alojativa en el sector turístico y el efecto de las mismas en un destino Premium como es San Sebastián.

La jornada dio comienzo con una breve introducción en torno al modelo turístico de ciudad a cargo de Ernesto Gasco, teniente alcalde del Ayuntamiento de San Sebastián y concejal de Impulso Económico, Comercio, Turis-

mo y Hostelería. Asimismo, Mikel Ubarrechena, presidente de Hostelería Gipuzkoa, presentó San Sebastián como un destino turístico en auge, que tiene la necesidad de contar con un modelo de alojamiento acorde con su imagen.

La jornada concluyó con una mesa redonda en la que participaron los distintos ponentes de la jornada y que fue moderada por Jon Zulaika, vocal de Alojamiento de la junta directiva de la Asociación de Hostelería de Gipuzkoa y director del Hotel Arrizul Congress. El debate generado entre los asistentes se centró en la proliferación de la oferta descontrolada de pisos de alquiler y en su efecto sobre la imagen y calidad del destino. Además, se analizaron las posibles vías, aplicadas ya en otras ciudades, para facilitar el control de la oferta de pisos de alquiler turístico.

El debate, muy encendido y participativo, dio paso a un cóctel en el que los asistentes pudieron intercambiar impresiones sobre la marcha del año turístico y los retos a los que se enfrenta el sector en el futuro más inmediato. En resumen, y gracias a las opiniones recogidas en la encuesta que completaron los asistentes a las charlas, el desarrollo general de la jornada fue todo un éxito, alabándose, en mayor medida, el contenido de las exposiciones y el ritmo con el que se llevó a cabo el conjunto de la jornada.

RoomMate  
HOTELS

BE MATE  
.COM

Booking.com

Gorka Atorrasagasti: ROOM MATE  
HOTELS S.A. Socio fundador y Consejero

Room Mate  
HOTELS

[www.room-matehotels.com](http://www.room-matehotels.com)



**LA CADENA DE HOTELES ROOM MATE SE HA CARACTERIZADO POR SU POSICIONAMIENTO DINÁMICO, JOVEN Y ROMPEDOR EN EL MUNDO DE LOS ALOJAMIENTOS URBANOS.** El concepto empresarial BE MATE (pisos y apartamentos de alquiler turístico) nace de la misma matriz, con el objetivo de ampliar mercados y complementar la oferta del grupo en el mundo del alojamiento urbano.

**En un plazo de 2 años se abrirán unos 15 alojamientos con más de 1600 nuevas camas. ¿Cómo afecta esto a San Sebastián como destino turístico?** Creo que San Sebastián está falto de plazas hoteleras, y necesitamos plazas de calidad, hoteles de tres y cuatro estrellas. Si queremos vender un destino como Donostia con un elemento diferenciador necesitamos alojamientos de calidad acorde con todo lo que ofrece nuestra ciudad.

**¿Crees que el modelo hotel-apartamento que lideráis bajo la fórmula Room Mate-Be Mate es aplicable en Donostia, en la que no existe un Room Mate Hotel?**

Be Mate es una plataforma que ofrece apartamentos de calidad previamente seleccionados por nosotros y además con los servicios que ofrece un hotel. Está claro que Room Mate no está en todas las ciudades, pero invitamos a otras cadenas hoteleras a que se unan a nosotros y gestionen a través de Be Mate esos servicios de hotel que necesitan esos apartamentos. Qué mejor

servicio que los apartamentos gestionado por hoteleros, que son los que mejor conocen las necesidades de los clientes y saben ofrecer un servicio de calidad.

**¿Para cuándo uno en Donostia?**

La gran pregunta... no creas que no lo intentamos, pero Donostia es una plaza difícil para encontrar emplazamientos donde situar un Room Mate. Pero para mí que soy donostiarra y para Kike Sarasola, que toda su familia paterna es de Donostia, es nuestro gran sueño. Y cuando te aferras a un sueño se suele hacer realidad. Espero que sea más pronto que tarde.

**¿Qué opinas sobre la sostenibilidad turístico-social de una ciudad como Donostia, donde se han encendido las alarmas por este tema?**

Está claro que la ciudad se ha visto desbordada estos últimos años por el crecimiento del turismo en la ciudad, pero si no queremos acabar como en el modelo mediterráneo, sobreexplotado e insostenible, tenemos que apostar por alojamientos de calidad tanto en hoteles como en apartamentos. Tenemos que conservar nuestro aeropuerto, y seguir manteniendo la calidad de nuestros festivales y congresos, así como nuestra oferta cultural y gastronómica, reconocida internacionalmente.

En definitiva, necesitamos un turismo de nivel medio alto, que es el que nos va dar esa sostenibilidad no solo a Donostia sino a toda Gipuzkoa

Daniel García: BOOKING.COM (Bookings Hispánica, S.L) Area Manager de Chains, VacationRentals&Connectivity

Booking.com

[www.booking.com](http://www.booking.com)

**En un plazo de 2 años se abrirán unos 15 alojamientos con más de 1600 nuevas camas. ¿Cómo afecta esto a San Sebastián como destino turístico?**

No es de extrañar que con su preciosa bahía, playas pintorescas, paisajes espectaculares, y una increíble gastronomía, San Sebastián siga creciendo como destino para viajeros de todo el mundo. Nuestros datos reflejan un creciente interés que se traduce en más búsquedas cada año y una disponibilidad baja en ciertos periodos de alta demanda. Desde nuestro punto de vista, existe margen para el crecimiento sostenible de la oferta.

**En San Sebastián, donde no hay grandes cadenas hoteleras instaladas y el alojamiento tiene una importante inversión local, ¿con qué modelo de negocio se encuentra más cómodo?**

Nuestro modelo de negocio es bastante simple. Cualquier alojamiento puede registrar sus habitaciones en Booking.com para llegar a millones de clientes en cada esquina del planeta. Los viajeros pueden buscar fácil y rápidamente a través de millones de anuncios en nuestro sitio para encontrar la estancia adecuada para ellos.

**Respecto a destinos turísticos de Europa, ¿qué fortalezas considera que tiene nuestra ciudad?**

Los clientes de Booking.com respaldan, a través de sus co-



mentarios sobre la plaza, a San Sebastián como destino de calidad. Sigue siendo una increíble meca turística a la que nuestros clientes regresan. De hecho, es uno de los destinos con un crecimiento más rápido en España en los últimos años en Booking.com, y especialmente conocido entre turistas de Francia, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Australia.

**¿Cuál es su postura sobre la proliferación de oferta de pisos de alquiler? ¿Considera que puede afectar al perfil del turista que nos visita?**

Cada vez más viajeros buscan experiencias locales y auténticas con buena relación calidad-precio y los alquileres vacacionales encajan con dicha tendencia.

Los apartamentos y viviendas vacacionales ayudan a cubrir un nicho de demanda creciente con un perfil de viajero variado incluyendo familias, parejas de todas las edades, grupos de amigos que van juntos de vacaciones, etc.

En Booking.com ofrecemos alrededor de 400 propiedades en San Sebastián que pertenecen a alojamientos extra-hoteleros y no tenemos ninguna evidencia que nos haga pensar que hay un cambio en el perfil de visitante a la ciudad.

1. ¿Qué representa para tu negocio la actividad de la terraza en cuanto a empleo y volumen de trabajo?
2. ¿Podrías mantener el mismo sin terraza?
3. ¿Tienes precios diferenciados entre interior y servicio de terraza? (Si es así, cual es la razón)
4. ¿Aportarías alguna mejora a la situación actual de la ordenanza de terrazas?



## Donostia

### BARKAU



1. Aproximadamente sería alrededor del 80% del volumen tanto de empleo como de trabajo
2. Me sería imposible seguir con el negocio en estas condiciones sin terraza.
3. No tengo un servicio específico de terraza, con lo cual mantengo los mismos precios tanto dentro como fuera.
4. Una mayor unificación de criterios, así como unos cauces de comunicación más rápidos con la administración y mayor flexibilidad.

## Azpeitia

### ETXEZURI



1. Jaiegun edo egun berezietan pertsona bat gehiago behar izaten dugu, baina gehienetan barran gaudenok ahal dugun moduan moldatu behar izaten dugu. Eskerrak jendeak autozerbitzua egiten duen askotan.
2. Ziur aski bai, baina kontuan hartzeko laguntza da terraza.
3. Ez, prezio berberak kobratzen ditugu.
4. Interesgarria izango litzateke, erretzaileen arazoa kontuan hartuta, taberna bakoitzaren atari edo terraza-guneak dituen aukerak guztiak aztertu eta erraztasunak ematea negurako egokitzapenak egin ahal izateko; haize babesgailuak eta kristalezko itxurak ezarri ahal izateko, besteak beste.

## Azpeitia



### ALIUR

1. Terrazak eragin handia du gure negozioan, lan bolumenari dagokionez batez ere; izan ere, horrelako eskaintza edukitzeak bezero ugari ekarri ohi ditu. Hai-zeak jotzen duenean, toldoa jartzen dugu albo batean; hotza dagoenean, berriz, berogailu handi bat. Egia esan, egunero terraza guztia jarri eta jaso behar izateak lan asko gehitzen digu, baina merezi du. Lanpostu aldetik, baina, lantaldea berdin mantentzen dugu, kafetegia txikia baita.
2. Terrazak ematen duen erosotasuna handia da eta bezeroak hori eskertzen du. Beraz, uste dugu bezero kopuruak nabarmen behera egingo lukeela terraza edukiko ez bagenu, eserlekua hartzeko espazio bera ere murriztagoa izango baitzen.
3. Ez, zerbitzua eman arren ez dugu gehiago kobratzen.
4. Guk ez dugu arazorik. Agian, beranduago arte irekitzen duten taberna zein bestelakoek arazo gehiago izan ditzakete. Gure ustez, ordenamendu orokor bat edukitzea baino hobea da lekuan lekuko testuinguruaren arabera moldatzea legedia.

## Zarautz



### SAUSALITO

1. Hoy por hoy, la terraza para un local hostelero, sobre todo los que son como el mío, más centrados en la tarde y la noche, es importantísima. Por una parte, la ley del Tabaco ha hecho que parte de nuestros clientes salgan a fumar. Segundo; porque las costumbres van cambiando y hoy a los clientes les gusta tomar sus consumiciones en la calle, aunque no sean fumadores. Tercero; mejora la imagen de nuestros locales para el viandante. Y cuarto; a muchos locales nos ha dado mucha "vida", la suficiente para sobrellevar mejor la crisis.
2. Sería complicado mantener nuestro tipo de negocio, un bar de música, sin terraza. Estamos limitados al fin de semana, sobre todo viernes y sábado, por lo que necesitamos aprovechar cada minuto con gente en el local y en la terraza.
3. Los precios que tenemos en la terraza son los mismos que dentro del local. Si podemos servirnos, y si estamos muy liados, no.
4. Respecto a la ordenanza, se tendría que ampliar el horario de cierre, siempre con control de nuestra parte, para que nuestros clientes no se sobrepasen en ruidos y molestar lo mínimo posible a nuestros vecinos.



1. ¿Qué representa para tu negocio la actividad de la terraza en cuanto a empleo y volumen de trabajo?
2. ¿Podrías mantener el mismo sin terraza?
3. ¿Tienes precios diferenciados entre interior y servicio de terraza? (Si es así, cual es la razón)
4. ¿Aportarías alguna mejora a la situación actual de la ordenanza de terrazas?

## Donostia

### UDANE



**1.** La terraza viste mucho el establecimiento. En cuanto a empleo, en verano sí necesitamos un apoyo exterior y el volumen de trabajo aumenta considerablemente.

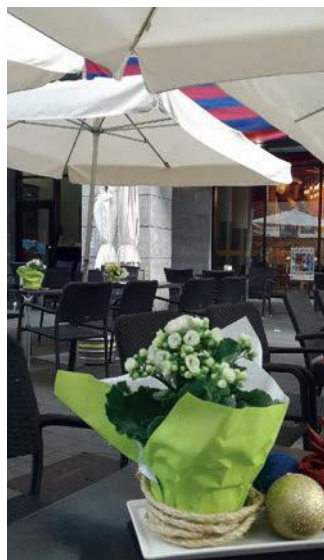
**2.** Se podría mantener siempre y cuando adaptáramos el horario y el personal. La terraza exterior da mucho ambiente a la avenida o calle.

**3.** Sí, los precios son distintos, normalmente 20 céntimos de incremento en terraza por consumición. El motivo es por el servicio, la limpieza y la comodidad del cliente.

**4.** La verdad, me gustaría hacer mejoras de acondicionamiento, pero muchas veces no sabes a qué atenerte si hay un cambio de gobierno municipal. Deberían hacer una normativa a largo plazo. En mi caso, en Amara, reclamamos alguna calle peatonal.

## Eibar

### KONTENT



**1.** Supone un 20% en el cómputo anual. En la temporada de verano genera dos empleos.

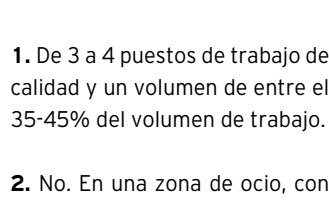
**2.** Perderíamos un trabajador todo el año y dos en la temporada de verano, en cada establecimiento.

**3.** No cobramos lo mismo.

**4.** La normativa de Eibar es nueva y le falta el desarrollo de la misma, que según se van solicitando nuevas actividades se podrá valorar la idoneidad de la misma.

## Irun

### VIRGINIA



**1.** De 3 a 4 puestos de trabajo de calidad y un volumen de entre el 35-45% del volumen de trabajo.

**2.** No. En una zona de ocio, con el espacio que tenemos, el trabajo y con la Ley del Tabaco en vigor, imposible.

**3.** Sí. Son precios diferentes no solo por el servicio que se ofrece sino también por las tasas municipales.

**4.** Sí. En poder acondicionar las instalaciones correctamente para dar un servicio adecuado. En nuestro caso es una terraza que se monta y desmonta todos los días del año, independientemente de la climatología, ya que está adaptada para agua y viento. Asimismo, se puede mejorar en la posibilidad de aumentar la cantidad de mesas si uno tiene demanda y también posibilidad de atender la terraza.



## Donostia

### IZAZPI



**1.** La actividad de la terraza para nuestro negocio es imprescindible, dado que la mayoría de los clientes prefieren la terraza. Aporta una actividad importante en mi negocio.

**2.** Sin la terraza sería complicada la actividad del bar, dado que la mayoría de los clientes son fumadores. Y además el interior del bar tiene un espacio limitado.

**3.** De momento no hago diferencias entre los precios de barra y de terraza.

**4.** Dado que la actividad de las terrazas es imprescindible en la mayoría de los locales, creo que para mejorar sería apropiado revisar el precio que pagamos por los permisos. No es igual la actividad de los negocios según qué zona. Sin embargo, tenemos que pagar todos igual. También me gustaría acondicionar la terraza para las épocas frías del año, (otoño-invierno). El problema es el precio de los permisos.

Ubicación física de los alojamientos recientemente inaugurados, o de próxima apertura, en San Sebastián



> Portuetxe Kalea, 35



> Legazpia 12



> Calle Mari



> Plaza Gipuzkoa, 11



> Calle San Bartolome 13



> Calle San Martin, 45



> Tabakalera

## ¡Abierto por obras!

**EL SECTOR DE ALOJAMIENTO EN DONOSTIA ESTÁ CONOCIENDO UN IMPORTANTE DESARROLLO EN LOS ÚLTIMOS EJERCICIOS. LA CIUDAD ESTA DE MODA EN EL PANORAMA TURÍSTICO INTERNACIONAL Y LOS DATOS DE EXCELTUR** del tercer trimestre del 2016 corroboran la elevada rentabilidad de los alojamientos del destino. Donostia, en el tercer trimestre del año, el más veraniego, ocupa el primer

puesto del panorama español como destino turístico urbano con un RevPar medio (facturación por habitación disponible) de 135,7 euros por habitación y noche; cifra un 20% superior al dato de la segunda ciudad del Estado en este particular ranking; Barcelona, con 113,3 euros. El dato, que corrobora la tendencia del alojamiento de la ciudad en los últimos años, es

todavía más sorprendente al comprobar que Donostia se coloca en el cuarto puesto del ranking absoluto de destinos del Estado, si se combinan destinos urbanos y vacacionales. El RevPar de nuestra ciudad es solo superado por tres destinos; dos en Ibiza (la propia ciudad y San José) y la ciudad de Marbella.

Estos datos no han pasado desapercibidos para

grupos hoteleros, locales y del resto del Estado, que se han posicionado en los últimos ejercicios para conseguir asegurarse una plaza en nuestra ciudad. Room Mate deshoja aún la margarita, pero ya son seguras la llegada de Catalonia hoteles (cerro de San Bartolomé) y Grupo Zenith (Siervas de María), además de una docena larga de proyectos



&gt; Padre Orkolaga Ibilbidea, 56



&gt; Calle Ronda 3



&gt; Calle Easo 20



&gt; Paseo de Hériz, 38



&gt; Cerro de San Bartolomé



&gt; Paseo de Miramon



&gt; Zubieta 26



&gt; Explanada de Illumbe



&gt; Plaza de Lasala

provenientes de grupos inversores, fundamentalmente de carácter local.

Donostia vive una fiebre de inversión en alojamientos turísticos que posibilitará que nuestra ciudad aumente, en apenas 2 años, su capacidad productiva instalada (por emplear un término reconocido en el ámbito económico) en un 30%. Las cerca de 6.618 camas hote-

leras que, como media anual, ofrece la ciudad, se verán incrementadas en cerca de 2.000 nuevas plazas, fruto de los proyectos alojativos recién inaugurados o por inaugurar en los próximos dos años.

Aunque, para algunos expertos consultados, esta cifra de nuevas camas no va a afectar al posicionamiento e imagen turística de la ciu-

dad, el sector de alojamiento local ve con preocupación esta burbuja hotelera, porque entiende que, a medio plazo, afectará a la rentabilidad de sus establecimientos. Desde el propio sector se plantea al gobierno municipal la revisión de algunos proyectos que incorporan el uso hotelero de terreno público (el Infierno, Sagües, etc.) y la necesidad de traba-

jar en la mejora de las vías de comunicación del territorio, de cara a asegurar la rentabilidad de las nuevas infraestructuras hoteleras en construcción.

Si aún no conoces la ubicación de los hoteles recién inaugurados o en construcción, aquí te los presentamos.

# 80 establezimenduk parte hartu dute

## II. Gilda Egunean



**PINTXO EZAGUNAREN OMENALDIA EGITEKO, GILDAREN II. EGUNA OSPATU ZEN ABENDUAREN 17AN. GIPUZKOAKO 80 TABERNEK PARTE HARTU ZUTEN** eta gastronomia kritikari, kazetari eta sukaldari talde batek epaile lanak egin zituen, Ibarra, pintxo ospetsuarentzat edaririk aproposena zein den aukeratu eta saritzeko. Edari saritua bermut gorria izan zen; izan ere, epaimahaiak goraiatu zuenez, bermutaren gozotasunak duen garraztasun puntu hori gildarekin eta, bereziki, piperraren garraztasunarekin ezin hobeto bateratzen da.

Ibarra egindako dastatze ekitaldia udalbatza aretoan gauzatu zen, gildaren bikotea aukeratzeko xedez, eta honako gastronomia-adituak elkartu ziren: Mirador de Ulía jatetxeko Rubén Trincado, Michelin

izardun chefa; Xabier Ruiz, Tolosako Casa Nicolás jatetxeko chefa; Iñigo Galatas kritikaria; Joxean Urruzola, Ibarra pipar ekoizlea eta "Ibarra langostinoak" izena erregistratu zuen pertsona; Aitor Buendia, Radio Euskadiko La Ruta Slow saioko zuzendari eta kazetaria, eta Igor Cubillo, loquecomadonmanuel.com gastronomia-blogeko zuzendari eta kazetaria.

Lehenik, pintxo dastatu eta, segidan, Amstel Oro garagardoa edan zuen epaimahaiak. Bigarren txandan, Pago de Circus-eko ardo zuri eta gorriak dastatu zituzten. Txakolinak ere bere lekua izan zuen, baina Reuseko Vermut zuri eta gorriak kontentzitu zituen epaimahaiki de gehienak.

Rubén Trincadok aipatu zuen lehenik ere bermuta-

ren alde zegoela; izan ere, Mirador de Ulía Jatetxean, marianitoa eta gilda bateratzen dituen platera eskaintzen du.

Festari bukaera emateko, abenduaren 18an, igandea, Ibarra Udalak bertako piper ekoizleak eta herriko tabernak bildu zituen. Bertara hurbildu zirenek, edari bat eskatuta, gilda bana dastatu ahal izan zuten doan. Giro bikaina sortu zen musika eta gastronomia uztartzen zuten amaiera-ospakizunean.

### David de Jorge, gildaren enbaxadore

2016ko gildaren enbaxadore David de Jorge sukaldari famatua izan zen, euskal gastronomiari egin dion ekarpena dela eta. Abenduaren 15ean, ostirala, Gipuzkoako Foru Aldundian egindako Foru Aldundian egindako aurkezpenean izendatu zu-

ten de Jorge enbaxadore. Bere enbaxada egiaztatzen duen plaka bat jaso zuen sukaldariak Casa Vallés-eko Antton Vallesen eskutik, jatetxe horretan bertan sortu baitzuten pintxoak 40. hamarkadan. Ekitaldia bukatzeko, gildak banatu zituzten bertaratuen artean.

Gildak Gipuzkoan duen ospea goraiatzea izan du helburu ekintza honek, eta ekimenean ondorengo udalerrietako hainbat establezimenduk hartu dute parte: Alegia, Andoain, Asteasu, Beasain, Berrobi, Deba, Donostia, Eibar, Errenteria, Hondarribia, Ibarra, Irun, Lasarte-Oria, Mendara, Pasai Antxo, Tolosa, Zarautz eta Zizurkil.

2016ko ekitaldia galdu baduzu, Gilda Egunean informazio guztia eskura duzu [www.gilda.eus](http://www.gilda.eus) webgunean.



# Ostalariak dira Alde Zaharreko hondakinak biltzeko sistema gehien kritikatzeko dutenak

**2014 URTEAREN AMAIERAN EZARRITAKO HONDAKINAK BILTZEKO SISTEMA BERRIA EBALUATZEKO HELBURUAREKIN,** Donostiako Udalak eremu-ikerketara bat jarri zuen martxan maiatza bukaeran. Azterlan horretan, inkestak, aurrez aurreko elkarrizketak eta lan saioak egin zituzten auzotarrekin, eta Alde Zaharreko ostalari, elkarte gastronomikoen ordezkari eta merkatariekin. Lan horren guztiaren ondorio izan da ikerketaren emaitzak, analisia eta hobetze-ko neurriak jasotzen dituen memoria.

Memoria duela bi urte ezarritako araudiaren onarpen-maila neurtzen du. Sistema berria hiru helburu nagusi betetzeko sortu zen: ipinitako edukiontzi berriei esker kalean zeuden zabor poltsak desagerraraztea; %60tik gorako birziklapen tasa lortzea; eta auzotarren eta Alde Zaharrean burutzen diren jarduera ekonomikoen arteko bizikidetzaren hobetzea, hondakin biltzeko orduak arrazionalizatuz edo zarata murriztuz.

Memoriaren ondorioetatik egin daitekeen irakurketaren arabera, Alde Zaharreko etxebizitzek nahiz establezimenduek hondakin biltzeko sistema oso ongi ezagutzen dute eta nahiko konforme daude. Hala ere, iritzien artean nabarmentzekoa da ostalariena dela ezkorrena.

Zentzu horretan, ostalarien kezka nagusiak kamioien zabor biltzeko inguruan sortzen dira. Konkretuki,



Ostalariak bilketa-ordutegia berrikustearren alde daude eta zaborra maizago biltzearen abantailak nabarmentzen dituzte.



ikerketan parte hartu duten taberna eta jatetxeek biltzeko ordutegiaren atzerapenak sortzen dituen arazoak aipatu dituzte, baita ordutegia berrikustearren beharra edo zaborra maizago biltzearen abantailak ere. Horrez gain, zabor poltsa organikoaren kalitatea hobetzea eta banatutako poltsa kantitatea areagotzea eskatzen dute, baita tabernetan egoten den kontainer kopurua handitzea ere.

Orokorrean, Alde Zaharreko bizilagunek, zaborraren kudeaketari dagokionez, auzoak hobera egin duela

adierazi dute ikerketan. Auzotarren iritziz, gehiago birziklatzen da eta zarata murriztu egin da, nahiz eta kalean garbitasun mailan aldaketa nabaririk antzeman ez duten. Jatetxe eta tabernekin, aldiz, ez dute aldaketa nabarmenik ikusi sistema berriaren ezarpenarekin. Beren aburuz, birziklapenak, zaratak eta auzoaren garbitasunak ez du hobera ez txarrera egin.

Ostalarien kezka nagusien artean dago establezimenduen aurrealdean pilatutako zaborrak, kamioien bilketa baino lehen, ematen

duen itxura txarra; zabor poltsen banaketa-puntuarekiko distantzia eta banatutako poltsen kantitate urria.

Hori dela eta, ikerketaren ondorioak irakurrita, zabor-biltzeko kudeaketak ostalarien artean onarpen handirik ez duela esan genezake, lehenengo araudiarekin zeuden arazoei irtenbide garbiri eman ez zaielako jatetxe eta tabernen ustez. Gainera, auzotarren eta establezimenduen iritziz, araudia ez da behar bezala betetzen eta kamioiek auzoko bitzita eta mugimendua oztopatzen dute.





# 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.

# Las ventajas de ser socio

**SER SOCIO DE HOSTELERIA GIPUZKOA SON 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, y totalmente gratuito, en:

- Bolsa de trabajo
- Formación sectorial a empleados (Cei Formación)
- Apoyo al emprendizaje (Cei Subvenciones)
- Relevo generacional (AEHG)
- Telefonía (Thalassanet)
- Asesoría energética y compra agrupada de electricidad (Oiarтек Comercial S.L.)
- Asesoría de seguros (Nahia 21)
- Consulta en obras y reformas (CB2 Proyectos)

Pero los beneficios no acaban aquí. Estos son otros de los servicios que lleva a cabo la Asociación:

- Participamos en los principales órganos de decisión que afectan al sector.
- Asesoramos al asociado en la relación con los ayuntamientos, solicitudes de permisos de terrazas, diseño y gestión de obras, auditoría energética...
- Enviamos información continua sobre normativas y promociones sectoriales.

En la siguiente tabla encontrarás un resumen con todos los actuales acuerdos de colaboración.

Si aún no eres socio, no esperes más y llámanos al **943 31 60 40** o acércate a conocernos en nuestra sede de la **calle Almorza, 2 - 20018 (Donostia-San Sebastian).**

EMPRESA	VENTAJAS
 <b>Lurauto</b>	10% de descuento en la adquisición de vehículos BMW y 9% Mini
 <b>Sabadell Guipuzcoano</b>	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.
 <b>REPSOL BUTANO</b>	Carga de depósito. Tarifa agrupada de la asociación. Descuento medio del 25% sobre precio de mercado.
 <b>BAQUÉ</b>	1,5% de descuento sobre consumo anual de café
 <b>GRUPO Funeraria VASCONGADA</b>	25% de descuento a asociados (o familiares hasta tercer grado de consanguinidad) en diferentes servicios.
 <b>Cei</b>	Tarifa especial de confección y seguimiento de Plan de Prevención de Riesgos Laborales
 <b>bitez</b>	Traducción de cartas (15 euros de coste por idioma - inglés y francés - sin límite de palabras).
 <b>EUSKADI BASQUE COUNTRY</b>	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%.
 <b>SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA</b>	*Trámite de inscripciones y acreditaciones por parte de la asociación.
 <b>CAJA RURAL DE NAVARRA</b>	Condiciones preferentes para los asociados en accesos de financiación, destacando la gestión de pago a través de TPV donde se puede alcanzar una comisión que ronda el 0,20-0,40%.



## Nuevo convenio de colaboración con Caja Rural de Navarra

**LA CAJA RURAL DE NAVARRA FIRMÓ EL PASADO 7 DE DICIEMBRE UN CONVENIO DE COLABORACIÓN CON LA ASOCIACIÓN de Hostelería de Gipuzkoa, que tendrá una duración de dos años. El convenio contiene condiciones preferentes para los asociados en accesos a la financiación, destacando la gestión de pago a través de TPV donde se puede alcanzar una comisión que ronda el 0,20-0,40%.**

Además, Caja Rural colaborará económicamente en los eventos internos de la Asociación durante estos dos años de colaboración.

El objetivo de este acuerdo es estrechar los lazos de colaboración entre ambas partes, de forma que los asociados puedan disfrutar de ofertas ventajosas. Y es que el pago de comisiones por el TPV y el acceso a la financiación son dos elementos de gran importancia para muchos hosteleros.

De esta forma, el convenio recién firmado es otro claro ejemplo de las ventajas y preferencias que tiene ser parte de la Asociación de Hostelería de Gipuzkoa, que durante casi 40 años se dedica a ofrecer el mejor



servicio a los hosteleros guipuzcoanos, respondiendo a sus necesidades desde 1977.

El acuerdo favorecerá el pago de comisiones por el TPV y el acceso a la financiación.



**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



## Sesión informativa sobre recursos turísticos organizada por la Diputación Foral

**LA DIPUTACIÓN FORAL DE GIPUZKOA CELEBRÓ EL DÍA 21 DE NOVIEMBRE** una sesión informativa a la que fueron invitados 25 potenciales prescriptores con capacidad de influir en la decisión de nuestros visitantes. A esta primera sesión asistieron profesionales del sector de alojamiento, restaurantes y bares-restaurantes de San Sebastián.

Muchos visitantes acuden a diferentes establecimientos que trabajan cara al público con intención de informarse sobre los recursos turísticos y de ocio que existen en nuestro territorio. Es por ello que, con el objetivo de que los participantes se sintieran más seguros a la hora de responder a la demanda de información y de asesoramiento de sus clientes y conocer mejor el territorio, sus recursos y sus agentes, se les proporcionó una serie de contactos y datos de interés para su negocio.

Es decir, que cuanto mayor sea el conocimiento del territorio, mayor será la capacidad de hacer mejores recomendaciones, más adaptadas a cada persona o grupo, a sus gustos y condiciones.

El objetivo de esta charla fue conseguir que entre todos podamos transmitir una imagen compacta del territorio con múltiples fortalezas desde el punto de vista de la oferta turística.



La sesión comenzó a las 17:00 horas en la Diputación Foral de Gipuzkoa con el previo saludo e intervención de Xabier Eleizegi que abordó los siguientes puntos: motivo de la convocatoria; los principales objetivos y realizaciones de la nueva estrategia de Turismo; las principales características de la gestión de la entidad foral en Turismo y las principales actuaciones de promoción turística.

A continuación, Cristina Iturriagagoitia realizó un repaso de los principales atractivos y recursos del territorio de Gipuzkoa, y manifestó a los asistentes la total disponibilidad de la Oficina de Turismo, dependiente del Departamento de Turismo de la DFG, para atender las demandas de material promocional y atender a los clientes de los establecimientos con particular esmero.

### **Material promocional**

Posteriormente se pudieron

visionar los vídeos de promoción turística editados por la Diputación Foral de Gipuzkoa, que también están a disposición de los establecimientos. También se recomendaron algunas páginas web de consulta como [www.gipuzkoakomuseoak.net](http://www.gipuzkoakomuseoak.net), o [www.mugi.eus](http://www.mugi.eus), para planificar viajes por el territorio. Y por supuesto, también se citó la propia página [www.exploresansebastianregion.com](http://www.exploresansebastianregion.com), que próximamente será sustituida por una nueva web que en estos momentos está en construcción.

La segunda parte del encuentro transcurrió en la Oficina "Explore San Sebastian Región", donde los asistentes pudieron conocer los materiales promocionales básicos, como la Guía Práctica y el Mapa Turístico "Explore San Sebastian Región", todos ellos puestos a disposición de los establecimientos hosteleros. También se mostraron los soportes

o displays que ofrece la Diputación foral guipuzcoana a aquellos establecimientos que se comprometen a mantener la Guía Práctica en los espacios que consideren oportunos.

Finalmente, se entregó a cada asistente un sobre que incluía la Guía Práctica y Mapa Turístico "Explore San Sebastian Región", y las invitaciones a 19 recursos turísticos de Gipuzkoa. Se incluía, además, el listado de los recursos y las actividades que han querido participar en esta acción.

A finales de junio de 2017 se hará una valoración para comprobar la eficacia de esta acción, ya que los recursos y entidades que han entregado las invitaciones gratuitas podrán comprobar si las visitas prometidas se han materializado. Sin duda, una buena forma de que conozcamos mejor los atractivos que presenta nuestro propio territorio.

# Zure karta edo menuak itzuli gabe? Jar zaitez Gipuzkoa Ostalaritzarekin harremanetan

**ORAINDIK GARAIZ ZAUDE ZURE KARTAK ETA MENUAK GUREKIN ITZULTZEKO.** 15 euroren truke (karta eta hizkuntza bakoitze-ko), edozein luzerako testua ingelesera, frantsesera edo euskarara itzultzeko aukera duzu.

Gipuzkoa aukeratzen duten turisten kopurua nabarmen hazi da 2016an eta zuetako askok horien bisitak jaso dituzue zuen jatetxe, taberna eta ostatuetan. Arzoak sortu badira kartetako eskaintza irakurtzeko edo bisitariekin harremanetan jartzeko garaian, hori aldatzeko

momentua iritsi da. Horrela, bisitatzen gaituzten guztiek gure lurraldeko plater gozoeen eskaintza dastatu ahal izango dute.

Gipuzkoa Ostalaritzako Eusko Jaurlaritzako Turismo Sailarekin batera sortutako zerbitzuak harrera bikaina izan du. Izan ere, 75 establezimenduk parte hartu dute eta ia 200 karta itzuli dira apirila hasieratik. Hiru hamarkada baino gehiagoko eskarmentua duen Bitez enpresa da karten itzulpenaz arduratzen dena.

Zure taberna, jatetxe edo hotelaren kartak itzuli

gabe baldin badaude, gure itzulpen zerbitzuarekin oso erraza egingo zaizu. Bidali korreoa [traducciones@hosteleria.gipuzkoa.com](mailto:traducciones@hosteleria.gipuzkoa.com) helbidera, hizkuntzak zehaztuz eta testua Word (.doc) edo Excel (.xls) formatuan gehituz. Beste tramite guztiak, gure

esku. Lau eguneko epean izango dituzue zuen kartak itzulita.

Gogoratu: bidali zure karta edo menua

[traducciones@hosteleria.gipuzkoa.com](mailto:traducciones@hosteleria.gipuzkoa.com) helbidera edo deitu konpromisorik gabe

**943 31 60 40** zenbakira.



[www.ganboa.com](http://www.ganboa.com)

*impresores  
por naturaleza*



# Un estudio de Oiartek desvela que la gran mayoría de establecimientos hosteleros pagan más de lo que deberían por la energía que consumen

**LA EMPRESA DE ASESORÍA ENERGÉTICA OIARTEK HA REALIZADO** un estudio energético en 245 establecimientos pertenecientes a la Asociación de Hosteleros de Gipuzkoa. El análisis de los datos arroja datos sorprendentes, como que la gran mayoría de los bares y restaurantes pagan más de lo que deberían por la energía que consumen. Unos resultados que confirman la importancia de estar bien

asesorados para reducir al máximo las facturas eléctricas. De igual forma, los estudios realizados por Oiartek han desvelado que el consumo de energía eléctrica en los 245 establecimientos analizados oscila entre un mínimo de 600 kilovatios anuales a un máximo de 198.000 KW, con un promedio de consumo de 34.636 KW anuales por establecimiento. De igual forma, en referen-

cia al coste anual, la factura más baja de los establecimientos hosteleros analizados es de 488 euros y mientras que la más cara es de 23.000 euros. En todo caso, el gasto medio anual en consumo eléctrico es de 4.941 euros, una cifra que podría extrapolarse al conjunto de los asociados a Hostelería Gipuzkoa. El estudio concluye que los 245 bares y restaurantes

gipuzcoanos que han participado en el estudio podrían ahorrarse una suma total de 277.170 euros anuales entre todos ellos. Estas cifras reflejan que, de media, cada establecimiento podría pagar 1.131 euros menos en su factura anual de energía. Unas cifras más que significativas, ya que el porcentaje de ahorro medio sería superior al 23%. Un dato a tener muy en cuenta.

## Principales resultados del estudio

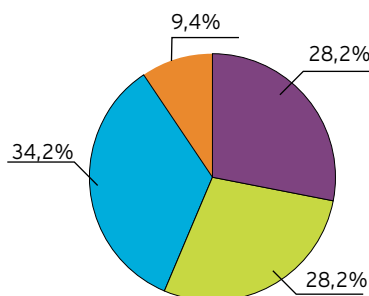
Participantes en el estudio energético	245 establecimientos
Consumo total de energía	8.485.848 KW
Consumo medio de energía	34.636 KW
Gasto energético total	1.210.587€
Gasto energético medio	4.941€
Ahorro total	277.170€
Ahorro medio	1.131€
Porcentaje de ahorro	23,3%

## Establecimientos analizados según su ubicación

Abaltzisketa - 1	Ibarra - 4
Amezketeta - 2	Irun - 4
Andoain - 7	Lasarte-Oria - 7
Antzuola - 1	Lezo - 2
Aretxabaleta - 1	Mendara - 1
Arrasate - 2	Mutriku - 1
Asteasu - 2	Oiartzun - 3
Astigarraga - 2	Oñati - 4
Azkoitia - 2	Ordizia - 5
Azpeitia - 6	Orio - 3
Beasain - 5	Pasaia - 5
Belauntza - 1	Tolosa - 9
Bergara - 3	Urnieta - 7
Deba - 2	Usurbil - 4
Donostia - 108	Villabona - 2
Eibar - 4	Zarautz - 5
Elgeta - 1	Zegama - 3
Errenteria - 6	Zestoa - 2
Getaria - 3	Zizurkil - 2
Hernani - 5	Zumaia - 5
Hondarribia - 3	

## Ahorro estimado para las empresas

Ahorro de 0-500€	69 establecimientos (28,2%)
Ahorro de 500-1.000€	69 establecimientos (28,2%)
Ahorro de 1.000-2.000€	84 establecimientos (34,2%)
Ahorro de más de 2.000€	23 establecimientos (9,4%)



Imanol Oyarzun, Oiartek

## “Los establecimientos hosteleros podrían ahorrar más de un 23% en los costes anuales de energía”

**OIARTEK ES UNA EMPRESA DE ASESORÍA ENERGÉTICA UBICADA EN OIARTZUN** que lleva cinco meses colaborando con nuestra asociación.

La asesoría representa a la comercializadora SunAir One Energy y ofrece a sus clientes la optimización de los contratos de energía y, en consecuencia, un ahorro considerable en los gastos energéticos. Imanol Oyarzun, responsable de Oiartek, nos explica en esta entrevista en qué consiste el trabajo de una asesoría energética y las ventajas que este servicio aporta a los establecimientos hosteleros.

### ¿En qué consiste el servicio que ofrece una asesoría energética?

Las grandes compañías energéticas ofrecen a sus clientes un precio fijo al año por kilovatio. Tras la liberalización del mercado eléctrico, el precio de la energía cambia a diario, pero estas empresas calculan un precio al alza y te cobran un plus para asegurarse de que no pierden dinero. Lo que nosotros ofrecemos es comprar la energía cada día según el precio real del mercado y ajustándonos a las necesidades concretas del cliente. Realizamos la compra de energía cada 4 horas, conocemos el consumo de los clientes a tiempo real y facturamos cada semana para ajustar el precio lo máximo posible. Además, al ser una pequeña empresa, los honorarios



Vista general de la oficina de Oiartek.

que cobramos son reducidos y no aplicamos permanencia alguna. Podríamos decir que somos los representantes de los clientes en el mercado de la compra de energía y que, de media, conseguimos un ahorro del 23% en su factura anual de electricidad.

### ¿Desde cuándo colaboráis con la Asociación de Hosteleros de Gipuzkoa y cómo valoráis este trabajo en común?

Llevamos colaborando poco tiempo, desde julio de 2016, pero en estos escasos cinco meses hemos realizado alrededor de 250 estudios energéticos y podríamos decir que la acogida ha sido buena. Por una parte, contamos con una metodología de trabajo más sen-

cilla y rápida que el de otras asesorías y somos capaces de hacer un estudio de ahorro orientativo en cinco minutos y con una sola factura. Esto es una ayuda, pero también es cierto que muchos hosteleros carecen de tiempo o de confianza para atender a esta cuestión. En ocasiones es difícil hacerles ver que la energía que adquieren con nosotros es la misma, pero que los costes son menores y además tienen una atención directa y cercana que no pueden conseguir con una gran compañía.

### ¿Cuáles son los principales problemas de los establecimientos con los contratos de energía?

Principalmente, el desconoci-

miento sobre cuestiones básicas empezando por la lectura de la factura de la luz. Los hosteleros deberían tener la obligación de saber bajo qué conceptos contratar la electricidad porque tienen un margen muy grande de ahorro. Según un estudio, nos cobran un 15% de más por kilovatio contratado al día. También es importante saber que, si no llegas al 100% de la potencia que te cobran, la compañía tiene la obligación de cobrártela al 85%. De esta manera, si este parámetro se facturara como la ley indica que ha de facturarse, un establecimiento podría ahorrarse entre 300 y 600 euros anuales en concepto de potencia. A este ahorro habría que añadir el ahorro por energía consumida que, según nuestros cálculos, podría ser del 23% por establecimiento y de un millón de euros anuales si contabilizáramos a la totalidad de asociados.

### ¿Qué puede hacer un establecimiento para ahorrar en gastos energéticos?

Lo principal es optimizar y ajustar el contrato energético lo máximo posible. Una vez hecho esto, existen los contadores “inteligentes” gracias a los cuales se puede conocer el consumo exacto de la máquina de hielo, cuánta energía se gasta haciendo un café o los picos energéticos que pueden ayudar al hostelero a tomar decisiones informadas para mejorar ese ahorro.

# 40 años de gastronomía vasca en 'Basque. Territorio creativo'

## EL LIBRO "BASQUE. TERRITORIO CREATIVO" REÚNE LA EVOLUCIÓN

de la cocina vasca durante estos últimos 40 años. Promovido por el Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras del Gobierno Vasco y coordinado desde el BasqueCulinary Center, concentra entrevistas con periodistas, profesionales del sector culinario y demás figuras de la cocina vasca de estas cuatro décadas. Un análisis histórico completo de la transformación de la cocina vasca, la cual ha llegado a ser un referente gastronómico a nivel mundial, hecho que avalan las 29 estrellas Michelin con las que Euskadi cuenta a día de hoy.



Esta trayectoria ha servido para inspirar a varias generaciones posteriores de cocineros tanto del territorio como de otras localidades de todo el mundo. Entre los protagonistas de esta obra encontramos a Pedro Subi-

jana, Juan Mari Arzak, Hilario Arbelaitz, Martín Berasategui, Andoni Luis Aduriz, Elena Arzak o Eneko Atxa, que relatan su influencia, su evolución durante estos años e incluso el futuro del sector gastronómico.



Estas reflexiones quedan estructuradas a modo de conversaciones protagonizadas por profesionales del ámbito periodístico como Iñaki Gabi-londo, Rosa Rivas, Pau Arenós o Marta Fernández Guadaño.

'Basque. Territorio Creativo' refleja lo significativa que resulta la gastronomía vasca en el sector turístico del territorio, ya que se trata de un pilar fundamental para la captación de turistas en Euskadi. Su riqueza e innovación la sitúa en vanguardia ante la oferta gastronómica actual a nivel mundial, y eso, aquellos que pertenecemos a esta comarca, lo garantizamos.

# Chefs Voice: nueva app para escuchar cartas y menús en el móvil

**CHEFS VOICE ES UNA NUEVA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES** que permitirá escuchar las cartas y los menús de los restaurantes sin necesidad de leerlas. Esta nueva app se presenta en Gipuzkoa con el objetivo de hacer accesibles las cartas y menús de los establecimientos hosteleros a aquellas personas que tienen dificultad de visión.

El proyecto, creado por DCS Infraestructuras y PuntoDis, se presentó el pasado noviembre en Madrid y ya son varios restaurantes madrileños los que se han animado a implantar el servicio en sus restaurantes, ya que además

disponen de un mes de prueba gratuita.

La aplicación funciona de forma muy sencilla. El usuario sólo deberá darse de alta a través de la página de DCS Infraestructuras <http://dcsinfraestructuras.com/chefs-voice/> o llamando al 646 068 076.

Además, existen muchas opciones, como poner la carta en diferentes idiomas, imprimir los alérgenos en cada plato, imprimir la carta, guardarla en un Smartphone...

A través de un código QR, el usuario recibe a través del móvil o tablet el contenido escrito o sonoro de la carta menú del establecimiento.



Los cambios se hacen de forma sencilla e intuitiva y es posible imprimir la carta o menú directamente desde la aplicación.

De igual forma, permite que cualquier restaurante pueda ofrecer a sus clientes información accesible, transmitiendo una imagen más moderna y comprometida con

la Responsabilidad Social Corporativa. A su vez, ofrece un servicio muy importante para los clientes extranjeros con problemas de visión que visiten su local, y que podrán recomendar el local a sus conocidos cuando regresen del viaje o a través de redes sociales.

# Pausoak-en proiektu berria: jarri kaxa bat zure bizitzan!

## GOYENCHE FUNDAZIOAK AURRE- RA ERAMATEN DUEN PROGRAMA

okupazionala da Pausoak. Nekazaritza-jarduerak egiten dira Donostian kokatutako zentroan, laguntza bereziak behar dituzten pertsonak naturarekin harremanetan jartzeko, euren gizarteratzea bultzatzeko eta beren gaitasunak lantzeko helburuarekin.

Pausoak proiektua 2003an sortu zen eta Arteaga Fundazioaren Zabalegi finkan dago kokatua. Bertan, proiektuko kideek naturarekin lotura duten ekintzak garatzen dituzte eta, profesionalen laguntzarekin, euren ongizatea eta autoestimua lantzen dituzte. Orain,



Pausoak-eko kideak ostalaritzako egoitzara bisitan etorri zirenean.

gainera, kanpaina berria aurkeztu dute: 'Jarri kaxa bat zure bizitzan'. Egurrezko kaxa batzuk apaindu dituzte eta esaldi esanguratsuak idatzi dituzte horietan, beraientzat bizitza zer den adierazteko. Zoriontasuna, lagunak, osasuna, familia,

lana eta optimismoa bezalako gaiak islatu dituzte kaxetan eta, ostalaritza-elkartearekin kolaboratuz, taberna eta jate-txeetan ikusgai jarri nahi dituzte Pausoak proiektua jendartean ezagutarazteko.

Pausoak-eko kideen filosofia argia da: desgaitasuna duten pertsonak ahalik eta bizikaltate onena izatea eta, ahal den heinean, zoriontasunez eta baikortasunez bizitzea, betiere elkarbizitza, errespetua eta hezkuntza oinarri izanik.

Kaxak Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteko egoitzan ditugu eta ostalariak animatu nahi ditugu ekimenarekin bat egitera. Nahikoa da kaxak establezimenduetan jartzea, jendeak ikusi ahal izateko leku batean, proiektuari laguntza emateko. Beraz, proiektuan parte hartu nahi baduzu, eman izena ostalaritza-elkartearen egoitzan. Pausoak-eko lagunek apirilean banatuko dituzte kaxak Gipuzkoa osoan zehar, proiektua ahal bezainbeste hedatzeko helburuarekin. Bizitza ederra da, goza dezagun!



**SGAE**k SORKUNTZA BABESTU ETA ERAGITEN DU

AVENIDA DE ZURRIOLA 0 – 20002 DONOSTIA – Tfno. 943 00 47 20 [www.sgae.es](http://www.sgae.es)

**sgae**

# Reunión sobre normas de conducta en el sector del ocio nocturno

EL PASADO DÍA 29 DE NOVIEMBRE TUVO LUGAR, EN LA SEDE DE LA ASOCIACIÓN DE HOSTELERÍA, una charla informativa impartida por los responsables de Seguridad Ciudadana de la Ertzaintza de Donostia a los principales responsables de los establecimientos guipuzcoanos de Ocio Nocturno (discotecas y pubs). La charla responde a la necesidad de actualizar la información que, en materia de seguridad y pautas de comportamiento sobre el derecho de admisión, se demanda desde el propio sector de ocio nocturno asociado.

La exposición realizada por los responsables de la Ertzaintza se centró en cuatro apartados. El primero sobre el derecho de admisión y el cumplimiento de la normativa en esta materia. En este sentido, el conferenciante reconoció que el cumplimiento de la normativa sobre derecho de admisión en el territorio es prácticamente generalizada y que las denuncias que se efectúan basadas en hipotéticas discriminaciones por razones de raza suelen ser muy escasas y, por lo general, sin resultados punitivos de ningún tipo.

El segundo tema analizado fue el papel de la seguridad privada contratada en los locales hosteleros y los límites de actuación de la misma. Más en particular, se habló de las figuras del vigilante de seguridad (por lo general uniformado y siempre en posesión de título acreditativo de su condición de vigilante profesional de



seguridad) y el auxiliar de seguridad (personal de seguridad no uniformado, carente de titulación en la materia y que realiza labores de apoyo/disuasión en la puerta de los locales hosteleros). Se recordó que se debe evitar el contacto personal con el cliente, recomendándose siempre que, en materia de inmovilización, cacheo y control de identidades, se recurra siempre a personal de seguridad uniformado o a las distintas fuerzas de seguridad que intervienen en el territorio.

El tercer tema tratado hizo referencia al análisis de nuevas sustancias estupefacientes, la detección de los síntomas que las mismas originan y las normas básicas

de actuación en caso de encontrarnos ante una intoxicación derivada del consumo de los estupefacientes descritos en la charla. Por último, el cuarto apartado tratado hizo referencia a la descripción de bandas o grupos sociales conflictivos, su identificación y modus operandi y la exposición de los últimos conflictos detectados en la materia y pautas de actuación. Sobre el particular, el mando de la Ertzaintza que protagonizó la conferencia valoró Gipuzkoa como un territorio con escasa conflictividad en el ámbito del ocio nocturno; muy seguro respecto a otros territorios limítrofes y con elevados niveles de profesionalidad por parte de los equipos recto-

res de los establecimientos hosteleros dedicados a la actividad.

Al finalizar la charla se produjo un turno de preguntas muy interesante con exposición de casos particulares entre los más de 25 profesionales asistentes al acto. Así mismo se aprovechó la ocasión para dar a conocer la figura del hurbiltzaille, dentro de la estructura de la Ertzaintza, como profesional encargado, dentro de las comisarías locales, de facilitar la labor de conexión entre dicho cuerpo policial y los agentes sociales más afectados por las normas de seguridad. En la charla estuvieron presentes los hurbiltzailles responsables de la actividad en Donostia.





El congreso ha contado con profesionales de la sala y de otras disciplinas, que han compartido su experiencia con los asistentes.



## Host 2016: tendencias e innovación en sala

### GRANDES PROFESIONALES DE SALA Y OTRAS DISCIPLINAS HAN COMPARTIDO SU EXPERIENCIA MEDIANTE PONENCIAS Y ESPACIOS

de diálogo en el III Congreso Host, celebrado el pasado 21 y 22 de noviembre en el Basque Culinary Center. Los quince ponentes participantes en esta edición, denominada "diseñar para cautivar" y patrocinada por la DO Cava, han analizado las mejores prácticas y las nuevas tendencias de sala en torno al diseño; entre ellas, identificar realidades que ayuden a renovar el servicio y mejorar la atención al cliente.

El evento tenía como objetivo generar una reflexión entre los profesionales del sector respecto a la sala, la experiencia culinaria y el comensal, al mismo tiempo que pretendía abrir un debate sobre hacia dónde tiene que ir el futuro de la misma.

### Ponencias y talleres

El congreso ha contado con profesionales de la sala y de otras disciplinas, que han compartido su experiencia con los asistentes mediante conferencias, talleres prácticos, mesas redondas y otras actividades.

Los ponentes, profesionales de sala con renombre del panorama internacional, han sido los siguientes: Denis Courtiade (del Alain Ducasse Plaza Athénée), Jon Schafer (del restaurante Alinea de Chicago), Inma Puig (del Celler de Can Roca), Stefania Giordano (directora de sala del restaurante Nerua), Juan Ruiz Henestrosa (director de sala de Aponiente), Joserra Calvo (jefe de sala del restaurante Mugaritz).

Posteriormente, se abordó la influencia en los proyectos gastronómicos de otras disciplinas como son la arqui-

tectura y el diseño. Entre los ponentes de este bloque se encontraban referentes como Diego Gronda, diseñador internacional con más de 20 años de liderazgo en los campos de la arquitectura y el interiorismo; Xavier Torrents, socio fundador Innova Projectes/ Gastronomía & Foodservice; José Manuel Fernández, arquitecto y diseñador de interiores de Lagranja Design; Ana Roquero, design director de la marca de menaje COOKPLAY y Jose Miguel Piñero, diseñador de El taller de Piñero y que, desde 2014, crea junto a los mejores chefs del panorama internacional vajillas experimentales que están revolucionando el sector.

El evento finalizó con un bloque en el que se enfatizó la relevancia del futuro en la sala, comparando al mismo

tiempo nuevas tecnologías con la tecnología actual. Esta última sección del congreso contó con la presencia de Nicolas Alcalá, que actualmente dirige su segunda empresa entre Los Angeles y España, FutureLighthouse, donde realizan estudios basados en la Realidad Virtual; y Diego Coquillat, economista y director del periódico digital diegocoquillat.com.

En resumen, una jornada enriquecedora en el que el diseño tuvo especial relevancia y profesionales de numerosos restaurantes de renombre expusieron y enseñaron a los asistentes las mejores recomendaciones a la hora de trabajar en sala.

En su web [www.bcchost.com](http://www.bcchost.com) puedes encontrar toda la información que necesites sobre el evento.

Ramón Lizeaga, gazta-ekoizlea

# “Gaztagintza sukaldaritza bezala ulertzen dugu; menua aldatzea gustatzen zaigu”

**RAMON LIZEAGA GAZTA-EKOIZLE ADITUA DA. OÑATIKO ARTZAIN ES-KOLAN IKASI ZUEN** milurtekoaren hasieran eta, oster, hainbat gaztandegitan jardun zuen lanean. 2007an, Mendikoi erakundearen laguntzarekin, gazta lantzeko euskal metodo tradizionalak berreskuratzeko ikerketa gauzatu zuen; izan ere, artisau gaztagintza Idiazabalek monopolizatua zuela konturatu zen. Beste lurralde batzuetan, Frantzia, Asturiasen eta Kantabrian, esaterako, gazta aniztasun handiagoa zegoela ohartu zen.

Azterlan horren harira sortu zuen Antzinako Euskal Gaztak marka eta, egun, bere izena daraman zigiluarekin saltzen ditu gaztak. Urte luzez lortutako eskarmentua partekatu zuen gurekin Ramonek pasa den azaroan, gaztari buruzko tailer interesgarrian.

## Gazta barietate gutxi lantzen al da Euskal Herrian?

Gaztagintzaren munduan sartu nintzenean konturatu nintzen homogeneizazio handia zegoela gure lurraldean. Supermerkatuetara joanez gero, ordea, bestelako produktuak ere topatzen ditugu, kanpotik ekarritakoak. Hemen ere gai gara gazta beste era batzuetara lantzeko eta, horregatik, antzinako erreferenteak bilatzeko apustua egin genuen gure gaztandegian, kontsumitzaileei euskal lehengaiekin eginiko aukera desberdinak eskaintze aldera.

## Gazta lantzeko antzinako metodo ugari berreskuratu dituzue Ramon Lizeaga gaztandegian.



## zue Ramon Lizeaga gaztandegian.

Bai, hasieratik jardun dugu ikasten, gazta egiteko teknologia desberdinak probatzen... Errezeta mordo berreskuratu dugu, eta berriak lantzen jarraitzen dugu. Horrela, gure katalogoa aldatzen eta zabaltzen ari gara etengabe. Gaztagintza ia sukaldaritza bezala ulertzen dugu; menua aldatzen joatea gustatzen zaigu.

## Nola presta dezakegu gazta taula on bat?

Hamaika modu daude taula bat osatzeko, mota desberdinak elkartuz edo aurkezpen tematikoetan oinarrituz.

Gako batzuk aipatzekotan, interesgarria da testuretan, formetan, koloreetan eta intentsitateetan aniztasuna bilatzea.

Garrantzitsuena gazta ez lehortzea da. Ostalaritza-establezimendu baten kasuan, gazta soberan izatea baino hobea da bizpahiru egun eskaintzarik gabe geratzea. Izan ere, gazta produktu delikatu bat da eta ta-

mainan erostea komeni da. Ez erosi 10 egunetan, bi aste gehienez, amaitu ezin izango duzun kantitatea.

## Euskal gaztagintza berritzen hasi zinetenetik, sektorean aldaketarik nabaritu al duzue?

Egia esan, gero eta aukera zabalagoa topa dezakegu merkatuan. Ekoizleak gauza desberdinak egitera animatzen ari dira. Euskal Autonomia Erkidegoan 120 bat gaztandegi izango ditugu, guztira, eta horietako 20 bat ari dira produktu diferenteak lantzen.

## Dastaketa batean gazta on bat identifikatzeko zeri eman behar diogu arreta?

Produktuaren atzean dagoena begiratu behar da: nork eta nola ekoizten duen. Zoritxarrez, artisau hitza edonola erabiltzen da gaur egun... gasolindegiko ogian ere topa dezakegu “artisau” deitura... Hortaz, etiketak ez dira beti oso fidagarriak izaten.

Bestalde, dastatzerakoan gaztak eragiten digun esperien-

tzia baloratu behar dugu; zer transmititzen digun. Zapora eta testura desberdinak antzeman ahal izatea garrantzitsua da. Ezer berezirik sentiarazi ez badigu, gure oroimenean lekurik hartu ez badu, ez da behar bezain ona. Gazta ederrak dastatzen ditugunean, taula esperientzia bat da.

## Euskal kontsumitzaileak gai al dira kalitatezko gazta baloratzeko?

Euskal Herrian oso produktu ona daukagu eta oso eskuragarri; badakigu gazta ona jaten. Hala ere, egia da kontsumoa bertan ez dela oso handia. Batez beste, pertsonako 8 kilo gazta kontsumitzen dira urtero espainiar Estatuan, eta EAEn are baxuagoa da zifra hori. Gainera, bertan gehien jaten den gazta, oraindik ere, xerretan saltzen dena da. Frantzia, berriz, beste kultura bat dago; 25 kilotik gora jaten dute urtero pertsona bakoitzeko.

## Gure ostalaritzan berrikuntzarako joerarik ba al dago gaztaren eskaintzan eta erabileran?

Ardo eskaintzarekin gertatzen den moduan, gaztarekin ere gero eta joera gehiago dago espezializaziora jotzeko. Gazta karta on bat edukitzea oso estetiko da eta izen ona ematen dio jatetxeari.

Egia da merkatu klasikoa garrara. Makina bat Michelin izar ditugu, baina patata tortilla da arrakasta gehien duen pintxoetariko bat. Hala ere, gauza berriak probatzea atsegin dugu noizean noiz, eta gustatzen zaizkigunean, errepikatzen dugu.

# Cómo elaborar una atractiva tabla de quesos autóctonos

El productor Ramón Lizeaga impartió un taller en Hostelería Gipuzkoa sobre el queso, sus variedades y propiedades organolépticas

## EL EXPERTO PRODUCTOR DE QUESO

**RAMÓN LIZEAGA** fue el encargado de impartir, el pasado 24 de noviembre, un interesante taller sobre el queso y sus variedades, y ofreció claves para degustarlo en su estado óptimo. Cerca de una veintena de asistentes disfrutaron de una sesión teórico-práctica muy interesante y amena, de dos horas y media de duración, en la sede de la asociación.



Muchos de los participantes se sorprendieron al descubrir que el vino que mejor marida con el queso es el blanco, ya que, según explicó Lizeaga, el tinto mata el sabor del producto. Con un buen txakoli de Getaria o un blanco semidulce

de la Rioja Alavesa, en cambio, puede encajar a la perfección, tal y como lo comprobaron los asistentes al taller, que degustaron estos vinos en torno a una veintena de quesos.

El encuentro sirvió para conocer la historia del queso

y de los distintos tipos que se pueden encontrar en Euskal Herria. El ponente explicó los factores que influyen en la elaboración del queso y las diferentes tecnologías de producción. Lizeaga insistió a los hosteleros en que no compren grandes cantidades de queso si no van a poder consumir el producto en un plazo máximo de dos semanas, ya que pierde sus características. También ofreció claves para guardarlo y garantizar su conservación óptima.

Lizeaga enseñó, además, a montar una buena tabla de quesos, valorando factores como la cantidad, los tipos, la presentación, el corte y los utensilios. También es importante atender a las bebidas y productos que acompañan al queso, por lo que los asistentes tuvieron la oportunidad de catarlo con diferentes vinos, licores, mermeladas, chutneys y pan.



*Ondo egindako  
lana*



**BASK**  
FOR ALL

INCOMING TRAVEL AGENCY  
Donostia - San Sebastián

## Curso sobre interacción con personas con diversidad funcional impartido por Bask For All

**BASK FOR ALL, EMPRESA DE TURISMO ACCESIBLE, OFRECE** cursos sobre pautas de interacción y atención a personas con diversidad funcional. La empresa adapta toda la cultura, gastronomía, deportes y demás actividades turísticas de Donostia-San Sebastián a las necesidades de cualquier persona con diversidad funcional o de tercera edad.

Su objetivo principal es ofrecer un servicio de turismo accesible y de calidad con el compromiso de potenciar la inclusión, integración y normalización en el turismo de las personas con diversidad funcional y sus familias, adaptando la visita a las necesidades de cada viajero.

Bask for All tiene un firme compromiso: conseguir que una ciudad como Donostia, destino de referencia gracias a su gastronomía y oferta cultural, llegue a ser una de las referencias de Turismo Accesible a nivel internacio-



nal. A día de hoy, Donostia participa en el 'Modelo vasco de Accesibilidad Turística del Gobierno vasco', cuyo propósito es mejorar las infraestructuras turísticas para facilitar la atención de personas con diferentes diversidades funcionales.

Los cursos, que han comenzado a finales de 2016 y se desarrollarán también a lo

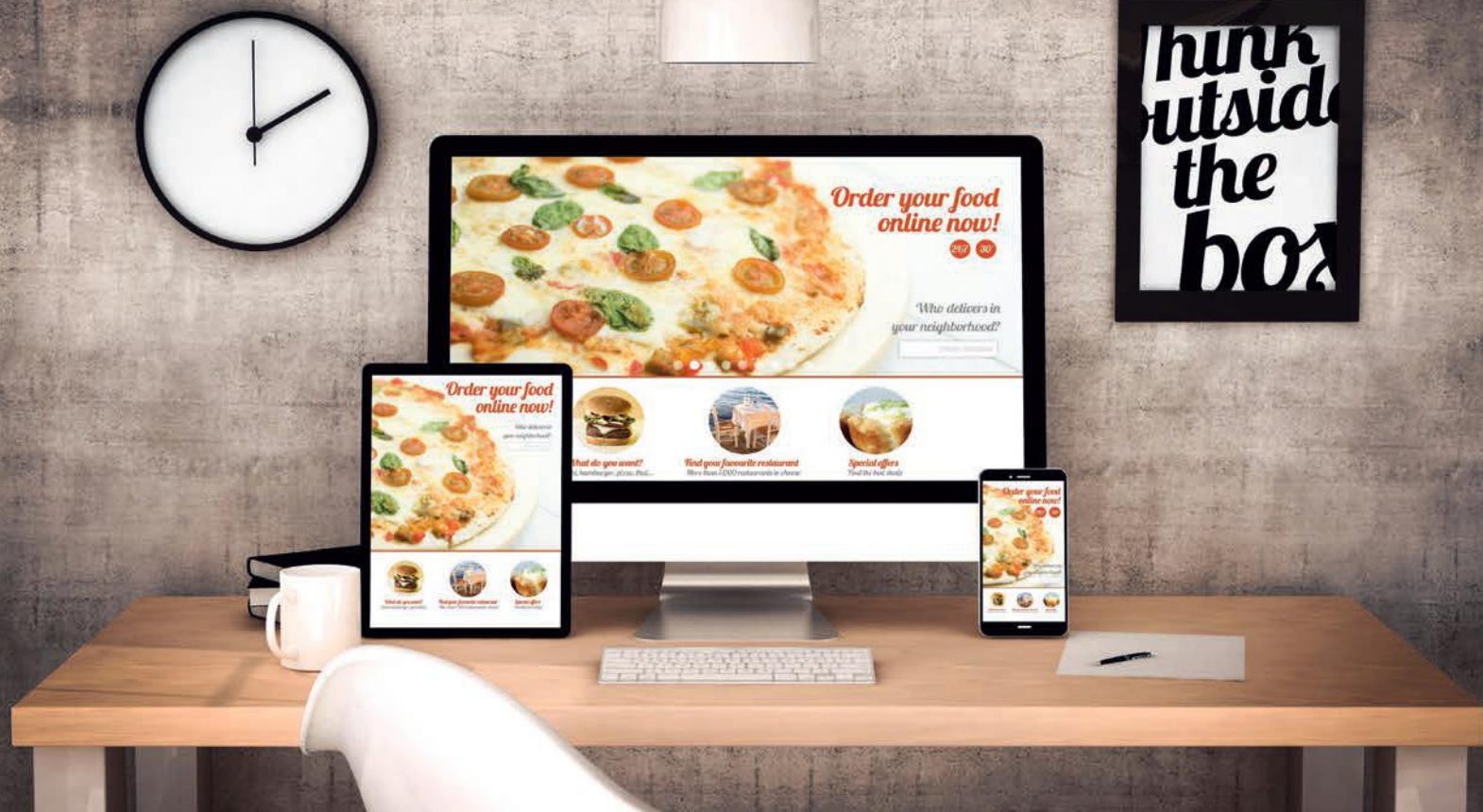
largo de 2017 y se impartirán en Hostelería Gipuzkoa, tienen como objetivo dar a conocer y difundir el programa de apoyo para mejorar el grado de accesibilidad en establecimientos hosteleros y de alojamiento.

El contenido tratará de eliminar tabúes, prejuicios y mitos sobre la diversidad funcional, mejorar la calidad de los servicios del sector hostelero y adquirir técnicas para mejorar la comunicación y relación con nuestros visitantes que tengan alguna diversidad funcional.

La diversidad es un rasgo latente en la sociedad actual. El progreso, los avances tecnológicos y el estado del bienestar han permitido que personas con diversidad funcional sean cada vez más autónomas y que se puedan insertar en todos los ámbitos de las actividades humanas: sociales, económicas, políticas, deportivas y lúdicas.

El grupo de población con diversidad está creciendo notablemente. En España residen 3,85 millones de personas con diversidad funcional; en Europa, más de 53,3 millones, y en el mundo, alrededor de 500 millones. Es por ello que esta iniciativa pretende cubrir la necesidad de este nicho y conseguir que cuando estas personas visiten la ciudad nuestros establecimientos puedan satisfacerlos de forma adecuada.

El curso está dirigido a personal que trabaje directa o indirectamente en atención al público, a equipos directivos que gestionen plantillas de atención al cliente, y a toda persona interesada en mejorar sus habilidades de interacción y comunicación, haciendo entender que lo que realmente quiere el cliente con diversidad funcional es que se le trate como persona más allá de su discapacidad.



## Responsive Desing: Diseño para todos los dispositivos

Web Diseinua eta garapena, kokapena bilatzaileetan eta Sare Sozialetan ekintzak



Diseño web y Desarrollo web  
 Posicionamiento web SEO  
 Publicidad en Google  
 Marketing online  
 Analítica web

Online bidezko publizitate kanpainak egiten ditugu

Diru laguntzak eskuragarri dituzte enpresak KTS-ek eskainitako web zerbitzuetarako.

Diru laguntzaren kudeaketa egiten dugu.



GESTIÓN de SUBVENCIONES  
 DIRU LAGUNTZA KUDEAKETA

Los servicios Web que actualmente ofrece KTS para las empresas, pueden contar con ayudas económicas.

Realizamos la Gestión de la Subvención.

Rekalde 1, 1ªPlanta Local 41A Edif. Irubide 20160 Lasarte-Oria



TEL. 943 32 30 39 | FAX 943 21 38 64 | SAT 943 10 04 23

www.ktstec.com | info@ktstec.com

# La oferta de viviendas de uso turístico en Donostia

Los pisos representan el primer subsector de alojamiento de la ciudad, por encima del de hoteles, albergues, campings y pensiones



**A FINALES DE VERANO FOMENTO DE SAN SEBASTIAN** daba a conocer los principales datos del sector de alojamiento en apartamento turísticos de la ciudad. El informe, elaborado por la consultora valenciana Castro Consulting, cifraba en 4.458 las plazas ofrecidas por los 961 apartamentos censados en la ciudad. De ellas, 830 plazas (un 26%) correspondían a la oferta considerada como reglada y el resto, 3.628 plazas, a la oferta mal llamada "colaborativa" (P2P). En total, el subsector representa, a la vista del informe señalado, el primer subsector de alojamiento de la ciudad, por encima del de hoteles (4.059 plazas), albergues (1.423 plazas), campings (1.388 plazas) y pensiones (1.136 plazas). Los datos del informe firmado por Castro Consulting no coinciden, por quedarse cortos, con los que aporta sobre su actividad la única asociación de empresas gestoras existente en el sector, Aparture.

A falta de datos estadísticos fiables de los apartamentos

mados "colaborativos", las cifras de actividad que aporta la asociación Aparture, que gestionan la oferta reglada en el subsector, no son nada desdeñables. Las nueve empresas integradas en dicha asociación vendieron, en el año 2015, un total de 238.000 pernотaciones, - datos que no figuran, por cierto, en las estadísticas mensuales que publica Eustat -, generando un total de 110 puestos de trabajo y alcanzando un total de 400 proveedores (entre

ellos los proveedores de las viviendas que gestionan).

## Una ubicación dispar a lo largo de toda la ciudad

Aunque la Ley de Turismo de Euskadi, aprobada este pasado verano, legisla de manera muy tangencial en esta materia. La patata caliente, es decir, la concesión de licencias de actividad para el desarrollo reglado de alquileres con fines turísticos, está en manos

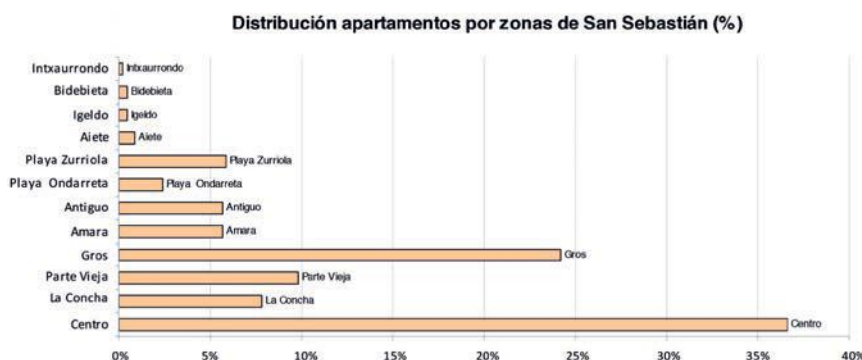
de la autoridad municipal. La aplicación estricta de la normativa vigente en nuestra ciudad permitiría que dicha actividad se ejerciese en tan solo el 26% de los pisos reglados. Pensamos que este porcentaje es, si cabe, inferior en el caso de los pisos comercializados fuera de los circuitos reglados y que en el mercado se adjetivan como "de economía colaborativa".

La realidad es que, como en otras ciudades del mundo, esta nueva realidad alojativa viene para quedarse y el resto de sectores turísticos, y sociales, deben buscar fórmulas de convivencia. En este sentido, lo primero que se debería analizar es la saturación por distritos o barrios de la oferta de pisos de alquiler y evitar la concentración que desnaturalice las dinámicas sociales de barrio.

El cuadro adjunto, cuya fuente es el mencionado estudio de Castro Consulting para la Sociedad de Fomento de San Sebastian, señala, bien a las claras, que el Centro, la Parte Vieja y la Playa de la Zurriola están soportando, en valores relativos, una presión quizás excesiva desde un punto de vista social. Al mismo tiempo, son estas ubicaciones las que, hoy por hoy, y sin conocer al detalle la calidad de cada piso en alquiler, aseguran una experiencia en destino de mayor calidad a quien nos visita. ¿Es posible un equilibrio entre ambas realidades?

## CENSO DE APARTAMENTOS TURÍSTICOS DE SAN SEBASTIÁN

La oferta reglada de Apartamentos turísticos se concentran en los barrios centrales de San Sebastián.





## Descárgate nuestra app movil y no te pierdas nada



**GRACIAS A LA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES DE LA ASOCIACIÓN DE HOSTELERÍA DE GIPUZKOA** podrás mantenerte informado de todas nuestras actividades, novedades, horarios, cursos... La APP es totalmente gratuita y puedes descargártela a través de Play Store si tu dispositivo tiene sistema operativo Android, y Apple Store si tu dispositivo es IOS.

Benefíciate de las ventajas que tiene descargarte nuestra APP. Y es que gracias

a ella, podrás ser el primero en recibir la información actualizada de todo lo relacionado con la hostelería gipuzcoana. Puedes acceder, además, a nuestros boletines mensuales, en los que obtendrás resúmenes de todo lo acontecido durante el mes.

De igual forma, con esta aplicación recibirás puntualmente los cursos programados por la asociación junto a Cei Formación, con detalle de todo lo que ofrece cada uno de ellos (descripción del

curso, plazas, horario...) Si estás interesado en alguno, no dudes en descargarte la App y llamar al telefono de contacto de Cei Formación 943 43 12 53 (preguntar por Ana).

En resumen, es una aplicación de lo más sencilla y muy eficaz, ya que tienes la posibilidad de mantenerte informado de todas las noticias, avisos y cursos que necesites en el momento y a sólo un click. ¿A qué esperas para descargártela?

# eatGIPUZKOA.com

Central de Reservas de Restaurantes



## NUEVA App

Descárgatela gratis



Los restaurantes de Gipuzkoa disponibles en un sólo click desde tu bolsillo

# Idiazabal gazta eta Arabako Errioxako ardoa sustatzeko astea

2016ko abenduaren 10 eta 18 artean, euskal produktuak nabarmentzeko egitasmo gastronomikoa burutu genuen Gipuzkoako 32 taberna eta jatetxean

**TOKIKO PRODUKTUA AZPIMARRATZEKO HELBURUAREKIN 'KALITATEA' PROIEKTUAREN BAITAN ANTOLATZEN DITUGUN EKIMENEN ARTEAN**, aste gastronomiko berria izan genuen 2016ko abenduaren 10 eta 18 bitartean.

Gipuzkoako 32 jatetxe eta tabernak parte hartu dute Arabako Errioxako ardoaren eta Idiazabal Gaztaren IV. astean. Horiek guztiek gaztarekin osatutako pintxo eta errazioak eskaini zituzten ardo kopekin batera.

Eusko Jaurlaritzako Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak eta Gipuzkoako Ostalaritza Elkar- teak babestutako ekimenari esker, gure lurraldeko artzainek landutako gazta ederrak eta Arabako hegoaldean lantzen diren ardo bikainak dastatu ahal izan zituzten milaka lagunek Gipuzkoako hainbat udalerritan, eta produktu horien gaineko informazioa zabaltzeaz arduratu ziren ostalariak.

Arabako Errioxako ardoaren eta Idiazabal gaztaren astearekin kolaboratu



**ABENDUAK 10-18 / ESTABLEZIMENDU PARTE-HARTZAILEAK:**

**ARRASATE:** Iamai Kafe / **AZKOITIA:** Laja / **AZPETIA:** Kiruri / **BEASAIN:** Kattalin / **DONOSTIA:** Apibón, Aratz, Duit, Elizalde, Victoria Café, Etxeberria, Errotaburu, Ezkurra, Gasteiz, Hidalgo 56, Kostalde, La Boule, La Venta de Curro, Labrit, Oquendo, Tiburcio, Txokolo, Ur Gain / **EIBAR:** Birjiñape, Kontent, Kultu / **IRUN:** Estebenea, Txakola / **LEZO:** Kaialde, Patxi Enea / **OIARTZUN:** Arizpe / **ZIZURKIL:** Izarra



Gure lurraldeko artzainek landutako gazta ederrak eta Arabako hegoaldean lantzen diren ardo bikainak dastatu ahal izan zituzten milaka lagunek Gipuzkoako hainbat udalerritan

Kalitatea proiektuaren barne dago Arabako Errioxako ardoaren eta Idiazabal gaztaren astea, gisa bereko ekimen gastronomikoekin batera

zuen Euskal Autonomia Erkidegoko eta Nafarroako Ixta ardi gaztaren ekoizleak eta artzainak biltzen dituen Artzai Gazta elkarteak, baita ABRA Arabako Errioxako Upeltegien Elkarteak ere. Horrez gain, gainerako egitasmoetan bezala, Gipuzkoako Foru Aldundia laguntzaile izan zen.

Ekimenean parte hartu zuten establezimenduak honakoak dira: Arrasaten, Iamai kafe; Azkoitian, Laja; Azpeitian, Kiruri; Beasainen, Kattalin; Donostian, Apitxin, Aratz, Elizalde, Victoria Café, Etxeberria, Errotaburu, Ezkurra, Gasteiz, Hidalgo 56, Kostalde, La Boule, La Venta de Curro, Labrit, Oquendo, Tiburcio, Txokolo, eta Ur Gain; Eibarren, Birjiñape, Kontent eta Kultu; Irunen, Estebenea eta Txakola; Lezon, Kaialde eta Patxi Enea; Oiartzunen Arizpe eta Zizurkil Izarra.

Kalitatea proiektuaren barne dago Arabako Errioxako ardoaren eta Idiazabal gaztaren astea, gisa bereko ekimen gastronomikoekin batera. 2016ko irailean, Sagardoaren eta Piparren IV. aste ospatu genuen eta maiatzaren 28tik ekainaren 5era bitartean, berriz, III. Txakolinaren, Antxoaren eta Hegaluzearen Astea. Bezeroen harrera ona ikusita, eraginkorrak iruditzen zaizkigu ekimen hauek, tokian tokiko produktuen balioa goraipatu eta kontsumoa sustatzeko aldera.



**Iñaki Illarramendi,** Txokolo erretegiaren arduraduna



## Bertako produktuak erabili behar ditugu gure ekoizle eta baserritarren lana azpimarratzeko”

Donostiako Txokolo erretegiak ‘Kalitatea’ proiektuan parte hartu du hasieratik, betidanik euskal elikagaien alde egin duen apustua indartzeko



### TRADIZIOZ BETERIKO USAIN ETA ZAPOREEK DUTE PROTAGONISMOA

**DONOSTIAKO** erdialdean kokatuta dagoen Txokolo erretegiak. Iñakik eta Mari Carmenek dute jatetxearen ardura duela 35 urte ireki zutenetik. Betiko euskal platerak topatuko ditu bertaratzen den bezeroak, tokiko eta garaiko produktuekin eginak, hori baita Txokoloren apustu nagusia: “sukaldean kalitate handiko euskal osagaiak erabiltzea”, jakinarazi digu Iñaki Illarramendik.

Bertako produktuek ez ezik, parrillak ematen die izatera berezia jatetxeko plateri. Izan ere, ikatzeko suaren bezeroekin prestatzen dituzte jaki gehienak: arrain, haragi eta barazkiak. Plater kuttunen artean, arrakasta handia

du, besteak beste, parrillan erretako bakailaoak.

Azkenburukoak ere mimo handiz lantzen dituztela diote. Postre guztiak etxean eginak dira, izozkiak izan ezik. Pantxineta, trufazko tarta, gazta tarta, mamizko tarta, arrosesnea, flana eta bestelako

proposamenak izango ditu bezeroak aukeran.

Igarako artzain bati erosten diote mamia egiteko esnea eta inguruko baserritarrei hartzen dizkiete barazkiak zuzenean. Tokiko eta kalitatezko produktua zaintzeko interes horrek eraman zituen Gipuzkoako Ostalaritza Elkartearen ‘Kalitatea’ proiektuarekin bat egitera. Lehenengo ekimeneetik hasita, ekintza guztietan parte hartzen jarraitu dute. Esate baterako, aste gastronomiko guztien aurkezpen bakar batean ere ez du hutsik egin Iñakik, ostalaritza-elkarteko zuzendaritza batzordeko kidea baita egun. Piparraren eta sagardoaren astean, Txakolinaren, antxoaren eta hegaluzaren astean eta Idiazabal gaztaren eta Arabako Errioxako ardoaren astean parte hartzen dute urtero.

Egitasmo horietara batuz, lehen sektoreari eta ostalaritzari bultzada emateko asmoa dutela jakinarazi digu Iñakik: “Bertako jeneroa erabili eta

saldu behar dugu ahal den guztietan, gure ekoizleen eta baserritarren lana azpimarratzeko. Hemengo elikagaien kalitatea, gainera, oso ona da orokorrean”.

Aste gastronomikoak tokiko produktuak nabarmentzeko lagungarriak direla uste du Txokolo erretegiak jabeak. Bere ustez, bertakoa zenbat eta gehiago ikusarazi, orduan eta gehiago ohituko da jendea tokikoa kontsumitzera eta eskatzera.

Bertako lehengaien erabilera zaporean eta kalitatean nabari dela dio Iñakik. “Hemen gauzak ondo egiten ari dira gaur egun. Adibidez, sagardoa eta txakolina ekoizteko moduan aurrerapen asko izan dira azken 15 urteotan, eta asko hobetu du horrek azken produktuaren kalitatea”.

### Gure karta

Euskal produktuen alde egiten duten apustu hori nabarmenagoa egiteko asmoa dute Txokolon. Hori dela eta, Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteak bultzatzen duen ‘Gure karta’ proiektuarekin ere bat egitea erabaki dute. Horren arabera, euren karta itxuraldatuko dute euskal elikagaien protagonismoa agerian uzteko. Karta, beti ere, sasoiatik sasoi aldatzen joango dira, orain arte egin duten bezala, garaian garaiko elikagaiak tokia egiteko.



### III. Sagardo Apurua Donostian

# XVI. mendeko tolare-baserria eta dozenaka jarduera, sagardo berriari ongi etorria egiteko

**GIPUZKOAKO SAGARDOGILEEN ELKARTEAK ANTOLATUTAKO III. SAGARDO APURUAK** edaria garraiatzeko eta dastatzeko modu tradizionala erakutsi zuen Donostian. Abenduaren 4tik 8ra, Gipuzkoako hiriburua sagardo zaleen topaleku bihurtu zuen Boulevard kalean eraikitako baserri-sagardotegi zaharrak. Litro mordoak kontsumitzeaz gain, bost eguneko jaialdira gerturatu zirenek sagardo eta pintxo dastatzeaz gozatzeko, bertsoak eta musika entzuteko, eta herri kirolean parte hartzeko aukera izan zuten, beste hainbat jardueren artean.

Kupelak lehenengoz ireki eta probatzeari deitzen ziztzaion 'apurua' garai batean, irekiera ofizialaren aurretik egiten zen dastatzeari. Zentzu horretan, Sagardogileen Elkarteak Olatz Mitxelena azaldu digun moduan, apuruan dastatzen dena sagardo bihurtzeko bidean dagoen muztio elaboratu berria da. Tradizionalki, irakin gabeko muztioa Donostiara garraiatzen zen eta, bertan, irakin eta garrastu egiten zen alkoholdu sagardo bilakatu arte. Donostiako apuruan, muztio hori dastatzeko aukera izateaz gain, ohiko botilako sagardoa edaten da batez ere.

Sagardoaren kultura jendeari zabaltzea eta garai bateko ohiturak jakitera ematea dira festaren helburu nagusiak. Mitxelena hitzetan, baserri-sagardotegi tradizionala



©Nagore Lejarreta



©Nagore Lejarreta

"exotikoa egiten zaigu hain 'urbanita' bihurtu garen garai honetan", baina Donostiako Alde Zaharrean 100 sagardotegitik gora zeuden garai batean. Sagardoak Gipuzkoako hiriburuan zuen garrantzia aintzat hartu nahian, aurtengo apuruak "Donostiari eta Urumeari aspaldian izan zuen indarra" aitortu nahi izan dio.

Horretarako, baserri zaharra eraikitzeaz gain, abenduaren 4an sagardo berria Uru-mean behera garraiatu zuen

Albaola Elkarteak, Petritegi eta Lizeaga sagardotegiekin elkarlanean, eraikitako 'ala' izeneko ontzi tradizionalan. Olatz Mitxelena azaltzen duen moduan, XV. eta XVII. mendeen bitartean sagardoaren ekoizpena kontrolatua eta babestua zegoen, eta produkzioa 'ala' batean garraiatzen zuten milaka baserri-tolare zeuden. Ohitura hori gogoratu nahi izan da beste behin ere, eta, kupelak 'ala'tik egurrezko garabi batean deskargatu ondoren,

Boulevardeko baserrira eramane ziren idi gainean.

Modu ikusgarri horretan hasi zen sagardo berriaren dastatzea, Mitxelena hitzetan iazkoa baino "askoz arrakastatsua" izan dena. Data ezberdina aukeratu izana eta Konstituzio plazatik Boulevardera egindako lekualdaketa ideia onak izan dira. Horri esker, emaitzak oso positiboak lortu dira, etekin ekonomikoari eta bertaratutako jende kopuruari dagokionez. Apuruak Sagardogile Elkartearen urte arrakastatsu eta emankorri amaiera polita eman dio. Izan ere, Donostiako eta Ordiziako sagardo festak antolatzeaz gain, elkartearen bitartez beste 88 sagardo egun eta 30 bat txerri boda egin dira 2016an.

#### Aurtengo uztia

Guztira 12,5 bat milioi litro sagardo egin dira Euskal Herrian 2016ko uztan, horietako 12 Gipuzkoan; %45 inguru izan da bertako sagarra eta gainerako %55 kanpotik ekarri da. Gipuzkoako Sagardogileen Elkartearen deskribapenaren arabera, "izaera handiko sagardoak dira orokorrean, gorputz eta estruktura handikoak eta oso usaintsuak". Sagardoa prest dago urtarrilaren 11an sagardotegiek Astigarragan egingo duten txotx irekierarako. Iaz 800.000 bisitari jaso zituzten Euskal Herriko sagardotegiek eta, elkartearen kalkuluen arabera, aurtenean antzeko bezero kopurua espero da.

Luis Mari Uranga, Xixario erretegia

“Gure Karta proiektuari esker, euskal produktu berriak eskaintzen hasi gara eta jendearen harrera oso ona izan da”



#### ORIOKO XIXARIO ERRETEGIAK GURE KARTA PROIEKTUAREKIN BAT

egin du euskal produktu eta edarien presentzia eta bereizketa sustatzeko. Gipuzkoako Ostalaritza elkarteak eta Eusko Jaurlaritzaren Nekazaritza Sailak bultzatutako proiektu berri hau 'Kalitatea' planaren barne dago, eta datozen hilabeteetan 100 establezimendutik gora proiektura batzea espero da. Momentuz, Kostalde, Txuleta, Katxiña eta Ziaboga jatetxeek parte hartu nahi izan dute ekimenean Xixario erretegiarekin batera.

Xixariok ez zuen zalan-tzarik egin eta Luis Mari Urangak argi ikusi zuen hasieratik Gure Karta proiektu polita zela, eta bertako produktua promozionatzeko eta euskal ardoak eta jakiak ezagutzera emateko aukera ona ere bazela. Izan ere, "hemengoak aurrena" izan beharko lukeela dio erretegiaren jabeak

euskal produktuen inguruan. Gauzak honela, ostalaritza-elkartearekin elkarlanean hasi zen Orioko jatetxea eta karta berritza erabaki zuen: "12 bat euskal produktu sartu genituen kartan, eta ardo eta elikagaietan jatorriari buruzko zehaztasunak gehitu genituen bezeroek bertako produktuak identifika ditzaten".

Jendeak proiektuarekin ikasteko aukera izango duela dio Luis Marik. Izan ere, jabeak berak aitortu duenez, karta berria sortzeko produktuen jatorriari buruz ikertu behar izan zuen eta hainbat ardo eta produktu nongoak ziren ikasi zuen orduan. "Batez ere ardoen kartan nabaritu da aldaketa", lehen Rioja izenpean sartzen baitzituzten Errioxako ardo guztiak, Arabar Errioxakoak barne. "Orain, ardoak upeltegien jatorriaren arabera antolatzen ditugu eta Arabako

eta Nafarroako ardoak besteengandik bereizita doaz". Bezeroek jakin-minez galde-tzen dute batzuetan, kanpoko jendeak nahiz bertakoak ez dakien informazio baliagarria eskaintzen baita Gure Karta proiektuari esker sortutako karta berrietan.

Batzuetan, bertako kontsumitzaile nahiz ostalari moduan, ez da jakiten produktua zehazki nondik datorren. Arazo hori ekiditeko modu ona eta turismoari erantzun egokia emateko aukera ezin hobea da proiektu hau. Azken udan, 120 herrialde ezberdinetako turistak jaso ditu Gipuzkoak. Turismoa areagotzen ari dela ukazina da, eta Gipuzkoako ostalaritza-sektoreak aukera paregabea du egoera honetan bere eragina zabaltzeko eta lurraldeko produktuak jakitera eman eta horien kontsumoa sustatzeko.

#### Kalitatea proiektua

Gipuzkoako Ostalaritza Elkartearen eta Eusko Jaurlaritzaren elkarlanetik sortutako 'Kalitatea' proiektuaren baitan dago Gure Karta egitasmoa. 2013an martxan jarritako Kalitatea programak 40 ekimen baino gehiago eraman ditu aurrera bertako produktuak sustatzeko helburuarekin: Sagardoaren eta piparraren asteak; Txakolinaren eta piparraren asteak; Idiazabal gaztaren eta Arabako Errioxako ardoaren asteak; Donostia Zinemaldiko Basque Country Gastronomiko Saria...

Xixario jatetxeak aste gastronomiko hauetan parte hartzen du ahal duen guztietan, batez ere erretegiaren espezialitatea, arraina, tartean dagoenean. Ekintza horiek oso harrera positiboa dutela eta bezero dezente promozionatutako produktuen bila gerturatzen direla dio Luis Marik. Horrela ez bada, jatetxetik aholku eman eta lurraldeko produktuak probatzera animatzen zaio bezeroari.

Kalitatea proiektuaren helburu nagusietakoa da Gipuzkoako ostalarien artean bertako kalitatezko produktuak sustatzea eta produktu horien kontsumoa goi-mailako gastronomiara soilik ez mugatzea, baizik eta taberna eta jate-txeen eskaintzan modu orokorrean erabiltzea.

**Cristina Iturriagagoitia**, directora de la oficina de 'Explore San Sebastian Region'

## “El sector turístico debe ayudar a vender San Sebastián como un destino amplio, abierto al territorio”

**CRISTINA ITURRIAGAGOITIA, DIRECTORA DE LA OFICINA DE 'EXPLORE SAN SEBASTIAN REGION'**, situada en el Boulevard de Donostia, se muestra satisfecha con el balance de los primeros seis meses desde la apertura de este punto de información sobre los atractivos turísticos de Gipuzkoa. Tras un intenso verano, el proyecto continúa con la búsqueda de colaboraciones con diversas entidades, como Hostelería Gipuzkoa. Los primeros datos apuntan a que en los primeros seis meses han pasado 55.000 personas por la oficina.

### ¿Se han cumplido las expectativas respecto al funcionamiento de la oficina turística de Gipuzkoa?

Sí. La oficina se abrió el 1 de julio y nos habíamos planteamos unas expectativas ambiciosas pero también realistas hasta fin de año. Sabíamos que la puesta en marcha y el rodaje de un servicio de estas características requeriría tiempo y mucha dedicación. Los tres primeros meses de verano nos centramos en preparar a las informadoras para dar respuesta a la demanda de los usuarios con la máxima calidad posible.

Informar sobre toda una provincia que comprende 88 municipios, y que reúne una gran variedad de recursos, rutas, accesos, productos tu-



rísticos, eventos de interés turístico, etc., conlleva un esfuerzo importante para hacer acopio del material adecuado, y estar listas para dar información eficaz y rigurosa. En este sentido, contamos con un equipo de personas sólidamente formadas, que atienden en 5 idiomas y son capaces de responder a las demandas de los usuarios. La oficina ha estado abierta todos los días desde su apertura, con horario ininterrumpido de 10:00 a 20:00 en los meses de verano, y en temporada baja cerrando al mediodía.

En otro plano diferente, estamos dando pasos para establecer relaciones de colaboración con diversos agentes.

Entre ellos, por supuesto, la Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa, a quien agradecemos la oportunidad de llegar a todos sus asociados y hacerles partícipes de nuestro proyecto. También estamos en contacto con entidades como Aspagi, Nekatur, la Escuela de Turismo de Deusto o el Centro I.E.S Zubiri Manteo.

Aunque todavía no hemos cerrado los datos del año, calculamos que en estos 6 primeros meses de vida pasarán por la oficina unas 55.000 personas. Nuestro objetivo ha sido mostrarles las diversas posibilidades que ofrece el conjunto de la provincia de Gipuzkoa para disfrutar de una estancia singular y memorable.

### ¿Además de San Sebastián, cuáles han sido las localizaciones o comarcas de Gipuzkoa que consideráis que han sido más demandadas en la Oficina de Turismo?

Al tomar nuestros datos, distinguimos por un lado las personas que llegan sin una idea clara de lo que quieren visitar, que representan el 45% de los que van a visitar la región. Por otro lado, las que tienen una idea bastante clara y traen una demanda más concreta, que representan otro 45%. Y los que piden información dirigida a realizar alguna actividad, independientemente de la zona, suman el 10% restante.

A los primeros les damos una visión general del territo-



rio sobre el mapa de la región. Entre los que vienen con una idea más concreta, se observa una mayor preferencia por las zonas costeras, sobre todo en los meses de verano. No podemos olvidar que en la costa tenemos localidades que desde hace mucho tiempo, más de cien años en algunos casos, gozan de una extraordinaria notoriedad y reputación turística.

El número de personas que pregunta por lugares en el interior de la región, aunque está por detrás de la costa, es muy relevante. Un 35% de las personas que solicita información sobre un lugar concreto del territorio fuera de la capital lo hace por las zonas de interior.

En algunos casos, la demanda de información o la sugerencia se centra no tanto en la zona o pueblo como en la visita a un recurso concreto: Balenciaga, Alabaola, Topic, Ekainberri, Oiaso, Arrikruz, Igartubeiti, Delikatuz, Arditurri... Otros temas acerca de los que nos consultan frecuentemente son los recorridos de senderismo, las rutas de bicicletas, el Camino de Santiago,... sobre todo en los meses más próximos al verano.

**¿Podrías avanzarnos algunas acciones de promoción que se prevén en la estrategia turística de 2017? ¿Se esperan cambios sustanciales respecto a 2016?**

Las acciones de promoción

general del turismo de San Sebastián Region se diseñan y gestionan desde la Dirección de Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa. Me gustaría comentar una iniciativa que se ha presentado públicamente hace unos días, y que considero muy importante para aumentar el conocimiento de la oficina y del territorio por parte de las personas profesionales del sector turístico de San Sebastián, y en general por la población donostiarra y guipuzcoana. Hay que tener en cuenta que entre los públicos objetivos de la oficina, el público donostiarra destaca por su interés. Queremos que las personas que viven en Donostia cuenten con nosotros y vengan a la oficina cuando quieran programar alguna salida o quieran enviar material promocional a la familia o amistades que viven fuera, etc.

Esta iniciativa consiste en presentar todas las comarcas a lo largo del año en la nueva oficina. Son 10 comarcas y cada una de ellas "desembarcará" en San Sebastián, una por mes, exceptuando julio y agosto, meses en los que no habrá presentaciones. La idea es que una semana de cada mes venga una comarca y tenga en la oficina su propio "Txoko" donde podrá mostrar todos sus atractivos, servicios, eventos, etc., etc. En el inicio de cada semana se prevé realizar una pequeña sesión de puertas abiertas e

invitar a la presentación tanto a vecinos de la ciudad como a profesionales del sector. Sin duda haremos llegar esta invitación a los socios de Hostelería Gipuzkoa, y nos encantará que nos acompañéis en estos actos de presentación.

También esperamos seguir realizando breves seminarios y presentaciones de la oferta del territorio a profesionales que tienen contacto directo con los turistas, y tienen sobre ellos gran ascendencia a la hora de recomendar o sugerir planes y visitas.

**¿Se ha logrado expandir la afluencia turística de San Sebastián a las demás localidades guipuzcoanas? ¿Cómo medís estos resultados?**

Es una realidad que los resultados del turismo en general son positivos, y eso facilita la expansión de los turistas desde la capital hacia el resto del territorio. Los datos son favorables en el conjunto de las comarcas. En estos momentos estamos preparando el balance del año y para ello tendremos información más precisa de las comarcas, pero por las primeras valoraciones que estamos recibiendo parece que los datos del año 2016 en todo el territorio van a ser positivos, de crecimiento. También está claro el incremento del viajero extranjero, y también hay datos positivos en los meses fuera de la temporada alta.

Por citar algunos ejemplos de los que tenemos datos, mencionaré el Geoparque de la Costa Vasca, donde han conocido un incremento del 48% en sus visitas guiadas; el Museo de Balenciaga sube un 12,5% mientras Alabaola y la Ermita de la Antigua han tenido incrementos en torno al 20%.

**¿Qué pedís al sector turístico (hoteles, restaurantes, recursos...) desde la oficina de turismo de cara a impulsar el desarrollo turístico del territorio?**

Les pediría que sigan trabajando con la profesionalidad que les caracteriza, y que nos ayuden a que el destino turístico de San Sebastián sea percibido como un destino amplio, abierto al territorio, y al que hay que dedicarle varios días. De esta manera contribuiremos a aumentar la estancia mínima. Aprovecho para comentar que estamos de enhorabuena, ya que hemos sobrepasado el límite de dos noches, lo que parecía una barrera difícil de franquear.

Me quedaría con esto: que recomienden la visita a diferentes lugares del territorio, y que cuenten con la oficina de San Sebastián Region para aclarar cualquier duda, solicitar información turística o enviar a sus clientes, a los que atenderemos con esmero y profesionalidad.

on egin



DECANO DE LA PRENSA GUIPUZCOANA [www.diariovasco.com](http://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, **en las**





## Donostia, munduko gazta onenen hiriburu

Nazioarteko gaztagile garrantzitsuenak Donostiako Kursalean elkartu ziren azaroaren, International Cheese Festival topaketan

### MUNDUKO GAZTA-AZOKARIK GARRANTZITSUENA, INTERNATIONAL CHEESE FESTIVAL, DONOSTIAN IZAN DA 2016AN.

Milaka bisitari eta profesional bertaratu ziren azaroaren 16 eta 18 bitartean Kursaal jauregira Artzai Gazta elkarteak, hainbat eragile pribatu eta publikoen babesarekin, antolatutako jaialdira. Bertan, munduko gazta onenaren saria eskuratzeko lehiatu ziren bost kontinenteetatik helduriko 31 herrialdeetako 3.061 gazta zati. 266 adituk Kraftkar izeneko gazta urdin norvegiarrari eman zioten lehen saria. Lehiaketaz gain, gaztaren ekoizpenari buruzko hitzaldiak, 38 erakusmahaietara bisita gidatuak, dastatzeak, aurkezpenak eta bestelako jarduerak burutu ziren hiru egunez.

Azokaren helburu nagusia da, nekazaritzaren garapena indartzearekin batera, artisau gaztarekin lotuta dauden ekoizpenak sustatzea. Izan ere, 1988an Birminghamen sortu zen gazta ekoizleen, adituen eta zaleen topaketa hau gazta-

gile txikiak nazioarteko merkatuetan hedatzeko xedearekin jaio zen. Horren adibide da 2016ko irabazlea, Gunnar Waagen gaztagilea, famili gaztandegi batean egindako produktua mundura zabaldu duena.

Gazta ekoizleek, teknikariek, erosleek, saltzaileek eta kritikari gastronomikoez osatu zuten sariak aukeratu zituen epaimahaia. Bigarren saria Menorcako Cala Blanc eta Extremadurako Cremositos del Zujar gaztek lortu zuten, eta hirugarrena, Cadizeko Ovaja Grazalameñak eta Italiako Gorgonzola dolcek. Markinako Santa Mañe eta Gabiriako Baztarrika gaztandegiek eskuratu zuten euskal gazta onenaren Artzai Gazta saria.

Ekoizleez gain, nazioarteko dastatzaile eta aditu, gazta zale, sukaldari eta hiritar ugari gerturatu ziren Kursaal jauregira; bi mila lagun inguru, hain zuzen, antolatzaileen iragarpenaren arabera. Ekoizle



Jaialdiaren helburu nagusia da artisau gaztarekin lotuta dauden ekoizpenak sustatzea.

artisauen lana sustatzen duten ekitaldietan parte hartu ahal izan zuten bertaratuak, eta aukera paregabea izan zen ekoizleen eta erosleen arteko loturak estutzeko eta, batez ere, kalitate goreneko munduko gazta onenaren zaporeaz gozatzeko.

266 adituk Kraftkar izeneko gazta urdin norvegiarrari eman zioten lehen saria



Munduko gazta onenaren saria eskuratzeko lehiatu ziren bost kontinenteetatik helduriko 3.061 gazta.



Perfil general del camarero en España y diferencias por establecimiento

VOLUMEN

Unos **800.000** son camareros **70%**

FORMACIÓN Y EXPERIENCIA



Perfil del camarero medio

- Hombre (65%)
- 38 años (El 76% tiene 18 – 45 años)
- Experimentado: 13,2 años
- Sin estudios específicos de hostelería
- Vive en pareja (57%) y tienen hijos
- 27% son inmigrantes



ACTITUDES Y MOTIVACIONES

No son camareros vocacionales, pero a la mayoría le gusta su trabajo.

- 81% Les gusta su trabajo.
- 69% Creen que pueden lograr el éxito en la hostelería si trabajan duro y desean crecer.

Son proactivos recomendando comidas y bebidas.

- 54% Recomiendan comida.
- 47% Recomiendan bebidas.
- Hacer buenas recomendaciones mejora sus propinas.

El contacto con el cliente es su fuente de satisfacción emocional.

- 85% Lo que más les gusta de su trabajo es el trato con el cliente.

INTERÉS POR LA FORMACIÓN Y EL APRENDIZAJE

No les entusiasma la formación, pero el 25% busca estar al tanto de la actualidad del sector y el 33% se consideran creativos e innovadores en su trabajo.



# Estudio "Camareros 2016"

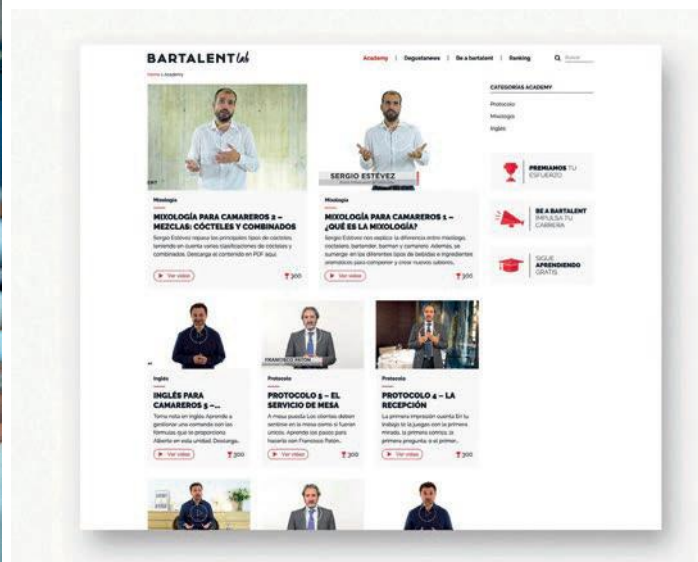
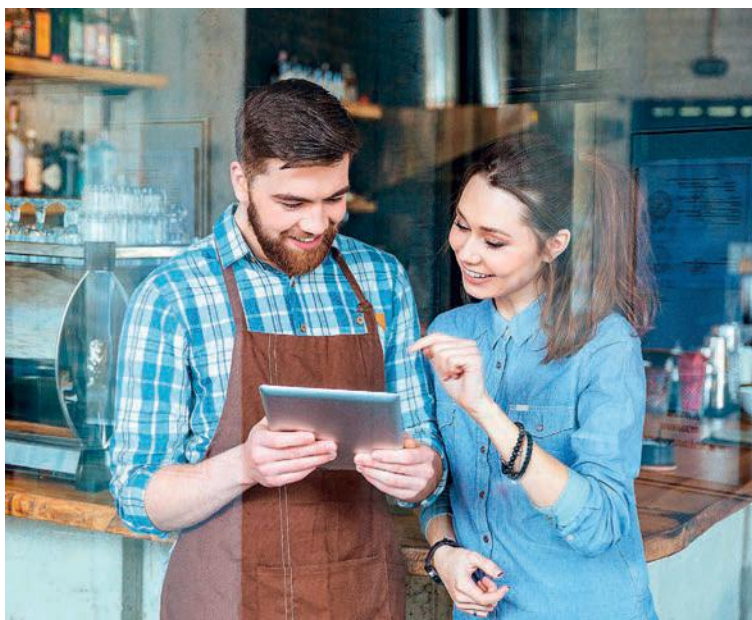
UN ESTUDIO REALIZADO POR ADHARA RESEARCH DURANTE ESTE AÑO REVELA DATOS muy interesantes sobre el perfil de los camareros en España. A través de 800 encuestas presenciales realizadas en Madrid (52%), Barcelona (26%), Bilbao (14%) y Sevilla (7%), se han analizado diferentes variantes que permiten aproximarse a la realidad de la profesión. Para situar mejor la muestra, los entrevistados pertenecían a los siguientes subsectores: cafetería/bar de tapas, 1%; restaurantes de menú, 25%; bar de copas/disco, 25% y restaurantes de carta, 19%.

Entre otras muchas conclusiones que se recogen en los cuadros de esta página, destaca que el perfil del camarero tipo en España es un hombre con una edad media de 38 años, con una experiencia en el sector de 13,2 años, que no tiene unos estudios específicos en hostelería, vive en pareja, tiene hijos y ha pasado por una media de 3,8 establecimientos a lo largo de su carrera. Esto supone una rotación entre establecimientos de 3,5 años.



INFOGRAFÍAS: Adhara Research

# Bartalent Lab, una comunidad 'online' por y para camareros



**DURANTE EL MES DE OCTUBRE SE PRESENTÓ EN EL BASQUE CULINARY CENTER** de Donostia el Bartalent Lab, una iniciativa pionera que se enmarca dentro del programa Camareros 2016 de Coca-Cola. Esta plataforma online está dirigida a los camareros e incluye contenidos elaborados por profesionales que conocen bien el sector y las necesidades de este colectivo. Los impulsores de la iniciativa pretenden crear un "laboratorio" en el que puedan inspirarse y encontrar información para mejorar su perfil profesional. Y al mismo tiempo pretende ofrecerles una vía de formación íntegra para progresar en su trabajo.

Los camareros que se den de alta en la comunidad tienen la posibilidad de obtener una formación integral sobre su profesión. Los contenidos se distribuyen en varias seccio-

nes, de forma que los usuarios puedan acceder de forma cómoda a los contenidos que mejor se adaptan a sus preferencias y necesidades. De esta forma, quienes lo desean pueden encontrar apoyo para ascender, reposicionarse en el mercado laboral o mejorar sus condiciones de trabajo. Y con la ventaja de que las nuevas tecnologías les permiten vencer limitaciones de tiempo y espacio y acceder más fácilmente a la formación.

Junto a la información especializada y las unidades didácticas, esta comunidad también incluye espacios de ocio y entretenimiento, aunque sin perder el objetivo de ir superando etapas del programa para así mejorar su perfil profesional. Los camareros que se den de alta en Bartalent Lab podrán, gracias a su evolución

y participación formativa, ir obteniendo puntos que, sumados, pueden otorgarle el reconocimiento como mejor Bartalent del mes y, al finalizar el año, participar en la elección de Bartalent del año en un evento organizado a tal efecto.

## Contenidos por secciones

Bartalent Lab cuenta con variados contenidos que se distribuyen en diferentes secciones, de manera que el camarero pueda optar por aquellos que mejor se adaptan a sus necesidades y preferencias. Una de estas secciones es Bartalent Academy, donde se ofrecen video-cursos que se complementan con contenidos descargables (sobre técnicas de servicio y negocio, protocolo, inglés para hostelería o turismo, entre otros temas) y un cuestionario tipo test, a través

del cual el participante podrá comprobar la adquisición de conocimientos y obtener puntos como Bartalent.

También se incluye en la plataforma la sección Degustanews, que recoge artículos de actualidad y de fácil lectura que permiten poner a punto conocimientos sobre el sector, como las posibilidades que ofrecen las redes sociales para potenciar el negocio, curiosidades, o tendencias sobre alimentación y bebidas, entre otros temas.

También es posible visitar el apartado Be a Bartalent, donde, entre otros contenidos de interés, se puede encontrar el decálogo Be a Bartalent, que recoge algunas de las características que debería tener todo profesional para convertirse en el perfecto camarero.

Para más información: [www.bartalentlab.com](http://www.bartalentlab.com)

# Nuevos asociados

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.



> ALKIZAKO OSTATUA, Bar Rte.	ALKIZA
> MUGA, Bar Rte.	ANDOAIN
> ARKUPE, Bar	BEASAIN
> AMUA, Bar	DONOSTIA
> ALBISTUR, Sagardotegia	DONOSTIA
> ARRIZUL CONGRESS, Hotel	DONOSTIA
> ATLETICO SAN SEBASTIAN, Bar	DONOSTIA
> BARTOLO, Bar	DONOSTIA
> IRIGOIEN, Casa Rural	DONOSTIA
> JUANITO KOJUA, Rte.	DONOSTIA
> JUBILADO NAO ETXEA, Bar Rte.	DONOSTIA
> LA GOLETA, Bar	DONOSTIA
> LEKU EDER, Hotel	DONOSTIA
> LEGAZPI DOCE, Pensión dos estrellas	DONOSTIA
> LEGAZPI DOCE ESTUDIOS, Apartamentos	DONOSTIA
> MIL CATAS, Bar Rte.	DONOSTIA
> PIN CHOP, Bar	DONOSTIA
> TXALANTA, Bar	DONOSTIA
> TXEPETXA, Bar	DONOSTIA
> HERRIKO ETXEA, Bar Rte.	HERNANI
> OSTATU HERNIALDE, Bar Rte.	HERNIALDE
> HORTZADAR, Bar	HONDARRIBIA
> DANON TXOKOA, Bar	IBARRA
> IÑAKI, Bar Rte.	IRUN
> IRURA, Cafetería	IRURA
> GOITI BEHERA, Bar	MUTRIKU
> SUNBLETZ, Bar	MUTRIKU
> MARITXU, Bar Rte.	PASAIA
> GURIA, Pensión Cafetería	URNIETA
> PAGOETA, Bar	ZARAUZ

## ARRIZUL CONGRESS, hotel



### Dirección

> Ronda, 3.  
20001 DONOSTIA  
Teléfono: 943 32 70 26

El hotel Arrizul Congress ha sido recientemente inaugurado, el 1 de diciembre de 2016. Se sitúa en un edificio construido a principios del siglo pasado, en el que se han combinado una decoración actual y moderna con las vidrieras originales que el edificio tenía y que han sido restauradas. Este hotel está enfocado, sobre todo, a los clientes que acuden al Kursaal, a los eventos que allí se celebran. De hecho, es el hotel de 4 estrellas más cercano al Palacio de Congresos, ubicado apenas a 150 metros. Asimismo, las estaciones de tren y de autobuses están a 200 metros de distancia.

Las familias también tienen cabida en este hotel, ya que de sus 46 habitaciones 3 son duplex familiares. Además, consta de 2 suites, de 5 habitaciones individuales y de 36 dobles. Todas las estancias cuentan con Wi-fi, televisión, caja fuerte, frigorífico y aire acondicionado, y los clientes de las suites pueden disfrutar también de la plataforma Netflix. El hotel dispone también de un pequeño gimnasio, de una sala de reuniones con capacidad para 20 personas y de parking privado de 22 plazas a 100 metros del hotel.

## ATLÉTICO SAN SEBASTIÁN, taberna

### Helbidea

> Kontxa pasealekua, 8.  
20007 DONOSTIA  
Telefona: 722 73 23 37



Donostiako Kontxa pasealekuan dagoen Atlético San Sebastián klubeko tabernak zazpi urte darama gerentzia berriarekin. Hondartzaren ondoan dagoenez, udan jende ugari gerturatzen da bertara mokadua egitera, eta ohiko bezeroak dira, halaber, klubeko kirol instalazioak erabiltzen dituzten pertsonak. Bertan, bazkaltzeko edo zerbait pikatzeko aukera anitz daude: errusiar entsalada, patata tortilla, entsaladak, plater konbinatuak, tripakiak, lekaleak eta barazkiak eskaintzen dituzte. Astelehenetik igandera dago irekita, 9:30etik 18:30era. Udan, berriz, 09:00etatik 21:00etara dago zabalik.

## IRURA, cafetería

### Dirección

> Atxupi plaza 1, bajo.  
20270 IRURA



El 19 enero de 2002 abrió las puertas la cafetería Irura, un establecimiento que se caracteriza por su ambiente y por su trato amable y familiar. La responsable del bar comenta que los clientes "se sienten aquí como en casa". La cafetería Irura dispone de una gran terraza en la que se puede disfrutar de un buen café y de la mejor compañía. Su horario es de martes a domingo de 10:00 a 00:00 horas. El lunes por la mañana permanece cerrado.

## IRIGOIEN, landetxea



### Helbidea

> Petritza bidea, 4, Zubieta auzoa.  
20004 DONOSTIA  
Telefona: 943 366 799

1740. urtean eraikitako baserri batean sortu zuten Irigoien landetxea eta, jada, 14 urte daramatza martxan. Etxeak bost gela ditu eta 17 pertsonentzat lekua, baita bilerak egiteko aretoak ere. Bertan ostatua hartu nahi izanez gero, landetxe osoa edo gelaka alokatzeko aukera dago. Etxe osoa erreserbatzen dutenek sukaldea erabil dezakete; eta bezero guztiak dute aukera jabeek prestatutako gosari, bazkari eta afariez gozatzeko. Plater tradizionalak prestatzen dituzte, tokiko eta garaian garaiko produktuekin. Gainera, bezeroen gustura egokitutako menuak osatzen saiatzen dira.

## MARITXU, bar restaurante



### Dirección

> Avda. Euskadi, 13, bajo.  
20110 PASAIA  
Teléfono: 943 399 062

El bar-restaurante Maritxu, que lleva abierto más de 25 años, tiene nuevos responsables desde hace unos meses. El establecimiento no ha sufrido ningún cambio y sigue caracterizándose por sus mariscadas. Ofrecen marisco fresco, cocido o a la parrilla, además de cochinillo y cordero asado por encargo. Los postres son caseros y destacan la tarta de queso, la pantxineta, el flan y la tarta de manzana. Es el lugar perfecto para poder disfrutar de una parrillada de marisco, así como de una amplia selección de pintxos fríos y calientes, entre los que triunfa el pulpo cocido. El Maritxu cuenta con una amplia terraza, abierta todo el año. Su horario es de lunes a sábado de 10:00 a 23:00 horas. El martes y domingo, en cambio, cierra por la tarde.

## MUGA, bar restaurante



### Dirección

> Zumea 1, bajo.  
20140 ANDOAIN

Este nuevo bar de Andoain abrió sus puertas a finales del año pasado. En esta establecimiento encontramos una amplia selección de tapas, ensaladas, hamburguesas, raciones y bocadillos. Además, ofrecen platos especiales como, por ejemplo, las carrilleras en salsa o los chipirones a la plancha. El producto con el que se elaboran los platos es local y de temporada, y los postres los hacen ellos mismos: arroz con leche, flan, yogur casero con frutos rojos y tarta de queso. El Muga es un establecimiento ideal para disfrutar de un buen desayuno, a base de zumo natural de naranja, bollería y tostada de pan con tomate y jamón, con aceite, o con mantequilla y mermelada. Además, los vegetarianos pueden probar su hamburguesa de tofu, así como los platos de pasta casera que sirven con distintas salsas de acompañamiento. El horario del establecimiento es de lunes a domingo de 8:00 a cierre en función del día de la semana. Los martes cierran por descanso semanal.

## PIN TXOP, taberna

### Helbidea

> ARCCO AMARA merkataritza zentroa - 4. lokala.  
20011 DONOSTIA  
Telefona: 667 56 31 03



Urriar berrireki zuten Pin Txop taberna, jabe eta itxura aldaketa egin ondoren. Arcco Amara merkataritza-gunean kokatuta dagoen establezimenduan gosariak, eguneko menuak, sandwichak, hanburbesak, plater konbinatuak, ogitartekoak eta anoak aurki ditzakegu. Postreak, gainera, etxean eginikoak dira: torradak, sagar-tarta, txokolatetzko tarta, natillak eta flana, besteak beste. Muskuiluak baporean etxeko berezitasunetako bat dira eta salta desberdinekin zerbitzatzen dituzte. Orduetegiari dagokionez, asteartetik ostegunera eta igandean 10:00etatik 23:30era irekitzen dute; ostiralean eta larunbatean, berriz, 10:00etatik 00:30era. Astelehenetan itxita dago.

## TXEPETXA, bar

### Helbidea

> Pescadería 5, behea.  
20003 DONOSTIA  
Telefona: 943 42 22 27



1972. urtean ireki zituen atea Donostiako Alde Zaharrean kokatuta dagoen Txepetxa tabernak. Bertan pintxo hotzak eta beroak aurki ditzakegu, baina etxeko plater bereziena antxoak marinatuak dira: ogi txigortuarekin eta 14 modu ezberdinetan prestatuta dastatzeko aukera dago. Euren ordutegia, asteazkenetik larunbatera, 12:00etatik 15:00etara eta 19:00etatik 23:00etara da. Igande arratsaldean, astelehenean egun osoz eta asteartean goizez itxita dago.

# tendencias

01

## CONCENTRADO DE TÉ INSTANTÁNEO PARA OLVIDARSE DE LAS BOLSITAS DE TÉ

Este nuevo producto es una solución para quienes disfrutan del té pero encuentran que su preparación es lenta y laboriosa. Se trata de No More Tea Bags (No más bolsas de té), un concentrado de esta bebida que se dispensa a través de un envase similar a un aerosol. Con el concentrado de té instantáneo, quienes desean disfrutar de esta infusión pueden olvidarse de las bolsitas de té y de los accesorios con los que se elabora el té que se compra a granel. Basta con introducir en la taza la cantidad deseada del preparado, añadir agua caliente y ya está listo para tomar. En la página web del nuevo producto se anuncia como un té normal pero mejorado, ya que los consumidores podrán controlar la intensidad de la bebida añadiendo más o menos producto. De momento, se comercializa sólo en Reino Unido desde el pasado mes de agosto, en un reducido número de tiendas, y se ofrecen tres variedades distintas: English breakfast, Earl Grey and Jasmine.

■■■info +: [www.nomoreteabags.com](http://www.nomoreteabags.com)



02

## AUTOSERVICIO DE CERVEZA DE BARRIL

Ha llegado al mercado el primer autoservicio de cerveza de barril con pago de tarjeta sin contacto incluido. Se trata de un sistema diseñado para agilizar el servicio en los bares londinenses y evitar las colas de espera. Tan sólo hay que seleccionar la cerveza a través de la pantalla táctil, pagar con la tarjeta de crédito sin contacto y sin necesidad de teclear un número secreto, y automáticamente se activa el grifo vertiendo la cerveza de barril en la jarra o vaso correspondiente.

De momento se trata de un prototipo, pero probablemente se empezará a introducir en los pubs y bares londinenses en breve. Parece ser que su desarrollo se basa en los resultados de una encuesta de la que se desprende que un 25% de los clientes se cansan de esperar a que se les sirva, algo que motivó a buscar una solución: un sistema práctico, rápido y efectivo como es este grifo de cerveza. Sus creadores explican que el grifo expendedor de cerveza se ha creado como complemento y ayuda a los camareros durante las horas de más trabajo.



03

## VINTAGE ESTILOKO EDALONTZIAK

Vintage edo retro estiloa boladan da oso, eta moda horrekin bat egin dute establezimendu ugari azken urteotan. Altzarietan eta detalle ugarietan antzeman daiteke look bereizgarri hori. Ildo horri jarraiki, Arcoroc markak Broadway izeneko edalontziak aurkeztu ditu, baita Eslake kolekzioa ere.

Broadway linea edalontzi zaharretan inspiratua dago, eta argiak efektu berezia sortzen du horietan islatzen denean.

Eskale kolekzioari dagokionez, edukiera desberdineko bost edalontzik osatzen dute eta erabilera anitz dituzte: aperitibak, koktelak, postreak eta abar. Gainera, bata besteraren gainean jarrita gorde ahal izateko diseinatuak daude.

Beira epelarekin eginak daude edalontziak eta, beraz, tratamendu horrekin egin ez direnak baino bost aldiz hauskaitzagoak izan daitezke. Kolpea jasotzen badute, beiraren kanpoaldeko geruza hausten da zati txikietan, zorroztasunik gabekoak. Horrela, bezeroaren segurtasuna bermatzen da.



# tendencias

04

## MANDOLINA BIDIRECCIONAL: CORTA TODO TIPO DE FRUTAS Y VERDURAS SIN ESFUERZO

Un nuevo producto pensado para facilitar la labor de quienes preparan muchos carpaccios en su restaurante, ensaladas, postres de fruta o platos a base de verdura. La mandolina bidireccional TAT corta rápidamente y sin esfuerzo todo tipo de frutas y verduras, en grosores desde 1,20 a 5 mm.

El secreto de esta simple y eficaz mandolina exprés de la casa francesa Louis Tellier es precisamente su bidireccionalidad: al cortar o rebanar en ambas direcciones, dobla la productividad. Esta mandolina o cortador manual construida en acero inoxidable y poliestireno corta todo tipo de frutas y verduras de manera muy eficiente, gracias a su cuchilla microdentada. Al disponer de mango y empujador, ofrece más comodidad y seguridad, lo cual facilita enormemente el trabajo de corte.

La firma Guerrero Claude distribuye esta mandolina profesional en España. Más información y pedidos en el teléfono 93 662 81 61.

■■■info +: email [info@guerreroclaude.com](mailto:info@guerreroclaude.com)



05

## STABLETABLE: KOLOKAN EGONGO EZ DIREN MAHAIK

Mahaia herren egon ez dadin jartzen ditugun paper eta mahai-zapiak ez ditugu gehiago erabili beharko Suedian sortu dituzten StableTable mahai autoegonkortzaileei esker. Nazioarteko sari ugari jaso dituzten mahai hauek edozein azalerara egokitzen dira, baita 25 mm-ko desnibela dagoen zoruetera ere.

Azken Hostelco azokan saritua izan den produktua egokia da bai establezimenduen barrualdean eta bai kanpoan erabiltzeko. Taula eraigarria dute ahalik eta espazio gutxien okupatuz gorde ahal izateko. Erdiko hankaren barruan ongi babestutako sistema mekaniko eskusibito bati esker lortzen dute egonkortasuna mahaiak, zoru lau nahiz irregularretan.

StableTable mahaietan interesa baduzu, [info@stabletable.se](mailto:info@stabletable.se) helbidera idatzi dezakezu.



06

## EL SERVILETERO QUE REDUCE EL GASTO DE SERVILLETAS

El servilletero Tork Xpressnap, de cuidado diseño atemporal, dispensa una servilleta cada vez, lo cual mejora la higiene y reduce el consumo en al menos un 25% en comparación con servilleteros tradicionales. De esta manera, se logra un ahorro en costes y de residuos.

Está pensado para bares y restaurantes de gran tráfico de clientes, como los de comida rápida, y resulta muy higiénico, pues el cliente sólo toca las servilletas que utiliza: el resto del paquete sigue totalmente protegido en el interior del dispensador. Además, el servilletero Tork Xpressnap se recarga fácil y rápidamente. Algunos modelos de la gama disponen de paneles transparentes personalizables que permiten incorporar la marca del establecimiento, la carta, imágenes de platos u ofertas.

Ahora Tork, marca de higiene global de la multinacional sueca SCA, lanza una nueva gama de servilletas de colores para este servilletero, destinada a mejorar la experiencia del cliente. Además del color blanco, las nuevas servilletas están disponibles en los colores burdeos, negro, lima, naranja y natural. Son servilletas premium de dos capas, perfectas para un servicio de comida y complementan la decoración del local.

¿Te interesa el servilletero de Tork y sus servilletas de colores? Puedes contactar con la empresa en el teléfono 91 657 84 00, o vía web.



Alhambra Reserva 1925 recomienda el consumo responsable. 6,4°



# Cervezas hechas sin prisa

Esta es una Reserva 1925, una creación de Cervezas Alhambra. Su sabor inconfundible, su aroma intenso y los detalles de su botella tallada despiertan los cinco sentidos, y son un homenaje a la labor de todos los que fundaron Cervezas Alhambra en 1925. Porque 90 años después, nosotros, igual que ellos, nos tomamos todo el tiempo necesario para hacer cada cerveza. Y por eso te invitamos a que tú te tomes tu tiempo para descubrirla con tus cinco sentidos.

PARAR MÁS. SENTIR MÁS.

# CERVEZAS ALHAMBRA

*Aquí,*

*café  
se dice  
Baqué*

**BAQUÉ**

• C a f é •

