



GIPUZKOA

HOSTELERÍA - OSTALARITZA

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

IV ETAPA Nº26 INVIERNO 2013

**Roke Arkizurekin
elkarrizketa,
Gipuzkoako Foru
Aldundiko Turismo
Zuzendaria**

**'Diálogos de
cocina', una cita
con la artesanía el
11 y 12 de marzo**



SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016



ERA DIGITAL

LA HOSTELERÍA,
ANTE EL RETO
DE LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS

Cursos 100% subvencionados para la hostelería gipuzkoana



Aniversario - Urteurrena

25 ANIVERSARIO

En colaboración con Hostelería Gipuzkoa, Grupo Cei pone a disposición de las empresas un amplio catálogo de cursos 100% subvencionados presenciales y en modalidad de teleformación.



Cursos Hostelería

- Manipulación de alimentos
- Appcc (Seguridad Alimentaria)
- Servicio de barra y sala
- Elaboración de platos
- Cocina creativa
- Gestión de costes
- Gestión del establecimiento
- Aplicación de la LOPD
- Herramientas informáticas
- Perfeccionamiento de Idiomas
- Trabajo en equipo
- Sistemas de Calidad
- Gestión de eventos
- Gestión de la Innovación
- Marketing y marca
- Redes Sociales

... y más



Próximos cursos 100% SUBVENCIONADOS

Nº	CURSO	Horas	Lugar	Inicio	Fin	Horario	Días
1	Certificación de la capacitación profesional de Manipulador de Alimentos de Mayor Riesgo	10	ASOCIACIÓN	08/04	17/04	16:00 a 18:30h	L-X
				09/04	18/04	09:00 a 11:30h	M-J
				02/05	14/05	09:00 a 11:30h	M-J
				06/05	15/05	16:00 a 18:30h	L-X
				03/06	12/06	16:00 a 18:30h	L-X
				04/06	13/06	09:00 a 11:30h	M-J
			Irún	02/05	14/05	16:00 a 18:30h	M-J
Tolosa	04/06	13/06	16:00 a 18:30h	M-J			
CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD				TITULACIÓN OFICIAL			
UF0057	Elaboración de platos combinados y aperitivos	60	Donostia (Sukaleku)	03/05/2013	26/06/2013	16:30-19:00	L-X-V
MF1048_2	Servicio de vinos	90	Asociación	08/04/2013	01/07/2013	09:30-12:00	L-X-V



EDITORIAL

ORDENANZA DE TERRAZAS... ¡MUCHO QUE MEJORAR!

La propuesta de ordenanza de terrazas que el comité técnico del ayuntamiento, presentaba al sector hostelero donostiarra la semana pasada, plantea una reducción considerable del espacio destinado a terrazas en nuestra ciudad. Se propone la desaparición de las terrazas de los soportales, el desmontaje de las estructuras estables (construidas), la supresión de las terrazas autorizadas al otro lado de la vía donde se ubica el local hostelero, la reducción del espacio actual de diferentes concesiones, la reducción del horario de apertura, la reducción de la temporada de primavera/verano de 7 a 4 meses, etc. etc. El argumento más empleado por el técnico municipal que expuso el borrador de ordenanza para justificar semejante desatino fue "la apropiación visual del espacio público" que suponen las terrazas.

Además de generar empleo, las terrazas son un elemento diferencial de la oferta turística de todo destino que se precie. Como estamos convencidos de ello, nos gustaría que alguien del equipo de técnicos responsable del borrador de ordenanza nos contestase a tres preguntas sencillas. 1.- ¿Ha habido algún representante de las áreas turística o de fomento de la economía de la ciudad en el comité que ha redactado la propuesta de ordenanza? 2.- ¿Ha diseñado el equipo municipal de gobierno algún plan de recolocación, o de readaptación laboral, para las decenas de empleos que se perderán en la hostelería si se aprueba la ordenanza de terrazas que se propone? 3.- ¿Van a cobrar el mismo sueldo a fin de mes los técnicos redactores de la ordenanza si, fruto de ella, se instalan -y cobran- menos terrazas en nuestra ciudad?

Mucho nos imaginamos la respuesta a estas preguntas. Y todo ello en una ciudad que acaba de aprobar, por unanimidad de los integrantes de su consejo, el plan estratégico de San Sebastián Turismo para la próxima década.

TERRAZEN ORDENANTZAK ASKO DU HOBETZEKO!

Gure hirian terrazak jartzeko espazioa nabarmenki gutxitzea planteatzen du joan den astean udal-batzorde teknikoak ostalaritza-sektore donostiarri aurkeztu dion ordenantza proposamenak. Arkupetako terrazen desagerraraztea, egitura iraunkorrak (eraikitakoak) desmuntatzea, kalearen bestaldean dauden terrazak kentzea, zenbait kontseziok duten espazioa murriztea, irekiera ordutegia murriztea, udaberri/udara denboraldia zazpi hilabetetik laura txikitzea, eta abar, eta abar. Horrelako zentzugabekeria justifikatu nahian, terrazak "bisualki, espazio publikoaz jabetzen" ari direla esan zuten. Horixe izan zen ordenantza zirriborroa azaldu zuen udal-teknikariak gehien erabili zuen argumentua.

Enplegua sortzeaz gainera, edozein hiriren eskaintza turistikoa elementu bereizgarria dira terrazak. Horretaz ziur gaudelako, ordenantza zirriborroa egin duen teknikari-taldeari honako hiru galdera errazak luzatu nahi dizkiogu. Ordenantza proposamen hau idatzi duen batzordean egon al da turismo arloko ordezkariak ala hiriaren ekonomiaren sustapen arlokorik? Proposatzen den terrazen ordenantza honek aurrera egingo balu, udal-taldeak diseinatu al du planik ostalaritzan lanpostua galduko duten guztientzat? Soldata bera kobratuko al dute ordenantza proposamena idatzi duten teknikariak ordenantza horren ondorioz gure hirian terraza gutxiago jarri eta kobratzen baldin badira?

Galdera hauei emango dizkieten erantzunak ondo imajinatzen ditugu. Kontseiluko kide guztien adostasunarekin, datorren hamarkadarako Donostia Turismoko plan estrategikoa onartu denean gertatu da hau hiri honetan.

SUMARIO

TE INTERESA SABER

- 04 > OPINIÓN - Mikel Ubarretxena, Presidente
- 06 > Nuevas tecnologías: un tren que espera al sector de la hostelería
- 16 > Balance: cierre del año 2012
- 18 > Entrevista con Roke Akizu, director de Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa
- 20 > El aeropuerto de Hondarribia, en la encrucijada

LA ASOCIACIÓN SE MUEVE

- 22 > La Carrera del Centenario, todo un éxito de participación y público
- 26 > Calendario festivo para 2013
- 27 > Nuevo servicio de auditoría energética
- 28 > Grupo Bokado y Mugaritz, premiados por la Federación Española de Hostelería (FEHR).
- 30 > Convocatoria para la Asamblea General Ordinaria de Hostelería Gipuzkoa
- 32 > Noticias breves

ACTUALIDAD

- 34 > Entrevista con Eva Salaberria, directora gerente de la Oficina para la Capitalidad de San Sebastián 2016
- 36 > La artesanía, protagonista en los 'Diálogos de Cocina'
- 38 > Noticias breves

EL RINCÓN DEL ASOCIADO

- 40 > Jakitea
- 42 > Nuevos asociados

TENDENCIAS

- 44 > Novedades que nos presenta el mercado

HOSTELEROS GIPUZCOANOS QUE TRIUNFAN FUERA

- 46 > Álex Múgica, del restaurante del Hotel La Perla de Pamplona



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: AM Información
Telf. 943 31 62 34 - Fax: 943 21 16 90 - am@ammedia.es
PUBLICIDAD: Rafa Márquez · Telf. 943 31 26 61 - rafa@ammedia.es
IMPRESIÓN: GANBOA Centro Gráfico



*Mikel
Ubarretxena
Pisón*

Presidente de Hostelería Gipuzkoa

"EN GIPUZKOA DURANTE LA CRISIS SE HA CERRADO UN 5% DE LOS NEGOCIOS HOSTELEROS. EN 2012 SE HAN DESTRUIDO 752 EMPLEOS"

"LA PROVINCIA VIVE LA PEOR FASE DE ESTA RECESIÓN"

"HOSTELERÍA GIPUZKOA VA A REDUCIR UN 3% EL COSTE DE SUS SERVICIOS AL ASOCIADO DURANTE 2013"

Un plan estratégico para un periodo de crisis

Cerramos el 2012 con un importante descenso del empleo en la hostelería de Gipuzkoa. El sector, que durante los primeros años de crisis económica había conseguido crear empleo pasando de 16.435 trabajadores en diciembre de 2008 a 17.850 en diciembre de 2011, ha destruido en 2012 un total de 752 puestos de trabajo, es decir, el 4,2% del empleo total.

También ha caído el número de establecimientos hosteleros abiertos al público. En los 5 años que llevamos de crisis, se han cerrado un total de 241 locales, un 5% del total existente a finales del año 2008. Los locales que, a duras penas, se mantienen abiertos, han visto como el volumen de su actividad se ha resentido considerablemente, con una bajada en la facturación global en el año 2012 cercana al 4,5%, con lo que la caída de la actividad del sector en los 5 años de crisis supera ya el 12%. Esta caída de facturación, en un sector donde los resultados eran ya de por sí muy limitados, ha provocado una drástica caída de los márgenes y la generalización de las pérdidas en el sector en estos dos últimos ejercicios.

Gipuzkoa vive, en estos momentos, la peor fase de la crisis económica, la llamada 'segunda crisis', es decir, la crisis derivada de los recortes producidos en las Administraciones Públicas como consecuencia del colapso de la crisis del ladrillo. Unos recortes del gasto público que afectan por igual a los salarios de los funcionarios, al gasto corriente, a las subvenciones, al tejido productivo, a las grandes obras de infraestructuras. Auguramos un año 2013 duro, demasiado largo, al

final del cual esperamos, todos, que se inicie una leve recuperación económica.

Ante esta expectativa de crisis generalizada, la Junta Directiva que presido aprobaba un Plan Estratégico a cuatro años que ponía el énfasis en dos actuaciones fundamentales. La primera, trabajar para mejorar la competitividad de nuestros locales y la segunda, ser proactivos en la venta de Gipuzkoa como destino turístico y colaborar, en unión al resto de instituciones del territorio, en la captación de visitantes y turistas.

Dentro del ámbito de la mejora de la competitividad, Hostelería Gipuzkoa ha practicado con el ejemplo y ha anunciado para 2013 la reducción del coste de sus servicios al asociado, en un 3%. Un gesto que supone una pequeña aportación por parte de la Asociación a la contención de costes en el sector y que se une a la consecución de un descuento generalizado del 1,5% para nuestros asociados en su compra anual de café (de la marca de nuestro patrocinador BAQUÉ). La reciente incorporación a nuestros servicios de una consultoría en ahorro energético y el cierre de una línea de financiación para las mejoras de nuestras terrazas con una entidad financiera de primer nivel, completan el cuadro de actuaciones de esta primera fase en apoyo a la mejora de la competitividad de nuestros establecimientos.

Por lo que respecta a la proactividad en la captación de turistas y visitantes, la decisión concuerda con la necesidad de animar nuestros establecimientos en un periodo en el que el consumo hostelero local está en caída libre. Gipuzkoa es un destino

turístico de primer nivel y sólo es necesario mejorar nuestras conexiones, invertir en comunicación y crear productos (experiencias) en el ámbito del turismo gastronómico, para asegurarnos el éxito y la fidelidad de quienes nos visiten.

Este reto, atraer turistas, se asume desde la Asociación en su doble vertiente -turismo profesional y turismo lúdico- y para alcanzarlo, nos hemos planteado trabajar en la promoción ante compañías aéreas (a fin de aumentar el tráfico en nuestro aeropuerto) y ante OPCs del conjunto del Estado. A esta tarea promocional, se une la necesidad de dinamizar el sector hostelero, haciéndole asumir el protagonismo en la creación de productos (experiencias) de turismo gastronómico, que aúnen esfuerzos de operadores turísticos, productores locales del sector primario y hosteleros. La hostelería guipuzcoana es la mejor embajadora de nuestra tierra en el mundo, y corresponde a nuestro sector el asumir el protagonismo del boom que el gastroturismo puede tener en nuestro pequeño país si sabemos hacer las cosas bien. Hostelería Gipuzkoa se compromete, con ideas y medios, a movilizar y dinamizar a la hostelería de las comarcas de Gipuzkoa en este campo de actuación.

Llegan tiempos difíciles para el sector y no queremos finalizar esta breve descripción de nuestro Plan Estratégico sin hacer una llamada de atención y una solicitud de ayuda a las instituciones públicas que nos gobiernan. La hostelería es, en Gipuzkoa, seña de identidad de nuestro territorio. Su buen hacer ha permitido que nuestras calles sean diferentes a las del resto del Estado. Hemos conseguido, durante años, frenar la llegada de franquicias y grupos hosteleros que son habituales -y, por desgracia, homogeneizantes- en otras ciudades del Estado. ¿Durante cuánto tiempo más podremos resistir? Hemos solicitado, a diferentes instituciones públicas ayuda para constituir, en nuestra Asociación, un servicio de consultoría de negocio que nos permita apoyar al hostelero tradicional guipuzcoano en su lucha ante estos grupos empresariales dotados de equipos de diseño, marketing, comunicación on-line, etc. La respuesta ha sido siempre negativa: no somos un sector económico, somos, simplemente, hosteleros...

Un nuevo espacio donde nuestros asociados podrán valorar a proveedores e instituciones por su comportamiento con el sector. Mándanos tus quejas o recomendaciones a comunicacion@hosteleriagipuzkoa.com
Desde la Asociación estamos encantados de escucharte.

EL TERMÓMETRO



SUBEN

vueling

Por su apoyo al turismo de Gipuzkoa, gracias a su nueva ruta vespertina

Mahou

Por su compromiso cultural con las terrazas de Gipuzkoa



BAJAN



Por la falta de sensibilidad demostrada con el sector en un momento especialmente duro para el mismo



REDES SOCIALES

Son unas herramientas tremendamente presentes en la sociedad actual. Son gratuitas y con una enorme capacidad de difusión y ayudan al negocio a llegar a una gran cantidad de potenciales clientes. Más que tiempo, requieren constancia, pero sus técnicas de empleo no son complejas y, además, siempre hay profesionales que pueden ayudar a su funcionamiento.



MOTOR DE RESERVAS

Hoy en día, cada vez más reservas se realizan por internet y se calcula que un establecimiento con página web pero sin motor de reservas pierde hasta un 40% de las posibles reservas. Por un euro al día, un establecimiento puede tener una herramienta propia de este tipo que, además, mejora la atención al cliente y elimina las comisiones a terceros.



COMERCIO VIRTUAL

Internet es un gran mundo por el que uno puede pasear y encontrar frente a él grandes escaparates virtuales en los que comprar, pero en los que también exponer nuestros productos. Son plataformas de comercio en los que el hostelero expone sus productos, rebajados o no, y se olvida de su promoción y mantenimiento, ya que otra empresa se ocupa de ello.



Un pa por la

La hostelería guipuzcoana no debe perder el tren de las nuevas tecnologías. Utilizarlas correctamente generará múltiples beneficios

LOS HOSTELEROS guipuzcoanos tienen la oportunidad de subirse a un tren que avanza a una velocidad vertiginosa y que, por ello, es mejor tomarlo cuanto antes. Porque las nuevas tecnologías suponen una gran oportunidad para cualquier negocio que, en caso de no utilizarlas, perderá muchos potenciales clientes. Si uno se preocupa de pintar las paredes, renovar el mobiliario o cambiar la carta... ¿por qué no preocuparnos de



SEO 'nube'

la imagen de nuestro bar, restaurante u hotel en la red?

Y es que lo primero que hay que señalar es que un negocio que está en internet es un negocio con una imagen moderna y que, además, llega a muchas más personas. La sociedad actual 'vive' en un mundo digital y, para muchos, lo que no aparece en internet no existe. Pero, además, las redes sociales tienen un efecto multiplicador del mensaje que hace que éste llegue a un número elevado de personas que pueden ser clientes nuestros en un futuro.

Merece la pena

Principalmente hay dos motivos que retraen al hostelero a la hora de dar el salto a las nuevas tecnologías: el dinero y el tiempo. Sin embargo, ninguno de ellas deberían ser obstáculo, ya que ni llevan tanto tiempo ni cuestan tanto dinero como uno

se piensa. Y, además, no deberíamos hablar de costes, sino de inversiones.

Cualquier minuto invertido en anunciar un evento en las redes sociales será provechoso. Tener un motor de reservas propio, trabajar con una pasarela de pago de cheques gastronómicos o poder cobrar mediante dispositivos móviles, por ejemplo, nos evitará el pago de comisiones a día de hoy asumidas con total naturalidad o nos permitirá fidelizar a nuestros clientes. Estar en una plataforma de comercio electrónico, por su parte, hará que nuestro producto esté expuesto en un inmenso escaparate virtual, mientras que el apoyo que ofrecen las nuevas tecnologías a la gestión de cualquier negocio hostelero permiten reducir costes y maximizar su rentabilidad.

Sin duda, subirse al tren de las nuevas tecnologías merece la pena.



PAGO A TRAVÉS DEL MÓVIL

Pagar a través de un dispositivo móvil tiene muchas ventajas. Por ejemplo, es más seguro que el pago tradicional con tarjeta de crédito y, además, es más rápido, por lo que evita colas. El sistema PayMet, además, incentiva las compras del cliente, a quien el establecimiento termina por fidelizar, y elimina las comisiones más habituales.



GESTIÓN INTEGRAL

TPVs táctiles, sistemas de gestión, control y punto de venta cada vez más completos y fiables... las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías a la hora de dirigir cualquier negocio hostelero se multiplican exponencialmente. Desde un mismo terminal es posible, en tiempo real, manejar una gran cantidad de información que permitirá reducir costes y aumentar la rentabilidad.



CHEQUES VIRTUALES

Existen alternativas a las tres principales empresas de cheques de empresa para consumir en los establecimientos. >Virus propone, por ejemplo, su E-wallet, una aplicación que evita los problemas, principalmente de altas comisiones, surgidos con los cheques gastronómicos. Las nuevas tecnologías, además, también ahorran tiempo y viajes al banco.





“LA PRESENCIA ONLINE DA VALOR AL NEGOCIO”

REDES SOCIALES

Facebook, Twitter, Youtube... No estar en las redes sociales es, hoy en día, sinónimo de no existir. Son herramientas gratuitas que únicamente nos exigen una atención constante

MONIKA TUBIA es Community Manager, consultora y formadora en Social Media. Como experta en redes sociales que es, defiende la necesidad que todos los negocios tienen de estar en el mundo digital.

¿Qué importancia tiene el mundo digital en nuestra sociedad?

Sólo hace falta echar un vistazo a nuestro alrededor para darnos cuenta de lo que hemos cambiado. Nuestro entorno ya no se comunica como antes, y nosotros tampoco lo hacemos. Hemos pasado del mundo offline a la era digital, diría yo que demasiado rápido, sin tener tiempo para adaptarnos, para adaptar nuestras costumbres y formas de hacer.

¿Cómo se puede apreciar esa transición?

Lo vemos por la calle: no miramos el paisaje, leemos una micropantalla porque nos estamos comunicando, trabajando, comprando, etc... Lo vemos en nuestras casas, en nuestra oficina, cómo cada día son más los que utilizan el medio digital para ‘vivir’ de una manera diferente. Es un cambio de actitud, una revolución cultural, que hace que nos tengamos que subir a este tren, para no quedarnos parados para siempre. Además, a nivel estatal, las estadísticas no



“Debemos subirnos a este tren para no quedarnos parados para siempre”

mienten y vemos cómo el 80% de los internautas utilizan a diario las redes sociales.

¿Es el momento para que la hostelería dé también ese paso?

Los clientes ya están ahí, sólo hace falta que nos vean. Y se hace de manera muy sencilla. Hemos de tener en cuenta que son herramientas gratuitas, con enorme alcance y que debemos utilizarlas para llegar a nuestros usuarios.

¿Qué utilidad pueden tener las redes sociales?

Nos permiten hablar con nuestros clientes, los que ya tenemos, y los que vendrán. Se trata de conversar, de saber qué buscan en mi negocio y de mostrarles qué ofrezco, que estén permanentemente informados sobre las novedades (menús, ofertas, eventos, promociones, etc...) y que podamos tener una comunicación fluida con ellos. Se trata de dar a nuestro negocio un valor, que es el de la presencia online.

Ya no elegimos sin antes consultar las redes sociales, los portales de opinión y valoración, así que si no estás ahí no existes para millones de usuarios.

¿Por dónde se puede empezar ese salto al mundo digital?

En primer lugar, hay que ‘enredar’ mucho. Aunque no tengamos el nivel adecuado, tenemos que mirar, ver qué es esto de las redes, cómo funcionan... Tenemos que creernos que debemos estar ahí, que es imprescindible posicionar mi negocio en las redes sociales como trampolín.

En segundo lugar tomar conciencia de que las redes sociales son herramientas que me van a permitir gestionar mi negocio de una manera diferente.

¿Tienen algún inconveniente las redes sociales?

Debemos tener presente que en las redes sociales hay que estar, porque nuestro negocio así lo requiere, y esto supone un trabajo constante. Una mala página en Facebook, comentarios sin responder, fotos antiguas... es como pretender captar nuevos clientes para tu bar sin haber realizado una reforma en 30 años. Para ello es bueno consultar a profesionales que te orienten, que conozcan el mercado y que nos dirijan.

+ INFO:

> 607 367 266
> monikatubia@gmail.com

MOTOR DE RESERVAS

¿Por qué acudir a otras páginas de reservas si podemos tener nuestra propia herramienta? No tener una forma de contratar una mesa que no sea el teléfono nos priva de hasta un 40% de comensales

"AHORRA TIEMPO Y CUESTA UN EURO AL DÍA"



THE MOVIE lleva desde el año 2000 desarrollando páginas y aplicaciones para internet. Es una empresa especializada en proveer de tecnología online al sector turístico. José Ignacio Torres, su director, presenta una de sus herramientas estrella: el motor de reservas.

¿Cuál es la predisposición del hostelero hacia las nuevas tecnologías?

Ha cambiado mucho en el último año y medio por la crisis y los movimientos de la competencia. Todos saben que deben tener presencia en internet y piensan en acciones por medio de la red. Con los smartphone ha cambiado la percepción de la gente hacia internet. Se ha pasado de un formulario de contacto que en muchos casos los hosteleros no miraban a un punto en el que todos quieren que entre más gente al restaurante a consumir.

Uno de los productos que ofrecen es el motor de reservas. ¿Por qué es necesario? Existen portales especializa-

dos en reservas online para restaurantes, pero la comisión es alta y cuando ven que funciona buscan una alternativa más barata. En su página web podrían dar ese servicio con un sistema a los que ellos saquen rendimiento pero no se beneficie otra empresa.

¿Se acaban las llamadas para reservas?

Hay un tipo de público al que le apetece hacer las cosas directamente desde internet. Con este motor de reservas ese teléfono está abierto 24 horas al día. En cualquier momento e idioma se puede formular esa reserva. Nuestro sistema, además, permite generar ofertas o menús. Nuestro motor de reservascuesta un euro al día (360 al año) y ahorra mucho tiempo. También tiene una versión para dispositivos móviles.

¿Por qué se ahorra tiempo? Si es un correo debes llamarle



"No hay problemas de idioma y la disponibilidad es en tiempo real"

o responder con una confirmación una vez consultada la disponibilidad, algo que con el sistema no sucede. Tampoco hay problemas de idiomas y la disponibilidad es en tiempo real. Si hay unas mesas en ese sistema, serán adjudicadas, lo mismo que si un día el establecimiento está cerrado o completo, no podrá reservarse la mesa, evitándose recibir llamadas o correos.

¿Puede darse el caso de que se duplique una reserva?

Es técnicamente imposible. El propietario, con cada reserva, recibe un mail, al igual que el cliente. A partir de ahí, si el cliente cancela una reserva, el sistema recupera el cupo de

plazas disponibles.

¿Qué le exige al hostelero?

Al propietario le supone una preparación inicial de los datos, algo muy sencillo pero que nosotros se lo hacemos gratis, y comprobar día a día qué reservas han entrado. También le exige, si un día tiene todo ocupado, bloquear las mesas. Pero, a cambio, le da la posibilidad de ser contratado 24 horas al día y le permite ofertar una serie de servicios complementarios muy interesantes. Se pueden ofertar menús o descuentos mediante la reserva web, pero también se puede mostrar la posibilidad de reservar, por ejemplo, un servicio de DJ para después de la cena o de payasos si es un cumpleaños. Puede haber tantas opciones como el propietario desee, ya que es un sistema muy personalizado.

+ INFO:

> 943 404 110
> www.themovie.es
> www.reservadealojamientos.com
> themovie@themovie.es

COMERCIO VIRTUAL

¿Por qué recurrir a páginas de descuentos o montar nuestra propia tienda virtual si podemos exhibir nuestros productos en otro escaparate? Eso nos propone Dedo Multimedia con su web tequeroandres.com

"ES UN ESCAPARATE SIN LOS COSTES DE UNA TIENDA ONLINE"

DEDO MULTIMEDIA es una empresa donostiarra que nació en 1996 y que en 2012 puso en marcha un portal de descuentos online, tequeroandres.com. Sin embargo, las cosas no funcionaron como pensaban y por ello, cambiaron el rumbo. "Pasado el verano, y dada la mala fama que entre los comerciantes han adquirido las páginas de descuentos, por sus comisiones agresivas, se convirtió en una plataforma de comercio electrónico", explica Gonzalo Perea, director gerente de la empresa.

La web está destinada a "quienes no tienen medios para la venta online, bien sea por conocimientos o inversión. Cualquiera puede acceder a esa plataforma, poner sus productos y esperar a las ventas. Nosotros nos ocupamos del posicionamiento, la promoción, el marketing, el uso de las redes sociales...", añade Perea. "Cada uno decide lo que quiere hacer. Se puede vender al precio normal, pero también hacer cual-

quier oferta, mostrando el precio inicial y el reducido. Nuestro modelo de negocio es el de comisión sobre la venta", explica.

Un buen nicho

En Dedo Multimedia se muestran convencidos de que en este escaparate virtual la hostelería tiene su hueco. "Creemos que hay un nicho importante porque en muchos casos el hostelero está un poco harto de las páginas de descuentos y también porque a un coste irrisorio (19 euros al mes) les permitimos tener toda una plataforma con su gestión de producto, altas, bajas... Todo un escaparate virtual sin costearse la tienda online ni tener que ocuparse de toda su promoción, una auténtica vorágine para el hostelero de la que nosotros nos encargamos", explica el director gerente de la empresa. En tequeroandres.com, además, se permite que haya enlaces a las páginas web de los establecimientos o si estos tienen su propio motor de reservas, que se hagan desde su web. "Esta-

"Sólo hay que acceder a la web y esperar las ventas. Nosotros nos ocupamos de su promoción"



mos abiertos a todas las posibilidades", afirma Perea, quien piensa que esta web "es mucho más que un directorio, va bastante más allá porque disponen de una plataforma muy completa y accesible económicamente para ellos".

Sencillo procedimiento

¿Cómo es el proceso de compra? Perea lo considera "muy similar al de cualquier proceso de compra de descuento: al cliente le llega un mail con un código para canjear y adquirir el producto, mientras que al hostelero le llega un correo advirtiéndole de que alguien ha realizado una compra. Desde febrero también tenemos una plataforma de aviso vía sms, lo que le resulta más sencillo. Además, tienen una intranet, una zona de acceso privada a nuestra web en la que puede ver cuáles han sido los productos más vistos, cuáles son las nuevas ofertas, qué es lo que más se vende...", enumera.

+ INFO:

> 943 431 537
> www.dedomultimedia.com
> contacto@dedomultimedia.com



ALTA GASTRONOMÍA



elcorteingles.es



Bodega, excelente. Frío de casa, excelente. Caviar, excelente. Salmón noruego y jamón ibérico de bellota, excelentes también. Como los quesos. Como todo: 4.000 exquisitos de aquí y de allá.

PAGO POR EL MÓVIL

"PayMet sabe que el mundo está cambiando y quiere ser parte de ese cambio". Así se presenta esta plataforma de marketing y fidelización sostenida por el pago móvil, el primer sistema de este tipo en el país

UNA FORMA DE VENDER, PROMOCIONAR Y FIDELIZAR



el dependiente visualiza la fotografía y el nombre del cliente en su sistema, lo selecciona e introduce la cantidad de la transacción. En ese momento, PayMet lanza la operación al banco y devuelve la respuesta al usuario y al comercio.

La aplicación se llama TPV-PayMet y está accesible para smartphones, PC o tablet. Únicamente requiere conexión a internet fija, wifi o 3G.

Fidelización

Pero PayMet pretende ir un paso más allá y ser también una plataforma de fidelización de clientes. Así, desde la primera visita se cuenta con un cheque regalo. El funcionamiento es muy sencillo: el comercio introduce en su perfil una determinada cantidad de euros y cuando el cliente la alcanza, obtiene un descuento por la cantidad que el comercio haya decidido. El cliente visualiza una barra que se va rellenando de color a medida que se acerca al umbral indicado por el comercio.

PayMet pretende ser también una plataforma publicitaria, ya que cuenta con una poderosa plataforma de promoción con la cual comunicará a toda la red de usuarios ofertas personalizadas por

edad, sexo, hábitos de compra... Se pueden crear en ella tantas ofertas y promociones como uno quiera al ser una plataforma de publicidad con una 'tarifa plana' sin límites.

Sin comisiones

PayMet es una aplicación completamente gratuita para el cliente, que únicamente tiene que crear su perfil y descargarse la aplicación antes de comenzar a usarla. Al comercio, por su parte, no se le cobra ni un coste fijo ni comisiones por transacción, sino que se le cobra el 1% del umbral cuando el cliente lo alcance dentro de un periodo de un año. Además, la cuota anual por la tarifa plana publicitaria es de 39 euros más los impuestos por sucursal al año.

En resumen, y a modo de conclusión, PayMet dará una imagen moderna al negocio, a la vez que agilizará el proceso de pago. También aportará soluciones de pago a unos clientes que el negocio fidelizará. Además, se reducirán los fraudes de identidad o repudios al tratarse de transacciones 100% seguras.

+ INFO:

> 917 136 874
> www.paymet.com
> business@paymet.com



PAYMET presentó hace algunas semanas en Donostia en una herramienta que, probablemente, marque un antes y un después en la forma de pagar en los establecimientos hosteleros.

Se trata de una plataforma que funciona de una manera muy sencilla. Si atendemos al punto de vista del usuario, éste debe crear un perfil en la página web www.paymet.com y descargar a su dispositivo móvil la aplicación de esta firma. Con ella, y con su geolocalización, la app le muestra al usuario los comercios más próximos en los que puede pagar mediante este sistema.

El usuario, además, de be

asignar una foto de perfil, crear un código PIN para pagar con ella, así como seleccionar una tarjeta que previamente ha sido vinculada a su perfil y autenticada por el banco emisor de la misma.

Poniéndonos en el otro lado, el del comercio o establecimiento hostelero, hay que señalar que, en el momento del pago,

Existe también la posibilidad de contratar una tarifa plana publicitaria

GESTIÓN INTEGRAL



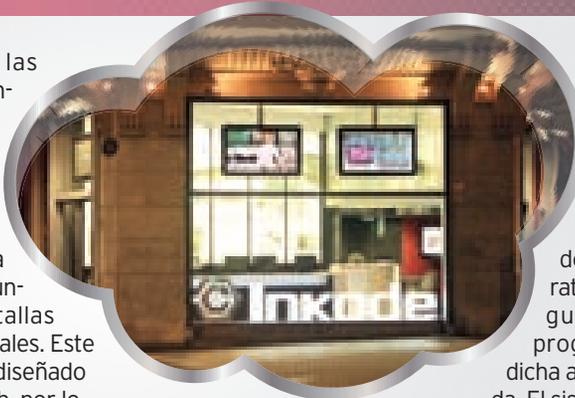
Unos buenos trabajadores, calidad de producto, servicio y nivel de gestión consiguen una empresa con rentabilidad y futuro. Y es aquí, en la rentabilidad y gestión, donde Inkode S.L. aporta su grano de arena

INKODE, S.L.
EMPRESA DE
SOFTWARE
PERSONALIZADO
PARA LA
HOSTELERÍA

INKODE S.L. es una empresa dedicada a la investigación y desarrollo (I+D) de herramientas informáticas y dispositivos electrónicos para la gestión, control en distintos sectores. En el de hostelería, la empresa ha desarrollado un potente herramienta de gestión, control y punto de venta. Esta herramienta tan visual permite la

fácil adaptación a las necesidades del cliente personalizándola.

Actualmente, Inkode S.L. está dedicada al desarrollo e implantación de un nuevo sistema para la gestión de puntos de venta y pantallas publicitarias para locales. Este nuevo sistema está diseñado sobre tecnología web, por lo que le ofrece en todo momento acceso a su aplicación y por lo tanto a la gestión de su negocio desde cualquier punto con conexión a internet (tablet, teléfono móvil, ordenador...) pudiendo consultar o realizar cualquier cambio como si estu-



que las utilizará desde el primer momento evitando así complicadas interfaces y cursillos.

Otra particularidad es la 'no dependencia de sistema operativo', con lo que se asegura el futuro, la progresión y mejora de dicha aplicación personalizada. El sistema puede ser adaptado también al Terminal del Punto de Venta que actualmente se disponga.

Inkode S.L. ofrece la posibilidad de probar su herramienta a través de su página web. Atienden a distribuidores a nivel nacional.

viera en su propio local o negocio y sin tener que instalar ninguna aplicación adicional, ni pagar cuotas.

Estas aplicaciones están diseñadas poniendo especial atención a un fácil uso y al carácter intuitivo, de forma

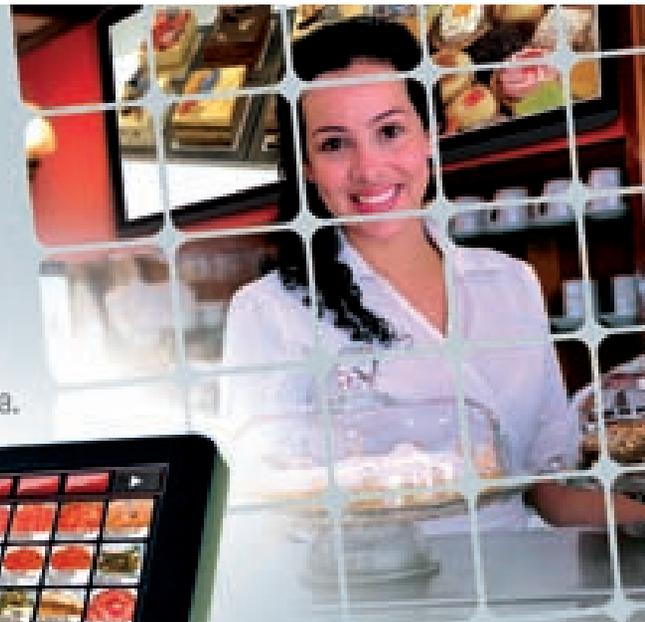


El límite lo pone tu imaginación

Toda la gestión de tu negocio en un software único.

- ✓ Acceso directo a tu negocio desde cualquier sitio del planeta a cualquier hora.
- ✓ Ofrecemos el desarrollo del programa que necesites.
- ✓ Totalmente personalizado.
- ✓ Con servicio de mantenimiento.
- ✓ Sin cuotas de licencia.
- ✓ Precios competitivos.
- ✓ Cubrimos todas las necesidades.

Tan intuitivo que empezarás a usarlo desde el primer instante.



GESTIONA TU MISMO Y DALE DINAMISMO A TUS CONTENIDOS PUBLICITARIOS EN LAS PANTALLAS TPV

Inkode

SISTEMAS Y PUNTOS DE VENTA
Miracruz 27 (esquina con Gran Vía)
Donostia - San Sebastián
inkode@gmail.com
Tel. 902 050 009

GESTIÓN INTEGRAL



En Asisman cuentan con más de 12 años de experiencia en el sector hostelero, ofreciendo las mejores soluciones de gestión para cada negocio. Son especialistas en software de gestión y TPVs táctiles.

ASISMAN: UNA SOLUCIÓN PARA CADA TIPO DE NEGOCIO

ASISMAN, EMPRESA GUIPUZCOANA ubicada en Oiartzun con más de 20 años de experiencia en el mundo de la informática, suma 12 especializado en el sector hostelero, ofreciendo soluciones tecnológicas para hoteles, restaurantes y comercios adaptadas a cada tipo de negocio. Aunque gran parte de su negocio está centrado en la hostelería, grandes marcas de otros sectores como Levi's, Adidas, Nike,

Adolfo Domínguez o Swarovski también usan su sistema de gestión.

Asisman está especializado en software de gestión y TPVs táctiles, y es Master Provider (distribuidor altamente calificado y con imagen corporativa) del Grupo ICG Software, presente en una gran cantidad de países y

toda una referencia en su sector, ya que la inversión de gran parte de sus beneficios en I+D le permite innovar constantemente.

La gran ventaja que ofrecen las soluciones tecnológicas comercializadas por Asisman es que, al controlar la producción tanto del software como del hardware, se logra contar con un producto integral, lo que se traduce en un mejor comportamiento interno. En este sentido cabe destacar que Asisman se posiciona como un proveedor de sistemas de gama media-

alta, destinado a un cliente que busca las soluciones más avanzadas del mercado. Esto no quiere decir que sean la más caras, ya que la relación calidad-precio con respecto a otros productos de la competencia es mucho mayor.

Uno de los productos estrella comercializados por Asisman es **CashDro**, un sistema de cobro inteligente que facilita enormemente el cobro al cliente en el día a día y el cierre de caja. Disponible en tres modelos enfocados para tipos de negocio diferentes, es un sistema más seguro que evita el acceso directo al dinero, descuadres de caja y errores en el cambio.



CHEQUES VIRTUALES

El pago por móvil siempre ha sido un negocio financiero en el que han intervenido bancos y operadoras. Con E-wallet Restaurant, será un servicio gratuito y atractivo

"SE AHORRA EN COMISIONES, PERO TAMBIÉN EN RECURSOS HUMANOS"

>VIRUS es una pasarela de pago creada en 2009 y pensada desde el usuario, un pay-pal aplicado al móvil, con un identificador que es el número de la tarjeta SIM y que puede trabajar con todos los operadores, todos los bancos y que no penaliza al usuario.

Dentro de >Virus existen varias aplicaciones y, una de ellas, es E-wallet Restaurant,



una especie de cheque gastronómico virtual. Aitor Aristegui, CEO de >Virus, explica su funcionamiento: "El cliente nos manda la orden de pago y nosotros la cargamos al banco, saltándonos las tarjetas y cargándolo de manera directa al banco, como hace iTunes, por ejemplo".

Aristegui reconoce que "queremos dar un servicio diferente, sin comisiones de mantenimiento o uso, sin porcentajes extraños. No es nuestra filosofía. Visitando a hosteleros me transmitieron su necesidad de que creásemos una aplicación que les diese una solución a sus problemas con los cheques gastronómicos. Tienen que con-

tarlos, llevarlos al banco... Dedicar recursos humanos a ello y con comisiones muy altas". ¿Cómo solucionarlo?

"Adaptamos parte de la pasarela de pago para crear una nueva sin tener que contar el número de cheques, llevarlos al banco y el porcentaje que se le paga al hostelero es un 80% más barato que cualquier cheque gourmet", responde.

El concepto es el mismo. "La pasarela manda a la empresa un documento y nosotros mandamos al móvil de cada empleado esos cheques virtuales



para que con su móvil pague en los restaurantes asociados. Esa noche, el restaurante vuelca a su cuenta habitual todos los cheques recibidos por E-wallet Restaurant sin necesidad de ir al banco", resume Aristegui.

+ INFO:

> 916 237 300
> www.ewalletrestaurant.com
> info@ewalletrestaurant.com

CashDro



Protegido
con CashDro

la caja que siempre cuadra

Sistema de cobro inteligente / Cuadre de caja garantizado
¿Estás preocupado por el efectivo de tu negocio cuándo tú no estás?
¿Estás cansado de que la caja nunca cuadre?

Con CashDro el efectivo siempre está seguro
Sin acceso al efectivo una vez introducido, evita posibles hurtos y errores en el cambio. Detecta monedas y billetes falsos.
Evita tener que contar el efectivo al principio y al final del día, ahorrando tiempo y errores en el cierre de caja

CashDro está disponible en 3 modelos:



CashDro Para pequeños establecimientos

- Se introducen las monedas una a una así como los billetes.
- Capacidad para **580** billetes y **1500** monedas.
- Acepta billetes de 5€ hasta 500€ y monedas de 2ct hasta 2€.
- Detecta tanto monedas como billetes falsos.



CashDro2 Para todo tipo de negocios

- Introducción rápida de monedas en una tolva, introducción de billetes de uno en uno.
- Capacidad para **1080** billetes y **1500** monedas.
- Acepta billetes de 5€ hasta 500€ y monedas de 2ct hasta 2€.
- Detecta tanto monedas como billetes falsos.



CashDro4 Para establecimientos de alta rotación

- Introducción rápida de monedas en una tolva, introducción de billetes de uno en uno.
- Devolución rápida de billetes en fajos.
- Capacidad para **1300** billetes y **1500** monedas.
- Acepta billetes de 5€ hasta 500€ y monedas de 2ct hasta 2€.
- Detecta tanto monedas como billetes falsos.

CashDro

Más información:

www.cashdro.es
comercial@cashdro.com

AsisMan
Master Provider ICG

Especialistas en TPV Táctil
para Comercio,
Hostelería y Empresa

Desde 1990 a tu servicio!

Astigarregako Bidea, 2, 3ª Pl. Ofic. 19
20180 Oiarzun Gipuzkoa
Tels. **943 490 710 - 608 527 515**
www.asisman.com

La actividad de la hostelería guipuzcoana se ha visto muy resentida en el último cuatrimestre del año 2012 y los datos de cierre del ejercicio hacen presagiar un 2013 realmente difícil para el sector

Año 2012: unos datos poco esperanzadores

SE HA DESTRUIDO EMPLEO a lo largo del ejercicio y 2012 cierra con 752 trabajadores menos en la hostelería de Gipuzkoa, lo que representa un 4,2% del empleo del sector destruido. La Hostelería había podido mantener el empleo durante los primeros años de crisis pero, como se observa en el cuadro adjunto, esa tendencia se empezó a romper ya en el año 2011 y ha sido el año 2012 el que finalmente ha confirmado la tendencia descendente padecida ya en otras zonas del Estado.

A diferencia de otros ejercicios, en donde la costa aguantaba mejor el empleo que el interior del territorio, en 2012 la caída ha sido generalizada en todo Gipuzkoa. El personal fijo en el sector sigue superando en 80% de la plantilla media, aunque los trabajadores eventuales ganan terreno ligeramente. (Pasan a representar el 19% del total de trabajadores, frente al 17,54% de 2011).

Las cifras tampoco mejoran en cuanto a número de establecimientos hosteleros abiertos a final de año, ya que esta vuelve a caer. En los 5 años que llevamos de crisis, se han cerrado un total de 241 locales, un 5% del total existente a finales del año 2008. Hoy hay en Gipuzkoa 4.502 establecimientos abiertos, lejos de los 5.443 locales que llegó a haber en el año 1998.

Se cierran, fundamentalmente, locales pequeños, de corte familiar, sin relevo generacional y se abren espacios de tamaño medio que responden, en

muchas ocasiones a fórmulas de franquicia o que pertenecen a grupos empresariales multinacionales.

El tercer dato que queremos destacar en la importante bajada en la actividad hostelera en general, en lo que a cifra de negocio se refiere. Los datos que aportaba la Federación Española de Hostelería (bajada de 5,7% del volumen de facturación del sector hostelero sin contar hoteles) superaban los que reflejan la actividad de nuestro territorio, con una caída media del 4,5% de cifra de negocio.

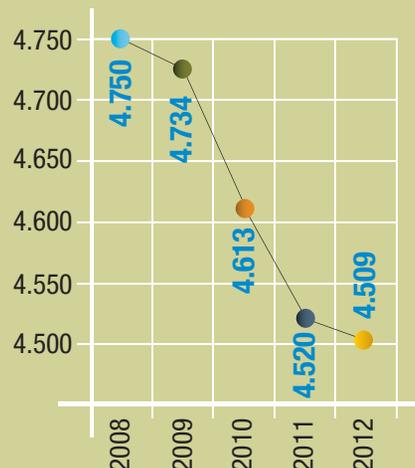
Bajada de los márgenes

Como ocurre con el empleo, la bajada de la facturación ha sido similar en la costa y en el interior de la provincia. Por subsectores, el área de restaurantes y bares restaurantes cae (-5,2%) e n mayor medida que el área de cafeterías y pubs (-2,6%). Esta caída moderada de las cifras de facturación, que se produce sobre unas cuentas de resultados ya al límite, han tenido como consecuencia una importante bajada de los márgenes de explotación de nuestros locales que, en la mayoría de los casos, cierran el año 2012 con pérdidas.

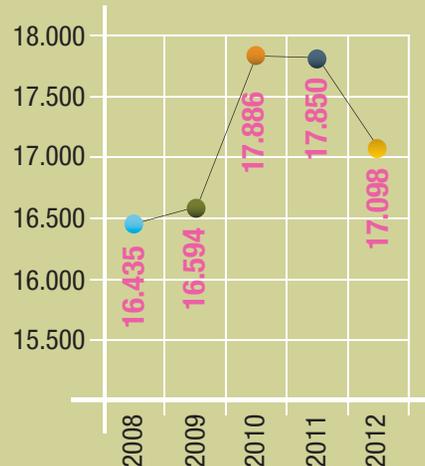
El año 2013 no parece mucho mejor que el ya finalizado 2012. En esta situación, toca a la hostelería ajustar al máximo los costes, ser proactivos en la captación de turistas y visitantes y esperar a la recuperación global de la economía que traiga consigo un aumento del consumo de las familias.

EVOLUCIÓN DE LA CRISIS EN GIPUZKOA | 2008-2012

Nº DE ESTABLECIMIENTOS HOSTELEROS



Nº DE TRABAJADORES EN HOSTELERÍA



FUENTE: EUSTAT



PENSAMOS EN TU NEGOCIO ZURE NEGOZIOAN PENTSATZEN DUGU

Ofrecemos soluciones adaptadas a cada establecimiento
y momento de consumo.

Ostalaritza espazio eta kontsumo une bakoitzerako
irtenbideak ditugu.

TE ASESORAMOS Y FORMAMOS

Ofrecemos **Formación** para garantizar
la más alta calidad de cada taza

Contamos con un
Servicio de Asistencia Técnica propio

Nuestro equipo comercial y técnico
ofrecen la mejor

Atención Personalizada

FORMAZIOA ETA AHOLKUA ESKEINTZEN DIZUGU

Kafe bakoitzean goi mailako kalitatea
bermatzeko **Formakuntza** eskaintzen dugu.

Asistentzi Tekniko pertsonala daukagu.

Gure ekipo komertzialak

Atentzio Pertsonalizatua eskeiniko dizu.

SOLICITA INFORMACIÓN / INFORMAZIO GEHIAGO

946 21 56 10

baque.com

ROKE AKIZU,
GIPIZKOAKO
FORU ALDUNDIKO
TURISMO
ZUZENDARIAREN
USTEZ, "GIPIZKOAK
ETA EUSKADIK,
OROKORREAN,
BESTE HAINBAT
JOMUGA TURISTIKOK
ESKAITZEN
EZ DUTENA
ESKAITZEN DUTE;
BENETAKOTASUNA"



Roke Akizu, Donostian,
pintxo bat dastatzeko
prest.

“Orokorrean, Gipuzkoak ez dio hutsik egiten bisitariari”

TURISMO KONTUETAN ez gaude gaizki. Hori uste du behintzat Roke Akizuk, Gipuzkoako Foru Aldundiko Turismo zuzendariak. Baikor azaldu da bisitariari eskaintzeko gauza asko ditugulako.

Turista gehiago ala gutxiago izan ditu Gipuzkoak 2012an zehar?

2012a urte bikaina izan da eta ostaturen batean gaua eman duen bisitarien kopurua milioi batean mantentzeko 2011n hasi zen joera sendotu egin da. Eustaten estatistikaren arabera,

827.000 izan ziren hotel eta nekazalturismoetan ostatu hartu zutenak baina zifra horri kanpinen, apartamentuen eta beste ostaturen aldeko apustua egin zutenen kopurua gehitu behar zaie. Ger o eta jende gehiagok egiten du mota horretako ostaturen hautua eta Eustaten inkestak ez ditu datu horiek biltzen. Beraz, hanka sartzeko beldurrik gabe esan dezakegu gure lurraldean milioi bat pertsonak baino gehiagok pasa zutela gauren bat.

Egia al da geroz eta jende gutxiago datorrela espainiar

estatutik eta geroz eta gehiagorik, aldiz, nazioartetik?

Bai. Estatuko jatorria duten turistak kopuruak behera egin du 2012an, baina beherakada hori otsaileko, apirilko eta uztaileko eguraldi txarrari egotzi behar zaio. Hotz eta e uriteen marka guztiak hautsi ziren. Estatuko turistak eguraldi iragarpenen zain egoten dira eta elurteekin, izozteekin eta euriteekin ez etortzeko erabakia hartzen dute, normalean den bezala.

Dena den, urteko azken bost hilabeteetan buelta eman diogu eta marka guztiak hautsi

zituena 2011 urtearen pare jarri gara estatuko turistak kopurua dagokionean. Aldiz, Arabak eta Bizkaiak %9ko eta %2ko jaitsierak jasan dituzte, hurrenez hurren.

Horrek esan nahi du, Estatua- ren egoera ekonomikoa larria izan arren, turismo mota horrentzat erakargarri izaten jarraitzen dugula.

Eta nazioartetik?

Nazioarteko turismoaren portarea ezin hobea izaten ari da. 2012an inoiz baino turista gehiagorik etorri da atzeretik. Eta azken bost hilabeteetako hazkundea %10 baino handiagoa izan da. Eusko Jaurlaritzako turismo arduradun berriak eta Aldundia bat gatzoz gure mugetatik kanpo promozio ekintzak garatu behar direla eta marka propio bat sortu behar dela esaterakoan, Espainia markari lotua egongo ez dena, orain arte bezala.

Kanpoan egiten diren promozioek emaitzak ematen dituzte. Hori frogatzen duena da, ondokoa. Aldundiak azaroan informazioa banatu zuen Bordelen



“Nazioarteko turismoaren portaera ezin hobea ari da izaten. 2012an inoiz baino turista gehiago etorri da atzeritik”

“Gipuzkoako edozein puntutan ondo jaten dela da garrantzitsua; kalitate handiko ostalaritza daukagu”

eta, abenduan, turista frantziarren kopuruak %20a egin zuen gora.

Zeintzuk dira aurreikuspenak 2013ari begira?

Aurreikuspenak oso onak dira. Egoera hobea batetik abiatuko gara. Arlo honen eskuduntzen jabe den Eusko Jaurlaritzako turismo kudeatzaileak aldatu egin dira eta lehen harremanen ostean, komunean hainbat puntu ditugula ikusi dugu. Gipuzkoako turismo sektore guztiak dakien moduan, Turismo Euskal Agentzia den Basquetourrek, a halegin berezia egin du beste hainbat jomugaren promozioan.

Egoitza Bilbon duen agentzia honetako arduradunak bizkaitarrak dira eta Bizkaiaren promozioa modu berezian egin dute. Eusko Jaurlaritzako arduradun berriek ikuspegi globalagoa daukate. Euskadi erreferentzia bezala hartzen dute eta parekideagoak izango direla uste dugu lurraldeen promozioa egi-terakoan eta bisitari en arreta benetan deituko duten gauzak

azpimarratzerakoan. Eta garbi dago Gipuzkoak asko duela erakusteko eskaintza globalaren barruan.

Zergatik uste duzu etortzen direla turistak Gipuzkoara? Zergatik erakartzen ditugu?

Gipuzkoak eta Euskadi, orokorrean, beste hainbat jomuga turistikok eskaintzen ez dutena eskaintzen dute; benetakotasa. Eta gero eta gehiago dira jatetxe eta kaleetan turistak soilik ikusten diren turismo gune masifikatuetatik ihes egiten duten pertsonak. Gipuzkoan, tabernetan bertako jendea topatzen duzu eta kalean edo museoetan ere bertako jendea egoten da. Eta gainera, beste jomugetatik ezberdintzen gaituzten alorrak ditugu. Kultura eta izateko modu ezberdinak, gastronomia bikaina...

Gastronomiari dagokionean, mundu mailan lehen dibisioan jokatzen omen dugu gipuzkoarrok... Ez dakit zenbat Michelin izar dituen Gipuzkoak!

Gipuzkoak 16 Michelin izar ditu, baina garrantzitsua ez da hori

bakarrik. Gipuzkoako edozein puntutan ondo jaten dela da garrantzitsua. Eta hori da turistek azpimarratzen duten gauzetako bat gurean egiten dituzten egonaldiaren balorazioak egiten dituztenean. Kalitate handiko ostalaritza daukagu.

Donostian poteatzea beti izan da luxu bat eta oraintxe hasi da sagardo denboraldia...

Egia da Donostia beti izan dela salneurri altuak izan dituen hiria, baina bisitatzen gaituzten ia guztiak dakite kalitatea ordaindu egiten dela. Egia da aldi berean, atzerriko turistentzat salneurriak ez direla arazo izaten erosteko ahalmen handiagoa izaten dutelako eta beraien herrialdeetan prezioak berdinak edo garestiagoak direlako.

Sagardotegiei dagokienean, munduan ez dago hauen parekorik. Inon ez da mahaia elkarbanatzen edo sagardoari buruz jende ezezagunarekin hitz egiten ea azken kupelako sagardoa edo aurrekoa ote zen hobea. Gurera etortzen diren bisitariak asko estimatzen duten zerbait da.

Hotelei dagokienean, nahikoak al dira dauzkagunak? Gehiago behar al dira? Kanping bat ere ez legoke gaizki, ezta?

Gure hotel eskaintza, den bezalako da. Eta Aldundiak ez du esku-merik hotel berrien eraikuntza bultzatzeko. Hotel gehiagorentzako lekua badagoela uste dugu, baina ostalariak dira urratsa eman behar dutenak. Kanpinei dagokienean, lgaran berri bat egiteko baimena eman berri dugu.

Zein da gurera etortzen den bisitariaren profila? Zer bilatzen du eta zer aurkitzen du gurean?

Gipuzkoara datorren bisitariaren profila 30 urtetik gorako pertsona batena da, erdi mailatik gora dagoen errenta mailakoa, profesionala eta kurioa. Orokorrean, kanpotik datorren pertsona, aurrez informatzen da.

Eta orokorrean Gipuzkoak ez dio hutsik egiten. Lehen jomugak edo lekuak eskaintzen ziren eta orain esperientziak dira saldu behar direnak. Bakarrik etorri eta Kontxa bakarrik ikusten due-

nak oroitzen ona eramango du. Baina sagardotegi batera joaten bada edo bere bizitzako bazkaririk onenetakoa egiten bada, pintxoak egiteko tailer batean parte hartzen bada edo Zumaiako flyshean dinosauroen desagerpena eragin zuela esaten den meteoritoak utzitako arrastoa ikusten bada, bere bizitzaren zati handi batean bidelagun izango duen esperientzia bat eramango du. Eta esperientzia hori familiarekin, lagunekin eta lankideekin elkarbanatuko du eta horiek ere esperientzia bera bizi nahiko dute. Eta horrek kate efektua eta dei efektua eragiten ditu.

Donostian turismoak beti izan du indar berezia. Ostalaritzaren ikuspegitik, zeintzuk dira hiriburuaren erronkak europar kulturaren hiriburu izango den 2016 horri begira?

Donostiak eta Gipuzkoako eskualdeek sekulako potentzila dute. Eta 2016 Europa osoari indar horren berri emateko aukera da. Baina ezin dugu 2016an azken petardo sorta bat jaurtita soilik geratu. Europako kultur hiriburu izendapen hori, bertakoentzat eta kanpotik datozentzat hiri eta lurralde erakargarriago bat izango denaren oinarriak ezartzeko baliatu behar da.

Nolako da ostalaritza gipuzkoarra kanpotarrei eskaintzen ari zaion zerbitzuen kalitatea? Zertan hobetu daitezke?

Lehen aipatu moduan, Gipuzkoako ostalaritzaren kalitatea ezin hobea da eta hori, bisitatzen gaituzten guztiak baloratzen dute. Nire ustez, hobetu beharreneko alor bat langileen formakuntzarena da. Ez da normala turistaren %40a atzerritarra denean, lau taberna eta jat etxe soilik egotea ingelera edo frantsesez hitz egiten dakiten langileekin.

Egia al da Donostia, gaez, alternatiba gutxiko hiria dela?

Gai zaila eta delikatua da. Eragiten duten faktore asko daude eta Udalarik dagokio gaueko eskaintzaren eta bizilagunen atsedenerako eskubidearen arteko oreka aurkitzea.

Juanan Loira, presidente de Afodesa, muestra su inquietud en torno a la petición de excepcionalidad del aeródromo de Hondarribia

LAS CLAVES

1. Fomento ha solicitado la excepcionalidad del aeropuerto
2. En Afodesa no conocen las consecuencias de esa condición
3. Quieren saber los metros que tendrá la pista para negociar con las compañías
4. AENA gestiona el aeródromo y se autofinancia: no tiene gastos para los guipuzcoanos

“El aeropuerto no nos cuesta dinero”

EL AÑO 2016, fecha tope establecida para que la Organización Internacional de Aviación Civil agrupe a nivel global todos los aeropuertos, está a la vuelta de la esquina y la situación económica no es ahora mismo la mejor. Aquellos tiempos de bonanza económica en los que las partidas económicas para la reforma del aeródromo estaban sobre la mesa y sólo faltaba el acuerdo entre instituciones ya pasaron. En este tiempo se ha desarrollado un Real Decreto que en octubre de 2011 entró en vigencia por el cual Fomento puede solicitar que un aeropuerto sea excepcional por sus características geográficas, y es lo que el Ministerio ha decidido hacer con el aeropuerto de Donostia.

Por ello, en la Asociación para el Fomento y el Desarrollo del Aeropuerto de Hondarribia (Afodesa) se muestran inquietos ante la incertidumbre de no saber qué puede suponer esa excepcionalidad. Juanan Loira, presidente de Afodesa, explica que “los aeropuertos deberán tener para 2016 unas determinadas características, como una franja de seguridad en las cabeceras de 150 metros por lado. Si no las tienes, entras en la excepcionalidad y debes justificarlo y complementar tu operatividad y seguridad con otros medios. Se había llegado a un acuerdo para crecer 150 metros hacia Mendelu, pasando la regata, y 50 metros hacia Francia,

aprovechando el chaflán y sobre el fondo marino levantar unos pivotes. Así sólo se perdían 100 metros y se podía mantener la operatividad”. En Afodesa, ente que aún continúa pidiendo información sobre qué supone esa excepcionalidad, preferirían que el aeropuerto continuase siendo estándar, una medida que resultaba a todas luces factible.

Sin embargo, tras esa decisión de Fomento, en Afodesa se preguntan “qué significa la excepcionalidad. El aeropuerto tiene 1.756 metros de pista, podría llegar a 1.956 o bajar a 1.656. Que por un Real Decreto ese aeropuerto sea excepcional y que no haya que hacer nada sería la cuadratura del círculo. Queremos saber si en esos metros van a poder operar aeronaves del estilo Ryanair o si no se van a hacer obras, pero electrónicamente la pista va a perder metros. También queremos saber si lo excepcional conlleva sobrecostos que, al final, las compañías aéreas repercuten en el viajero”, enumera Loira. “Queremos ver negro sobre blanco qué es la excepcionalidad. Si vamos a tener 1.756 metros, el aeropuerto se va a ver beneficiado porque se podrá hablar con determinadas compañías”, añade el propio presidente.

Cero gastos

Y la preocupación de la excepcionalidad del aeropuerto guipuzcoano nada tiene que ver con los gastos que pudiesen suponer, ya que “el aeropuerto es de AENA y todos sus gastos, de instalaciones y personal, los paga esta empresa dependiente de Fomento que se autofinancia, por lo que a los

guipuzcoanos el aeropuerto no cuesta 0 euros. Nosotros sólo debemos utilizarla y en muchos casos la malutilizamos”, explica.

El de Hondarribia es el segundo aeropuerto que más ha subido porcentualmente en el Estado en 2012, “simplemente porque ha venido Vueling que, en Barcelona, tiene más de 70 conexiones. Si hubiera otra con los precios de Vueling con un vuelo a Madrid, el aeropuerto tendría una afluencia impresionante y generaría riqueza a su alrededor”.

“Para que vengan compañías”, prosigue Loira, “hay que tener un aeropuerto y luego llegar a un acuerdo con ellas. Se trata de invertir dinero en una compañía que al final trae múltiples beneficios para el territorio. Si una compañía opera, es porque ha llegado a un acuerdo con las instituciones, y todas las de *low cost* que trabajan en aeropuertos pequeños es porque han llegado a acuerdos económicos. Tenemos un aeródromo que no cuesta dinero, por lo que a veces hay que invertir para que vengan compañías y obtener retornos”.

Su ejemplo es muy claro: “Una pareja quiere pasar un fin de semana en Donostia. Antes de Vueling los billetes desde Barcelona o Madrid salían por unos 450 euros por cabeza, con lo que al final les quedaba poco para gastar en la ciudad. Si eso quería hacerlo con Bilbao, el presupuesto era de unos 120 euros por persona, pudiendo gastar más en hoteles, bares o restaurantes. ¿No es mejor que pague 120 en el avión y 600 en la ciudad? Nuestras instituciones tienen otros intereses”.



POLICLINICA GIPUZKOA



www.policlinicagipuzkoa.com

Visite San Sebastián, su salud y la de los suyos bien merecen una consulta.



RECUPERA TU SALUD, RECUPERÁ TU VIDA



CIRUGÍA ROBÓTICA DA VINCI PARA CÁNCER DE PRÓSTATA

El robot quirúrgico Da Vinci elimina los riesgos de la cirugía abierta y supera las ventajas de la laparoscopia.

El postoperatorio es menos doloroso, con menos pérdidas de sangre y menor riesgo de infección. Deja cicatrices más pequeñas y permite una recuperación más rápida.

Los efectos secundarios habituales en esta cirugía, como la incontinencia urinaria o la impotencia sexual, se reducen notablemente.



LA VOZ DE LOS PACIENTES

“ Un familiar médico me dijo que tenía que buscar una solución quirúrgica basada en la robótica con cirujanos jóvenes y con experiencia”

R.C., 85 años.
Madrid

“ Me operaron con el robot un martes y el viernes ya me dieron el alta. A los quince días volví al trabajo y me siento perfecto”

J.J.L., 57 años.
Pamplona

“ Una vez tomada la decisión, yo tenía prisa y ellos me ofertaban operarme sin lista de espera”

M.M.S., 65 años.
Windragón (Gipuzkoa)

UNIDAD DE CARDIOLOGÍA INTEGRAL

Cardiología - Hemodinámica - Cirugía Cardiovascular - Electrofisiología - Rehabilitación Cardíaca

UNIDAD DE CHEQUEOS GENERALES

En pocas horas - Carifert - Pruebas con sedación

UNIDAD DE DIAGNÓSTICO PRENATAL

Genética Celular - Genética Molecular - Técnica Array

UNIDAD DE OBESIDAD MULTIDISCIPLINAR

Cirugía mínimamente invasiva

UNIDAD DE UROLOGÍA INTEGRAL

Cirugía robótica Da Vinci para cáncer de próstata - Láser Verde para hiperplasia benigna - Cirugía de la incontinencia urinaria masculina y femenina

Pº Miramón 174,
20.014 San Sebastián
943 00 28 00



Los urólogos Medina y Azpárriz han operado en Policlínica Gipuzkoa mediante el robot Da Vinci a más de 200 pacientes con cáncer de próstata procedentes de toda España.

SERVICIO
DE UROLOGÍA

943 00 27 07

www.policlinicagipuzkoa.com



POLICLINICA GIPUZKOA



La participación en la primera edición de la carrera fue excepcional, con casi 800 atletas en la línea de salida.



Un debut sobresaliente

Alrededor de 800 atletas participaron en la prueba-homenaje a los cuatro edificios de Donostia que cumplieron 100 años en 2012

CERCA DE 800 ATLETAS participaron el pasado 16 de diciembre en la primera edición de la Carrera del Centenario. La prueba, organizada por la empresa Streetmarketing y promovida por Hostelería Gipuzkoa y El Diario Vasco, en colaboración con Donostia Kultura, tuvo como objetivo el homenaje a los cuatro edificios de Donostia que llegaron en 2012 a los 100 años: el Hotel María Cristina, el teatro Victoria Eugenia, el Centro Talaso-Sport La Perla y el Parque de Atracciones del Monte Igueldo.

De esta manera, público y deportistas poblaron las calles de la capital guipuzcoana a lo largo de los siete kilómetros de un recorrido que tuvo muy presentes a los cuatro edificios centenarios.

Triunfo de Revuelta

La idea resultó un éxito gracias al apoyo y respaldo, sobre todo, de los 800 participantes, que ofrecieron un gran espectáculo desde que a las 10.00 de la mañana tomaran la salida desde la calle República Argentina, con el hotel María Cristina y el teatro Victoria Eugenia de testigos principales. Apenas 21 minutos más tarde, el mismo lugar -donde también estaba situada la línea de llegada- recibió al primer vencedor de esta novedosa prueba: Alberto Revuelta. El corredor donostiarra, ganador de la Clásica de San Sebastián de 15 kilómetros y quinto clasificado en la última Behobia, paró el crono en 21'13" tras protagonizar una carrera marcada por el fuerte ritmo impuesto desde el principio. Le acompañaron en el podio Jon

Arocena (21'46") y Unai Señorán (22'02"). Éste último se adjudicó también, junto con Dani 'El Oikili', Ion Arzubialde y Eneko Garin, sus compañeros de Giroki Taberna, la clasificación por equipos de un total de 25 grupos participantes.

Ostolaza, en féminas

En chicas, por su parte, el título de esta primera edición fue a parar a manos de Amaia Ostolaza. La atleta local, segunda en el maratón de Donostia, completó el recorrido en 24'58", aventajando en casi un minuto a su más inmediata rival, la corredora del Atlético San Sebastián Elena Silvestre (25'51"). Completó el podio Amaia Zuloaga, que consiguió un tiempo de 26'32".

Precisamente, la participación femenina fue uno de los aspectos más destacados de esta primera edición de la Carrera del Centenario. En concreto, se inscribieron cerca de 250 mujeres, lo que supone más del 30% de los inscritos totales. Todos ellos, chicos y chicas, recibieron una camiseta conmemorativa de la prueba. La inscripción a la misma costaba entre 10 y 12 euros, dependiendo de si se corría con chip propio o se requería el alquiler de uno.

La intención de los organizadores es que esta carrera se prolongue en el tiempo. En principio, la idea es que a partir de la próxima edición se celebre siempre el domingo anterior a Santo Tomás y así animar la actividad de la capital guipuzcoana los días previos a las fiestas navideñas.

GIROKI TABERNA SE HACE CON LA PRUEBA POR GRUPOS

El local de la donostiarra calle Embeltrán número 4 cedió su nombre a un grupo de atletas de "alto nivel". Así lo demostraron Dani El Oikili, Ion Arzubialde, Eneko Garin -con gran tradición familiar- y Unai Señorán -tercero en la general, con un tiempo de 22'02"-, que conquistaron la prueba por equipos. Óscar Bernet, propietario de Giroki Taberna, valora muy positivamente esta iniciativa de Hostelería Gipuzkoa. "Es una manera bonita de fomentar el deporte y ligarlo al mundo de la hostelería", comenta. De la misma opinión es Unai Señorán, ligado profesionalmente a la hostelería y al atletismo, por afición. De hecho, reconoce que las inscripciones se completaron enseguida y que hay corredores habituales que aguardan para participar en la próxima edición. Como encargado de formar el grupo Giroki, Señorán afirma que "no es fácil unir a gente de calidad, pero todos nosotros nos conocemos ya que coincidimos a menudo en carreras populares", afirma.



LA PERLA



VICTORIA EUGENIA



MARÍA CRISTINA

RESULTADOS

CORREDOR TIEMPO

MASCULINO

1. Alberto Revuelta	21min.13"
2. Jon Arocena Muñoz	21min.46"
3. Unai Señorán Bengoa	22min.02"
4. Raúl Gómez Margallo	22min.10"
5. Joseba Larzabal Moreno	22min.16"
6. Eneko Garín Arrastoa	22min.30"
7. José Luis Delgado Arenales	22min.46"
8. Mikel Rodríguez Montaña	22min.50"
9. Jon Lanz Bordagarai	22min.52"
10. Aitor Etxeberria Mujika	23min.11"

FEMENINO

1. Amaia Ostolaza Antelo	24min.58"
2. Elena Silvestre Soriano	25min.51"
3. Amaia Zuloaga Eizaguirre	26min.32"
4. Amaia Pascua Belamendia	26min.41"
5. Olatz Pagola Rodríguez	28min.15"
6. Ainhara Etxeberria	28min.55"
7. Karmele Liceaga Alcántara	29min.23"
8. Dorleta Pérez-Oliden	29min.39"
9. Amaia Ochoa De Alda Zudaire	29min.54"
10. Marta Badiola Lainsa	30min.21"

LAGUNAK ERRETEGIA: MUCHA PARTICIPACIÓN FEMENINA

La buena acogida que tuvo la Carrera del Centenario entre los establecimientos hosteleros se ejemplifica en el caso del asador Lagunak Erretegia de Zarautz. En su nombre se realizaron un total de 27 inscripciones, que lo convirtieron en uno de los locales con más representación. Todas ellas fueron cubiertas por mujeres del Zarautzko Emakume Korrikalaria (ZEK), que reúne a cerca de 80 mujeres de todas las edades y niveles y que surgió hace 3 años con la idea de fomentar la participación femenina en este tipo de pruebas. Como comenta una de ellas, Karmele Ezenarro, se trata de un grupo "diverso y animado", "muy bien entrenado" por Txumari Fernández. De esta forma quieren reivindicar la presencia de las mujeres, y también de su pueblo. Por eso su participación es habitual en certámenes de Gipuzkoa. De hecho, ya se preparan para cubrir la próxima carrera que se celebrará entre Azkoitia y Azpeitia.



Desde su inauguración en 1912, el Hotel María Cristina ocupa, distinguido y elegante, el corazón de Donostia-San Sebastián

Un siglo de elegancia renovada



SU RECIENTE RENOVACIÓN no ha hecho sino dar más luz y brillo a uno de los iconos de la historia y la vida cultural de la capital donostiarra. No en vano, el Hotel María Cristina es alojamiento preferente del Festival de Cine de San Sebastián desde que éste se creara en 1953. En sus incomparables habitaciones y suites se han alojado nombres legendarios del Séptimo Arte como Elizabeth Taylor, Bette Davis, Julia Roberts, Woody Allen, Richard Gere, Brad Pitt o Susan Sarandon, entre otros.

Una experiencia única

El lujoso interior del Hotel María Cristina, a Luxury Collection Hotel, de inspiración *Belle Époque*, consta de columnas que se elevan, retratos impresionistas del siglo XIX, brocados de rica seda y espléndidos candelabros que ofrecen a los huéspedes una experiencia realmente única. El hotel dispone de un total de 136 habitaciones y suites, decoradas

con una sofisticada paleta de grises y blancos con realzados en color púrpura, marrón topo y verde, que constituyen un tranquilo pero lujoso refugio. Los huéspedes pueden elegir, además, entre habitaciones clásicas, deluxe o Premium con vistas al jardín o al río, o una de las magníficas suites, incluyendo las cuatro Reales, algunas de las cuales cuentan con terrazas con espectaculares vistas de la ciudad. Asimismo, los viajeros que acuden al Hotel María Cristina por motivos de trabajo encuentran una atmósfera idónea en las cuatro suntuosas salas de eventos dotadas con la más moderna tecnología.

Variedad de propuestas

El Hotel María Cristina también está a la vanguardia en restauración y ofrece exquisitos restaurantes donde poder descubrir la *haute*

cuisine vasca e internacional. Los visitantes pueden comenzar su itinerario gastronómico en el DRY Martini Bar, donde los *pintxos* y otras propuestas gourmet ligeras se combinan con una extensa selección de bebidas. Por su parte, en el restaurante chino de alta cocina Tse Yang del Hotel María Cristina, los visitantes son deslumbrados por su increíble variedad de propuestas gastronómicas provenientes de diferentes lugares de la geografía china. Es indispensable degustar el succulento Peking Duck o las especialidades picantes Szechwan. De manera alternativa, el extenso menú del servicio de habitaciones ofrece algunos de los platos predilectos de la cocina local, china e internacional para que la experiencia sea inolvidable.

The Luxury Collection

Luxury Collection es artífice de experiencias enriquecedoras en los destinos más destacados. Con más de 75 hoteles y resorts, cada uno de ellos es una potente expresión de su entorno; un tesoro para ser saboreado, disfrutado y coleccionado. Palacios europeos, calas de ensueño, centenarios viñedos, revitalizantes spas y campos de golf de prestigio son sólo algunos ejemplos de esta excepcional colección. Una estancia en The Luxury Collection es mucho más que una elegante visita; es la llave para descubrir un mundo de experiencias únicas y excepcionales.



HOTEL MARIA CRISTINA
A LUXURY COLLECTION HOTEL

San Sebastian





La Perla

un lujo a tu alcance



Importantes ventajas para los asociados:

Hasta el 30 de abril, los miembros de la asociación, tendremos ventajas exclusivas.

20% de descuento en la entrada individual al circuito de talasoterapia.

15% de descuento en Masajes Terapéuticos y de Relax.

10% de descuento en los tratamientos individuales, terapéuticos y de estética.

Y acceso a ser socio sin matrícula de entrada... ¡Tienes que aprovechar la ocasión!

1 de enero	Año Nueva
28 de marzo	Jueves Santo
29 de marzo	Viernes Santo
1 de abril	Lunes de Pascua de Resurrección
1 de mayo	Fiesta del Trabajo
25 de julio	Santiago Apóstol
29 de julio	Santa Marta, Patrona de la hostelería
15 de agosto	Asunción de la Virgen
12 de octubre	Fiesta Nacional de España
25 de octubre	Día del País Vasco
1 de noviembre	Día de Todos los Santos
6 de diciembre	Día de la Constitución Española
25 de diciembre	Natividad del Señor
Fiestas de ámbito nacional Fiestas de la C.A. del País Vasco	

Días festivos del año 2013

El calendario laboral para el 2013 recoge un total de ocho fiestas nacionales para todas las comunidades autónomas; la mitad de ellas son entre semana y la otra mitad, viernes o sábado. Este año no se celebrará el 8 de diciembre (Inmaculada Concepción) por caer en domingo. Aparte de estas fiestas nacionales, habrá otros 5 festivos en la Comunidad Autónoma Vasca. A todos estos habría que añadirle la fiesta local de cada población.



EN HOSTELERÍA GIPUZKOA REDUCIMOS LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS

Conscientes de las dificultades por las que pasa el sector hostelero de Gipuzkoa, la Junta Directiva de Hostelería Gipuzkoa ha aprobado la rebaja de las cuotas de los servicios de contabilidad, laboral y fiscal que ofrecemos a nuestros asociados para este año 2013. Con esta decisión, pretendemos apoyarte en tu actividad diaria en unos momentos de crisis económica generalizada. Dicha rebaja será de un 3% y se aplicará desde el primer recibo que giraremos la segunda semana de febrero.

PRORROGAN HASTA EL 13 DE JULIO LA COLOCACIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN OBLIGATORIA

El Gobierno Vasco ha decidido prorrogar la orden publicada en el BOPV 136 de 12.07.2012, la cual, exige la colocación en lugar visible en el exterior de los locales de hostelería, de un señalizador de la categoría hostelera del local, así como la colocación de un cartel en el interior del local con los horarios de cierre y apertura al público.

Parece ser que hubo varios problemas y que a consecuencia de eso iban a dictar una nueva orden con modificaciones, pero por suerte la nueva orden no señala cambios, sino una prórroga hasta el mes de julio. Desde la Asociación hemos querido ser prudentes, y es por eso que

no nos hemos puesto en contacto con los asociados hasta verificar que todo era tal y como nos lo habían indicado.

Las placas de señalización han llegado a la Asociación de Hostelería de Gipuzkoa y en breves nos pondremos en contacto con todos los asociados que han hecho la solicitud para que pasen a recoger dicha señalización.

Si todavía no has hecho la solicitud, puedes hacerla remitiéndonos un email, fax o mediante llamada telefónica (preguntar por Irati o Ainara - en este último caso, deberás firmar la hoja de solicitud cuando realices la recogida de la referida placa en la asociación-).



Nuevo servicio de auditoría energética

Todos los jueves, de 8 a 14 horas, en la sede de Hostelería Gipuzkoa y de la mano de la empresa X-ERGIA, los socios podrán exponer sus casos

HOSTELERÍA GIPUZKOA ha puesto en marcha un nuevo servicio para sus asociados. Todos los jueves, de 8 a 14 horas, estará en nuestras instalaciones María Barcenilla, de la empresa X-ERGIA, para revisar las facturas de electricidad y gas e intentar mejorar las condiciones.

Antxon Araluze, gerente de X-ERGIA, explica que "es importante llevar como mínimo la última factura para hacernos una idea del tipo de negocio que es. Hay veces en las que no es posible mejorar las condiciones del cliente, pero en aquellos casos que estimamos que sí es posible,

acudimos in situ para estudiar todo tipo de mejoras, también en el día a día. Es decir, no sólo en la facturación, sino a simismo en implantación de iluminación LED, sensores de iluminación, etc. De lo que se trata es no sólo de adecuarnos a la nueva legislación, sino también de educar a la gente en el ahorro de energía".

Los interesados en este servicio pueden ponerse en contacto por teléfono con la Asociación o concertar una cita. ¡Aprovechad esta oportunidad para revisar vuestras facturas y así poder ahorrar!



María Barcenilla es la encargada de responder a todas las dudas.



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



Foto de familia de los premiados.

Con motivo de la celebración de la sexta edición de los Premios Nacionales de Hostelería, coincidiendo con el 35 aniversario de FEHR

Grupo Bokado y Mugaritz, premiados

GRUPO BOKADO Y MUGARITZ fueron dos de los grandes protagonistas en la sexta edición de los Premios Nacionales de Hostelería, organizados por la Federación Española de Hostelería (FEHR) y celebrados en la Antigua Real Audiencia de Sevilla el pasado mes de noviembre. El primero fue reconocido como empresa hostelera del año 2012, mientras que el restaurante del cocinero Andoni Luis Aduriz recibió el premio a la empresa hostelera destacada en innovación.

Del Grupo Bokado se valoró que, "con 16 años de vida, emplean hasta a 300 personas, facturan casi 6 millones de euros y realizan más de 400 servicios al año con su principal actividad, el catering de alta gama para todo tipo de eventos. Han trabajado con los chefs más importantes, como Arzak, Adriá, Subijana, Berasategui. Innovación, creatividad en la oferta gastronómica, puesta en escena moderna y nue-

vos conceptos de hostelería les ha llevado a la cima. Especialmente recordada fue la Cena de Gala del Congreso Nacional de Hostelería en el museo Balenciaga de Guetaria".

Por su parte, del Mugaritz se explicó que "Andoni Luis Aduriz siempre ha buscado la evolución en aspectos técnicos y científicos en la cocina de su restaurante, Mugaritz. Participa con otras empresas en la investigación, bajo el paraguas de programas nacionales como CENIT. Desde Mugaritz se fomentan los Diálogos de Cocina, un observatorio-congreso bienal en el que se dan cita los mejores y mayores expertos en ciencia y cocina, para potenciar los conocimientos multidisciplinares. Asimismo lleva a cabo una labor de investigación y desarrollo junto a expertos laboratorios que da, como resultado, nuevos tratamientos de la alimentación y creatividad en platos que luego podemos saborear en

Mugaritz. La divulgación es la otra parte clave del éxito de Mugaritz y Aduriz, a través de artículos científicos".

Punto de encuentro

Este evento, que supuso un punto de encuentro de profesionales del sector, expertos, representantes institucionales y empresarios, ha coincidido con la celebración del 35 aniversario de FEHR. En este sentido su presidente, José María Rubio, resaltó que "todos los premiados destacan en diferentes facetas, pero tienen en común que en estos difíciles momentos apuestan por los valores por los que son premiados y por generar puestos de trabajo, lo que les convierte en un ejemplo". Asimismo, lanzó un mensaje positivo en estos momentos en los que "el sector mira al futuro con preocupación pero con optimismo. Para ello es necesaria la colaboración institucional y de los proveedores".

PREMIOS NACIONALES DE HOSTELERÍA 2012

Empresario hostelero
Gerardo Oter

Empresa hostelera
Grupo Bokado

Empresa hostelera de origen español en el mundo
Restalia-100 Montaditos

Empresa hostelera comprometida con la responsabilidad social
El Bohío

Empresa hostelera comprometida con las personas con discapacidad
Hospederías de Extremadura

Empresa hostelera destacada en innovación
Mugaritz

Empresa hostelera comprometida con la calidad
Magistral Hoteles

Empresa hostelera comprometida con la seguridad alimentaria
La Boella

Empresa hostelera destacada en la promoción de la cultura
Casa El Famós

Empresa hostelera comprometida con la responsabilidad medioambiental
Gate Gourmet Holding Iberia

Premio José Luis Fernández Noriega a la concordia
Lorenzo Díaz

RECONOCIMIENTOS

Medio de comunicación
Grupo Mediaset

Persona individual
Salvador Gallego

Empresa
MAKRO

Entidad
Ayuntamiento de Sevilla

Restaurante Centenario
El Rastro

Escuela de Hostelería
Escuela de Hostelería de Córdoba

Directivo de Asociación Federada
Bernardo Rodilla

Profesional de Asociación
María Dolores Castaño

Asesoría completa **GRATUITA** con tu cuota de socio

Apertura de establecimientos, consultas al abogado y aparejador, autónomos, tramitaciones generales, permisos y licencias, marketing y comunicaciones, señalización, seguros, etc.

Formación... GRATUITA
Bolsa de trabajo... GRATUITA
Generación de páginas webs... GRATUITO
Impresión de listas de precios... GRATUITO
Asesoramiento de telefonía... GRATUITO
Revista trimestral... GRATUITA
Asesoramiento energético... GRATUITO

y otros
MUCHOS BENEFICIOS

desde **SÓLO 16 €** mensuales

¡Y otros demandados servicios a precios muy atractivos!

Departamento **LABORAL**

Nóminas, IRPF,
Seguros Sociales,
contratos, etc.

Departamento **CONTABILIDAD Y FISCAL**

Declaración trimestral,
impuestos, IVA, etc.



Ven a conocer nuestras
instalaciones en la calle
Almortza, 2 - 20018 Donostia

o llámanos por teléfono al
943316040



¡TE ESPERAMOS!



ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTELERÍA DE GIPUZKOA

GIPUZKOAKO OSTALARITZA ELKARTEA

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA - CONVOCATORIA

En nuestra sede, calle Almortza nº2 - Donostia, el martes 19 de marzo de 2013

El presidente de la Asociación de empresarios de Hostelería de Gipuzkoa, D. Mikel Ubarrechena Pisón convoca a todos los asociados a la Asamblea General Ordinaria que va a tener lugar el próximo martes 19 de marzo, a partir de las 16:30 horas, en primera convocatoria, y de las 17:00 horas en segunda, de acuerdo con el siguiente

ORDEN DEL DÍA

1. Lectura y aprobación, si procede del acta de la Asamblea General Ordinaria del 27 de marzo del 2012.
2. Aprobación, si procede de las Cuentas Anuales del Ejercicio 2012.
3. Presupuestos y proyectos para el 2013.
4. Negociación Convenio Colectivo y Reforma Laboral.
5. Ruegos y preguntas.

* Tras la asamblea se servirá un lunch a los asistentes.
* Los estados contables estarán a disposición de los Asociados en la sede.

OHIKO BATZAR OROKORRA - DEIALDIA

Donostian, 2013ko martxoaren 19an, asteartea, Ostalaritza Elkarteko egoitzan, Almortza kalea 2

Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteko Lehendakari den Mikel Ubarrechena Pisón Jaunak, Ohiko Batzar Nagusirako deialdia egiten die elkartekide guztiei. Batzarra Gipuzkoako Ostalaritza Elkarteko egoitzan izango da 2013ko martxoaren 19an, asteartea, 16:30etan lehenengo deialdia, eta 17:00etan bigarrena

GAI ZERRENDIA

1. 2012ko martxoaren 27an ospatutako Ohiko Batzar Orokorrean jasotako aktaren irakurketa eta bidekoa balitz onarpena.
2. Bidekoa balitz 2012ko Kontuen Jarduera dagokion onarpena.
3. 2013rako aurrekontu eta proiektuak.
4. Lan aneformaren eta Hitzarmen kolektiboaren negoziaketa.
5. Eredu eta galderei.

* Batzarra amaitutakoan lunch bat eskainiko da.
* Kontabilitateko egoera-erriak eskuragarri egongo dira egoitzan bazukideentzat.



Llega Zapore On con Hostelería Gipuzkoa

ZAPORE ON ES EL FRUTO DE LA COLABORACIÓN ENTRE PUBLICOMBI Y HOSTELERÍA GIPUZKOA.

Se trata de un folleto que ofrecerá al mejor precio, a 125 000 hogares, las maravillas culinarias de Gipuzkoa. El acuerdo se cerró en el mes de enero y desde entonces hemos estado trabajando para que el folleto ofrezca calidad y eficiencia a nuestros

asociados. Se trata de una novedad dirigida a socios con página web (preferente) cuyo objetivo es promocionar el establecimiento y facilitar su promoción. El hostelero tendrá la oportunidad de aparecer en él a través de una inserción donde publicará su oferta sin ningún tipo de coste el primer mes y sin ningún compromiso de continuidad. Cualquiera que esté interesado en aparecer en este folleto puede preguntar por Irati Salaberria en el teléfono 943 316 040 o mandar un mail a comunicación@hosteleriajipuzkoa.com.

Zapore On Betiko ostalaritza inoiz baino eskuragarriagoa!

EL HORARIO ESTÁ SERVIDO ORDUTEGIA PREST DAGO

¿A qué esperas?

NO OLVIDES QUE tienes que aplicar en **TU LOCAL** las normas sobre publicidad de **HORARIOS Y DISTINTIVOS** de identificación (*).

(*) Orden publicada en el BOPV, 12/07/2012.

Zeren zain zaude?

EZ AHAZTU ZURE LOKALEAN aplikatu behar dituzula **ORDUTEGIETAKO** eta identifikazio **BEREIZGARRIETAKO** publizitatearen arauak (*).

(*) Agindua, EHAAan 2012/07/12an argitaratutakoa



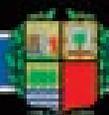
DEBES COLOCAR EL DISTINTIVO en el exterior de tu local de hostelería. Puedes ver y descargar la información en la página web (i).

BEREIZGARRIA ostalaritza lokalaren kanpoaldean **JARRI BEHAR DUZU**. Informazioa ikusi eta deskargatu dezakezu web orrialdean (i).



www.euskadi.net/juegoysespectaculos
www.euskadi.net/jokoetaikuskizunak

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

HERRIZAINGO, JUSTIZIA ETA
HERRI ADMINISTRAZIO SAILA

DEPARTAMENTO DE INTERIOR,
JUSTICIA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Un nuevo Sol brilla sobre Irun

Ésa es la distinción que la Guía Repsol de gastronomía ha otorgado al histórico restaurante irundarra Gaztelumendi-Antxon, que dirigen, hombro con hombro, Ángela Basabe y Félix Manso



Félix Manso y Ángela Basabe dirigen este restaurante.

LA GUÍA REPSOL dio a conocer su lista de Soles el pasado mes de enero y entre sus establecimientos reconocidos está el histórico restaurante irunés Gaztelumendi-Antxon.

Los soles de la Guía Repsol distinguen a los mejores restaurantes de año. En concreto, el Sol otorgado al restaurante Gaztelumendi-Antxon es un premio al establecimiento de excelente calidad y que oferta una importante variedad de platos. A la

hora de otorgar estas distinciones se tiene en cuenta el lugar, el municipio y el nivel gastronómico de la zona, además de la relación calidad-precio.

Ángela Basabe y Félix Manso, quienes lo dirigen, han visto con este Sol premiada su intensa labor en torno a la cocina de calidad, a sus múltiples propuestas y a su dinamismo por ofrecer lo mejor de sí mismos y en distintas facetas de la buena mesa: desde los pintxos hasta la coci-

na imaginativa y creativa de Félix Manso, pasando por la propuesta de gastronomía que ha enganchado a los buenos aficionados de la comarca.

Ángela Basabe no pudo ocultar su satisfacción: "Nunca trabajas por los premios, pero cuando llega un reconocimiento de esta dimensión, que se otorga con carácter nacional, te llena de orgullo". Félix Manso, por su parte, declaró que "este Sol es un nuevo reto".

EL ITURRIOZ CELEBRARÁ SUS 25 AÑOS EN PRIMAVERA

El Bar Iturrioz, de la calle San Martín 30 (Donostia), ha cumplido en febrero 25 años bajo la gestión de Eduardo Bretón. Pero, como la meteorología durante esas semanas no ha acompañado, Eduardo y su equipo decidieron aplazar la celebración de sus bodas de plata hasta la primavera, cuando el buen tiempo sea más frecuente.

Aunque aún no se conozca la fecha exacta, sus clientes habituales se enterarán con tiempo porque en el Iturrioz tienen previsto repartir invitaciones a la fiesta, que será un día por la tarde. Seguro que no faltan los pintxos, la bebida, el buen ambiente y los viejos amigos para celebrar el cuarto de siglo del Iturrioz.



Un momento de la celebración

EL POKHARA CUMPLE 30 CON MUCHO RITMO

El pasado 8 de febrero el bar Pokhara, de Reyes Católicos, en San Sebastián, celebró sus 30 años. Lo hizo con una fiesta para todos los amigos que han ido haciendo en estos años y con la mejor música. De hecho, en cada hora pincharon música de una década: empezaron con los 80, pasaron a los 90 y terminaron con las canciones más actuales. Fueron muchísimos los asistentes que se acercaron hasta este bar de la calle Sánchez Toca y disfrutaron de una fiesta que se alargó hasta casi las tres de la mañana.

EL DICKENS LLEVA SUS GIN-TONICS HASTA CANARIAS

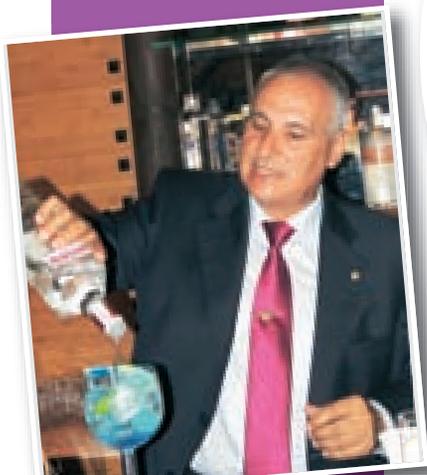
Joaquín Fernández, dueño del afamado Dickens, desveló las claves para crear el gin-tonic perfecto en un curso exclusivo que impartió en el Abama Golf & Spa Resort, en Tenerife. Fernández contó los secretos de su célebre cóctel Gin Tonic Donosti, uno de los más apreciados en el mundo. Fernández también presentó el Blue Gin Tonic, otro mito de la coctelería por su cambio de color. Joaquín explicó técnicas de venta de todo tipo de coctelería, ingredientes, densidades, hielos...



Foto de familia en el Salón de Plenos del Ayuntamiento donostiarra.

LA ASOCIACIÓN, EN EL TAMBOR DE ORO

El pasado Día de San Sebastián se hizo entrega a Organizaciones Ciclistas de Euskadi, la entidad que se encarga de la celebración de la Vuelta al País Vasco y la Clásica San Sebastián, del Tambor de Oro de la ciudad. El motivo principal de este reconocimiento era la organización de la Clásica, una carrera ciclista que cada mes de agosto proyecta la imagen de la ciudad a más de 100 países. El Vicepresidente de Hostelería Gipuzkoa, Antton Elorza, es miembro de Organizaciones Ciclistas de Euskadi, por lo que acudió al Ayuntamiento a recoger un galardón al que la Asociación dio su apoyo.



PK 454 MOBILIARIO

Diseño y calidad como se merecen
los hosteleros de Gipuzkoa



Mobiliario de Interior y Exterior:
mesas, sillas, taburetes, sillones,
butacas, sombrillas y terrazas.

Atención personalizada.

Ofreciendo su mejor servicio a la hostelería

Ostalaritzaren baitan, aisialdiaren kontzepzioa berrikusi beharrean gaudela iruditzen zaio Eva Salaberria, Donostia 2016 bulegoko koordinatzaileari

“Aukerak etorri zain ez egoteko gomendioa emango nieke ostalariei”

DONOSTIA EUROPAKO KULTUR HIRIBURU IZANGO DA 2016AN eta horri begira, ostalaritzak izango duen garrantzia azpimarratu du Eva Salaberriak, hiriburutzak gestionatzen duen bulegoaren koordinatzaile eta kudeatzaileak.

2016. urtean Donostian zenbat bisitari izango ditugula aurreikusten duzue?

Donostiako Sustapenak Hiriburutzak hirian sortuko duen eragin ekonomikoari buruz 2012ko azaroan argitaratu zuen txostenak diotenaren arabera, urtero jasotzen dituen turistez gain 1.400.000 inguru bisitari gehiago jasoko ditu Donostiak 2016. urtean.

Zein da Donostiara eta Gipuzkoara etorriko den turistaren profila? Nondik etorriko da? Zein pisu izango du 'barruko' turismoak?

Ohiko turistek etortzen jarraituko dute, Donostiak hiri bezala erakarrita. Horiez gain etorriko diren 1.400.000 horien profila, ordea, neurri batean desberdina izango dela aurreikusten dugu: beren interes eta zaletasunek, beren jakin-minak eta beren eza-gutzeko gogoak bultzaturik, aktiboki gozatuz eta parte hartuz, bisitatzen duten ingurunearen ezagutzan sakonduz (bertako historia, kultura, jendea...) esperientzia berrien bila bidaiatzen duten lagunak izango dira batez ere.

Beste bisitari profil batzuk ere erakarri nahi ditugu, esaterako, lanaren eta aisialdiaren arteko

erdibidean kokatzen diren motibazioengatik bidaiatu ohi duten pertsonak, edota kultur ekitaldi garrantzitsuek edo jarduera zehatz eta espezializatuek era-

kartzen dituztenak.

Espero dugu gertutik ere bisita asko jasotzea, ez soilik Europako beste herrialde batzuetatik. Arestian aipatutako txostenak

aurreikusitakoa betetzen bada, bisitarien %30-40 inguru bertakoak izango dira.

Prest al dago donostiar ostalaritza hainbeste pertsonaren bisitari behar den moduan erantzuteko? Eta Gipuzkoa mailako ostalaritza? Antze-man al duzue sektorean gabeziaren bat? Zein behar izango ditu ostalaritza sektoreak?

Donostiako Sustapenak garatutako ikerketak adierazi zuenez, ostatu hartzeko nahiko azpiegitura zabala eta anitza eskaintzen dute hiriak eta Gipuzkoak, oro har. Egun hiriak 9.000 lekuetan ematen du ostatu, eta ingurune geografikoan beste 37.000 ohe daude. Dena dela, 2016an etorriko direnentzat oraindik ez da nahikoa, eta 15.000 leku gehiago sortzea beharrezkoa izango dela aurreikusi dugu eta prozesu hori (modu jasangarrian, orkatuan eta zabalean egingo dena) martxan dago jada. Arlo honetan da goen beste gabezia zera da, ostatu-mota batzuk aski garatu gabe daudela, kanpinak eta autokarabanen guneak, kasu.

Jatetxeei dagokienez, ezbairik gabe, eskaintza zabala, kalitatezkoa eta dibertsifikatua daukagu. Gastronomía aski garatuta dagoen sektorea da, eta ez dugu gabezia berezirik nabari.

Bai, ordea, aisialdiaren alorrean. Ostalaritzaren baitan, aisialdiaren kontzepzioa berrikusi beharrean gaudela iruditzen zait eta, esate baterako,



Eva Salaberria,
2016ko hiriburutzaren
bulegoko
koordinatzaile eta
kudeatzailea.

tartea eman beharko genieke zuzeneko musikari, formatu txikiko ekimen artistiko eta kulturaleri... Eta ez soilik hirigunean, baita auzoetan eta lurralde osoan ere.

Zalantzarik gabe, hiriburuak izango du erakargarritasun gehien 2016. urtean, baina nola eragingo dio lurraldeari bere osotasunean?

DSS2016EU proiektua ez da hiri-proiektua soilik, lurralde osoari atxikitzen zaion proiektua da. Barne hartuko dituen ekimenak ez dira hirigunean bakarrik garatuko, lurraldean barrena hedatuko dira. Eta horrek guztiak, jakina, egitarauetan bakarrik ez, gune horietako turismo-estrategian eta ostalaritzan ere eragin nabarmena izango du. Eragin erabat positiboa.

Eskualde osoari balio berezi bat emango dioten eskaintza mota desberdinak prestatu nahi ditugu, 2016an Europako Kultur Hiriburu izanik bisitatzeko aukera sustatuko dutenak eta

“Hau ez da hiri-proiektua soilik, lurralde osoari atxikitzen zaion proiektua da”

“Ostalariek ikus dezatela, adibidez, beste toki batzuetan zer nolako ekimenak egin dituzten”

urte-sasoia, jarduera-programaren eta interes pertsonalen arabera hori gauzatzeko aukera kontuan izango dutenak.

Zer bait galdetzeraz ala aholkueske joan al zaizkizue sektorekoak? Zer nolakoak izan dira egin dizkizueten kontsultak?

Hiriko ostalaritzaren sektoreko elkarteak oro har oso konprometuta egon dira Hiriburutzarekin, bai hautagaitza-fasean, bai gerora ere.

Orain bizi dugun fasean, helburu nagusia programazioa planifikatzea da eta, hortaz, horretan ari gara esfortzu gehien kontzentratzen. Etorkizun hurbilean, aldiz, programazioaren inguruan garatuko, planifikatuko eta diseinatuko dugun logistikari buruzko estrategiari buruz hitz egiteko elkartu beharko dugu. Ostalaritza sektoreko elkarteekin batera pentsatu beharreko zenbait kontu dauzkagu eta hartuko dugu tartea aurrerago guztion onerako izan behar duen estrategia hori modu

partekatuan lantzeko.

Halaber, turismoarekin loturiko eragileekin (tartean, ostalaritza) batera lan egingo dugu turismo-estrategia kalitatezkoago, espezializatuago, esperientziara bideratuago eta pertsonalizatuago bat diseinatzeko.

Zein gomendio emango zenieke ostalariei?

Esan nahiko nieke aukera asko izango dituztela, baina, aldi berean gomendatuko nieke aukerak etorri zain ez egoteko; eurek ere bila dezatela, mugi daitezela. Ikus dezatela, adibidez, beste toki batzuetan zer nolako ekimenak egin dituzten eta bila dezatela inspirazioa. Eta ez naiz huts-hutsik ostalaritzaz ari, baita beste sektore askotaz ere.

Azken batean, 2016 proiektuak arrakasta izango du, abagunea baliatuta, sektore desberdinek jarduera eta proiektu propioak martxan jartzeko ekimena badaukate, egunerokotasunetik ateratzen den zerbitu eskaintzen saiatzen badira.

25 años en las mejores manos



Especialistas en producto congelado y pescado fresco.

10 asesores comerciales con amplios conocimientos en toda nuestra gama.

Empresa 100% guipuzcoana.

Más de 20 vehículos de reparto a tu disposición.

900 palés de capacidad de almacenamiento en cámara frigorífica.

Todos los requisitos sanitarios, APPCC, trazabilidad...

...Y MUCHO MÁS.



PELIDOS: 943 344 338



www.igartza.com

igartza

¡Celebralo con nosotros!
Entregando este cupón a tu Comercial, obtendrás un
OBSEQUIO en tu próximo pedido.

igartza
FOOD SERVICE

Y si todavía no eres cliente llama al 943 344 338 y te atenderemos



Basque Culinary Center acoge en marzo la cuarta edición de 'Diálogos de Cocina', con un claro enfoque interdisciplinar

Lo artesano, a debate en el BCC



BASQUE CULINARY CENTER se prepara para acoger en marzo el cuarto congreso 'Diálogos de Cocina', un proyecto que surgió en el año 2007 con el fin de realizar un congreso internacional bienal que pretende construir nuevos puentes de conocimiento multidisciplinar. Se trata de un observatorio en el que se dan cita los más prestigiosos expertos de todo el mundo que, en un ambiente relajado y distendido, generan un espacio de reflexión en el que se construyen sinergias creativas.

En esta edición, la temática será 'Lo artesano en perspectiva'. En el actual momento de profunda crisis en todos los órdenes de la vida, las empresas pertenecientes al sector gastronómico se esfuerzan en buscar valor añadido. De entre los rasgos

distintivos que se esgrimen como propios del sector destaca "el modo artesano de hacer las cosas". Pues bien, esta cuarta edición de 'Diálogos de Cocina' puede ser una buena oportunidad para clarificar lo que de genuino tiene la artesanía y lo que puede aportar económica y culturalmente al sector de la gastronomía en el siglo de las tecnologías y la innovación.

Invitados heterogéneos
El paleontólogo Juan Luis Arsuaga abrirá estas jornadas, creadas por la asociación de cocineros Eurotoques en 2007, y que contarán con una heterogénea representación de invitados, desde el mentalista Ramón Fauría al sociólogo Antonio Ariño Villarroya, el catedrático de Psicobiología Ignacio Morgado y los artistas Arantzasu Martínez y Daniel

Canogar. El luthier Vicente Carrillo será otro de los participantes, manteniendo un 'diálogo' con uno de sus más famosos clientes, el guitarrista flamenco y ex integrante de Ketama Josemi Carmona.

A ellos se suman Tachy Mora, periodista especializada en diseño; Geoff Mulgan, exasesor de Tony Blair y Gordon Brown y ahora director del National Endowment for Science, Technology and Arts; y un representante de la ciudad japonesa de Arita, cuya tradición de fabricación de cerámica se remonta al siglo XVII.

Cada día se celebrará además una mesa redonda con la participación de todos los ponentes en las que intervendrán dos prestigiosos cocineros como son Joan Roca y el pastelero Paco Torreblanca.

EL PROGRAMA

11 de marzo de 2013

- Las relaciones entre la mente y la mano**
- 9,30-10,00 **Presentación.**
 - 10,00-11,00 **La intervención mente/mano desde la perspectiva evolutiva.**
JUAN LUIS ARSUAGA
 - 11,00-12,00 **Memoria implícita emoción y creatividad en el trabajo artesano.** IGNACIO MORGADO
 - 12,00-12,30 Pausa para café.
 - 12,30-13,30 **Mentes en conexión, manos entrelazadas.** RAMÓN FAURIA
 - 13,30-15,30 Comida.

La artesanía en el mundo contemporáneo

- 15,30-16,30 **La artesanía desde la perspectiva del cambio cultural.**
ANTONIO ARIÑO VILLARROYA
- 16,30-17,30 **El arte sano. Innovar desde la artesanía.** GEOFF MULGAN
- 17,30-18,30 **Sobremesa. ¿A dónde nos conduce la distinción trabajador manual-trabajador mental?**
Ponente Invitado: JOAN ROCA

12 de marzo de 2013

Entre lo viejo y lo nuevo: artesanía, industria, diseño y marketing

- 10,00-11,00 **¿Es posible hablar del artesano contemporáneo?** REPRESENTANTE DE LA CIUDAD DE ARITA, JAPÓN
- 11,00-12,00 **El artesano en acción.**
VICENTE CARRILLO
- 12,00-12,30 Pausa para café.
- 12,30-13,30 **Artesanía, diseño e industria: entre el valor y la rentabilidad.**
TACHY MORA
- 13,30-15,30 Comida.

¿Es la artesanía tecnófoba? ¿Es concebible una artesanía digital? La artesanía entre la tecnología punta y la tecnología roma

- 15,30-16,30 **Dibujar a mano en un mundo digital.** ARANTZASU MARTÍNEZ
- 16,30-17,30 **La memoria de las cosas: la obsolescencia de lo nuevo.**
DANIEL CANOGAR
- 17,30-18,30 **Sobremesa ¿Es la tecnología compatible con la artesanía? Si se hace algo en cantidad, ¿deja de ser artesanía?**
PONENTE INVITADO: PACO TORREBLANCA

on egin



“Ez nuen omenaldia espero”

Zarauzko Sagardo Egunean oroigarri polit bat oparitu diote hamalau urterekin Mondragones tabernan lanean hasi zen emakumeari: “Ez nuen horrelakorik espero”

ZARAUZKO HONDARTZA ZORAGARRIAN, udan jartzen dituzten tolo txuri urdin dotoreen itxurako oroigarriarekin, omenaldia egin diote Arantza Aizpuruari herriko Sagardo Egunean. Mondragones pilotari handiaren izeneko tabernan hasi zen lanean hamalau urterekin eta oraindik ere lanean darrai Lagunak Erretegiko sukaldean.



Arantza Aizpuru.

Ezustean harrapatu omen zintuen omenduko zintuztenaren berriak?

Lotsa pixka bat ere eman zidan. Jende askok hau eta bestea esan dit kalean, baina niri ez zait inoiz gustatu atentzioa deitzea.

Gezurra dirudi lotsatia izatea

bizitzaren zati handi bat barraren atzean igaro duzue...

Urteak betetzen zoazen heinean, gaztetan hainbeste hanka sartze egin dituzue, perspektiba aldatzen doakizu. Pixkanaka konturatzen zoaz barra barruan dagoenak alde batera egoten jakin behar duela.

Azken batean, barrak zure izaera moldatu du...

Bai, bai. Bezeroekin txantxak egitea asko gustatzen zait. Hori bai, behin ere errespetuari falta-tu gabe, noski!

Oso txikitan hasi zinen tabernan lanean. Zer gogoratzen duzu hartaz?

Lehenengo egunetan oso gaizki pasatu nuen. Hamaika urterekin etorri nintzen Zarautzera eta lagunak Zumaian neuzkan. Hamalau urterekin hasi nintzen mostradorean eta nire atzetik etorri ziren beste bi ahizpak.

Eskola non geratu zen?

Biderkatzeko taulak tabernan bertan ikasi nituen. Txikito batek

70 zentimo balio zituen eta nahitaez ikasi behar izan nuen.

Parrillan erretakoak izan dira beti zuen espezialitateak, ezta?

Kokotea, bisigua eta txuleta eskaintzen hasi ginen eta hortik aurrera, gure eskaintza zabaldu egin genuen. Nik erretegia ireki genuenean, ez nekien ezer ostalaritzaz eta gaur egun, ez dut esango dena dakidanik, hori ez baita inoiz jakiten, baina beti ere ikasten nabil. Orain gustura nago egiten ari garen lanarekin.

Utziko al dugu atzean krisi ekonomiko madarikatu hau?

Eraman duten guztia bueltatzen dutenean amaituko da krisia. Ez dut uste ikusiko dugunik.

TOLOSALDEA, FITUR AZOKAN

Tolosaldea Fitur turismoaren azoka handian izan da aurten ere. Eskualdeko baliabide guztiak erakutsi dituzte eta gastronomiarekin lotutako eskaintza erakutsi dute. Tolosa Gourmet marka izan da Tolosako Udalararen batera bereziki sustatu nahi izan dutena. Aurten, produktu katalogo bat osatu dute batez ere esperientzia gastronomikoen eskaintza nabarmenduz eta lan agenda bat osatu dute bidai agentzia eta turoperadore ezberdinekin, produktuak beraien eskaintzetan txertatu dituzten. Agentzia batzuekin aspalditik dihardute lanean baina beste asko harrituta geratu dira turismo gastronomiko alorrean dituzten eskaintza berriekin.

Getaria seduce al New York Times

LA HA INCLUIDO ENTRE LOS 46 DESTINOS RECOMENDADOS PARA EL AÑO 2013.

Que Getaria y su famoso ‘ratón’ tienen un encanto especial ya lo sabíamos todos por estos lares, pero ahora son los ciudadanos estadounidenses los que parecen estar descubriendo la villa

marinera que vio nacer a Juan Sebastian Elkano. Y es que la sección de viajes del diario The New York Times, una de las cabeceras de mayor referencia en el país de las barras y las estrellas, ha incluido a la villa guipuzcoana en una lista de destinos recomendados para visitar en 2013. Getaria ocupa el puesto 41 de una lista de 46 lugares que encabezan nada más y nada menos que Río de Janeiro, sede de los Juegos Olímpicos en 2016, y París, siempre eterna.

De Getaria, a los periodistas que han elaborado esta lista a

escala mundial, les ha seducido la belleza de la serpenteante carretera de la costa y sus preciosos paisajes, así como la calidad de los pescados frescos que se pueden degustar en sus asadores.

Y cómo no, mención especial ha merecido el museo abierto en 2011 y dedicado a la obra del ilustre modisto getariarra Cristóbal Balenciaga, a quien se califica como “icono de la moda” y que está considerado uno de los creadores más importantes de la alta costura y que desempeñó su trabajo principalmente en París durante más de tres décadas.





HAU DA GURE SAGARDO BERRIA!

Los integrantes del grupo musical La Oreja de Van Gogh fueron los invitados de excepción en la inauguración de la temporada de sidrerías en Astigarraga. Al grito de 'Gure sagardo berria!', abrieron una temporada en la que se puede degustar una sidra "con un color amarillo verdoso, con 'txinparta' fina y persistente, y un aroma limpio e intenso con matices de fruta fresca, largo y expresivo". El caldo que se degustará en 2013 tiene una "suave entrada en boca, alegre, con cuerpo, grata frescura y final redondo". Txotx!!

Irrintzi: la única parrilla que asa en vertical

EL EMPRENDEDOR DE DISEÑOS ANGEL RUBIO SIGUE PRESENTANDO NUEVOS PROYECTOS INNOVADORES.

Su parrilla 'Irrintzi', presentada hace unas semanas en las dependencias de Lasarte Iberikoak, promete ser toda una revolución en la cocina. El propio Rubio explica que, "al estar colocada



Ángel Rubio.

en vertical, no produce humo, radiación ni contaminación. No necesita salida de humos y no produce carcinógenos gracias al sistema infrarrojo. Tiene también la ventaja de que ocupa poco espacio y no necesita precalentamiento". Además, al utilizar calor infrarrojo, guarda todo el sabor de los alimentos.



FE DE ERRATAS. En nuestro anterior número publicamos por error una imagen que no correspondía con su pie de foto. La imagen correcta es ésta, en la que se ve a Ander Esarte (Restaurante Txuleta), a la izquierda, y Jesús Sainz (Cárnicas Guikar), a la derecha, campeones del Concurso Nacional de Parrilla celebrado en SS Gastronomika.

El sistema de descanso acorde a sus necesidades

Easo Descanso está especializado en el asesoramiento a pequeños y medianos negocios del sector de la hostelería

SI NECESITA una solución en lo que a descanso se refiere, Easo Descanso es el lugar al que acudir. Allí su gerente, Pedro Serna, y su equipo de profesionales le asesorarán si necesita un equipo de descanso para su hogar o si éste es para su negocio.

Y es que en Easo Descanso, tras casi veinte años de experiencia, se han especializado en el asesoramiento y equipamiento a pequeños y medianos negocios de hostelería. Hoteles pequeños, de lujo, pensiones, establecimientos de agroturismo... Son muchos los hoteleros que han confiado en

la división de colchonería con la que cuentan.

Pero allí el cliente también encontrará todo lo necesario para el descanso: camas, bases fijas, articuladas, cabeceros... Aunque Flex es su marca más representativa, también trabajan con otras marcas del grupo como Dorwin y Dormilón. Además, cuentan con el Colchón del Año en 2012, un colchón con partículas biocerámicas que se reactivan con rayos ultravioletas, por lo que cuanto más se usan más se descansa.

Easo Descanso, además, guarda una estrecha relación con la hostelería guipuzcoana y el deporte. Por ello, fue copatrocinador del torneo de golf Gran Premio Cafés Baqué.

Muchos deportistas son clientes de Easo Descanso porque un buen descanso se ve en el día a día y en los resultados de ellos siempre se esmeran en dar al cliente lo que éste necesita.



Visite la exposición de Easo Descanso en Polígono Recalde, Local 37. También venden por medio de su página web (<http://colchoneriasdimaco.es>). Para más información, mande un mail a info@colchoneriasdimaco.es o llame al 943 360 060.

Hasta el 30 de abril, presentando este cupón, obtenga un **10%** de descuento añadido a las ofertas que haya en ese momento. Negocio de hostelería y particulares.

RESTAURANTE MARTÍNEZ

La cocina del mercado de Ordizia

El centenario restaurante Martínez cuenta con el privilegio de estar situado en pleno centro de Ordizia, tras el ayuntamiento de la villa, a menos de 50 metros del mítico mercado

LLEGAMOS A LA VILLA GOIERRITARRA un miércoles hacia las dos del mediodía. Parece mentira que durante la mañana de ese día se haya desarrollado en estas calles el más importante de los mercados guipuzcoanos. La parte vieja de Ordizia está limpia y reluciente, lo que demuestra la gran experiencia en estas lides de los servicios locales de limpieza.

Cocina de mercado

Xabier Martínez representa la cuarta generación familiar al frente del negocio. Su bisabuelo, José Martín Martínez, fue el fundador del restaurante, al que siguieron su abuelo Gregorio, sus padres José Martín y Kontxita Telleria y, desde el año 2000, el propio Xabier, después de haberse formado en la escuela de cocina de Ategorrieta, donde ejerció como profesor durante 10 años. "Cuando volví al restaurante entré con nuevos rumbos, pero la tradición se ha impuesto. Estamos en Ordizia, a un paso del mercado, y esto

es lo que hay", admite Xabi, que cuenta, además, con la ayuda en los fogones del también ordiziarra Igor Garikano.

La carta del Martínez refleja perfectamente el carácter estacional y de producto del local. Cada 3 ó 4 meses se cambia por completo tanto en su contenido como en su continente.

Dejamos que Xabi nos sugiera el menú inicial y empezamos con una ensalada templada de alcachofas con gambas, vinagreta de piquillos y juliana de patatas fritas. El plato es succulento y equilibrado. Las alcachofas están en su punto ideal de tersura y la fina vinagreta redondea el conjunto a la perfección. Seguimos con un Begihaundi con hongos, un particular 'mar y montaña' en el que los dos productos se



Xabier Martínez, en la imagen inferior, representa la cuarta generación familiar al frente del negocio.

presentan separados por un hilillo de salsa de piquillo y el comensal decide cómo consumirlos, juntos o combinados. Tomamos nota para volver a degustar este plato en otoño, con los hongos recién recolectados.

Pasamos al pescado con la merluza confitada sobre salsa de piquillo, otro claro exponente de la tradición. Sorprende la elección de Xabi al ser un pescado generalmente relegado en las degustaciones, pero el plato sale airoso debido a la frescura del género y la sabrosura de la merluza. En carnes, el ordiziarra se decanta por la Paloma, que nos enamora por lo ideal de su punto de cocción (ni sangrante ni demasiado hecha), su salsa, contundente y perfectamente ligada y la succulencia general del plato. Un exquisito

TEXTO: JOSEMA AZPEITIA (JAKITEA ELKARTEA)
FOTOS: RITXAR TOLOSA (ONDOJAN.COM)

puding de queso servido templadito resulta el colofón ideal a la comida.

Buenos menús y cuidada carta de vinos

En el Martínez, además de la carta, siempre encontraremos diversas sugerencias de temporada y una excelente oferta de menús.

Llama asimismo la atención la carta de vinos, en la que en vez de limitarse a un simple listado, Xabier ofrece tres líneas que informan sobre la Denominación de Origen, la uva o uvas con las que está elaborado, el tipo de crianza y el precio. Un trabajo que se agradece y que no es habitual en nuestro entorno. Además de los habituales Riojas, esta carta incluye vinos de Yecla, Navarra, Madrid, Dehesa del Carrizal, Priorat, Chile... así como diversos blancos y cavas.

RESTAURANTE MARTÍNEZ

C/ Santa María 10, ORDIZIA.
Tfno.: 943 88 06 41





LA EXPERIENCIA Y CAPACIDAD DE UN ESPECIALISTA

La dedicación de un equipo profesional con experiencia contrastada, la infraestructura adecuada para ofrecer el mejor servicio y la confianza de las mejores marcas, son nuestra garantía para atenderle con la mayor eficacia en Equipamiento para Hostelería y Frio Comercial.



Restaurante Maristi



Restaurante Arzak

- 1- Asesoramiento de proyectos: para la optimización de la dotación de su establecimiento.
- 2- Instalación del equipamiento.
- 3- Servicio post-venta: le atendemos con la mayor rapidez los 365 días del año y le aconsejamos en todo para el mantenimiento idóneo de su maquinaria.
- 4- Capacidad de respuesta: 1000 m² con almacén de maquinaria y repuestos, taller de reparación, oficinas y exposición.
- 5- Garantía de marca: la que ofrecemos a nuestros clientes como distribuidores oficiales de los más reconocidos fabricantes.

Todo, para ofrecerle la dedicación más profesional a su establecimiento actual o futuro.

CONFIANZA MUTUA

Con toda seguridad, cuando dos líderes se unen el resultado es difícil de superar. Por eso HOSFRINOR y FAGOR trabajamos juntos. Y HOSFRINOR, líderes en Gipuzkoa en Equipamiento para Hostelería y Frio Comercial, contamos con el respaldo de ser distribuidor oficial de Fagor Industrial para Gipuzkoa, y así ofrecer a nuestros clientes las garantías, la tecnología y las últimas incorporaciones al mercado de los productos Fagor.



www.hosfrinor.com

HOSFRINOR - ESPECIALISTAS EN EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL PARA HOSTELERIA
POKOPANDEGI 8 - 20018 DONOSTIA - E.MAIL: hosfrinor@hosfrinor.com
TELEFONO 943 212 128 - 943 212 138 - FAX 943 219 582

EXPOSICION: AVDA. DE TOLOSA, III - 20018 DONOSTIA

La Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa quiere dar la bienvenida a los nuevos asociados y desearles todo lo mejor en sus negocios.

A continuación os presentamos a algunos de ellos.

Nuevos asociados

> Barkau, Bar	Donostia	> Elosta, Bar Rte.	Donostia
> Emilio Berri Taberna, Bar	Donostia	> Akara Café, Bar	Eibar
> Korneer Tamarindo	Zarautz	> Etxola, Cafetería	Lezo
> Casa Martin, Bar Rte.	Donostia	> Coyote, Bar	Beasain
> Gott Taberna, Bar	Donostia	> Topaleku, Bar	Urnieta
> Amets, Bar Rte.	Tolosa	> Ilunpe, Bar Rte.	Elgoibar
> Melchor, Bar Rte.	Donostia	> Gaztelu Txiki, Bar Rte.	Donostia
> Salbide, Bar Rte.	Zarautz	> Rummy, Bar Rte.	Lasarte-Oria
> Belauntzako Ostatua	Belauntza	> Egiburu, Bar Rte.	Errenteria
> Va Bene, Bar	Donostia	> Edelweiss, Bar	Irun
> El Caserio, Bar Rte.	Pasaia	> Egarri, Bar	Donostia
> Il Capo Donostia. Rte.	Donostia	> El Bule, Cafetería	Irun
> Goxo Denda, Cafetería	Hondarribia	> Urki Berri, Bar	Andoain
> Arkupe, Bar	Beasain	> Kuttun, Bar	Donostia
> Hegoalde, Cafetería	Donostia	> Mendaur, Bar	Donostia
> Udane, Cafetería	Donostia	> Galway Irish Pub	Bergara
> Garakari, Bar Rte.	Lasarte-Oria	> Santa Barbara, Bar	Donostia



AKARA CAFE BAR

En el Akara, ubicado en pleno centro de Eibar, podrás probar pintxos diferentes y degustar su selección de vinos. Con una cocina muy cuidada, ofrecen menús diarios con una amplia variedad de platos y la posibilidad de comer un único plato a elegir de su menú. Cabe destacar de este establecimiento de reciente apertura que es especialista en la elaboración de hamburguesas y bocadillos. Para

aquellos que sean aficionados al gin-tonic disponen de una carta de gin-tonics premium y combinados especiales que serán, sin duda, fiel acompañante de las actuaciones semanales de monologuistas que se realizan todos los viernes.

Dirección:

> Plaza Unzaga, 4
20600 Eibar
> Teléfono: 943043782

ARKUPE TABERNA

Datorren martxoaren 14an hamargarren urteurrena beteko du Arkupe tabernak Idoia Moyuaren gidaritzapean. Lan bikaina egin dute hamarkada honetan eta bezerorik ez zaie falta.

Zalantzarik gabe, kafea hartzeko taberna aproposa da Kale Nagusiko hau. Bi terraza handi ditu, itzalean bata eta eguzkitan bestea, eta urte

osoan kalean egoteko aukera ematen du. Ez da gauza txarra herriko parke estali bakarra bertan dagoela kontutan hartuta. Bestalde, benetan jatorrak dira bertan lan egiten duten zerbitzariak eta tratu bikaina ematen diote bezeroari.

Helbidea:

> Kale Nagusia, 46
20200 Beasain
> Telefonoa: 943085110

KOYOTE TABERNA

Gabonetan ireki dute berriro ere Koyote taberna Ekaitzek eta Itsasok. Lagunekin egoteko ametsetako lokala sortu dute lan egin eta berritzeko ilusio ikaragarria duen bikote honek. Giro onean, jende jatorrarekin, arratsalde osoa eroso egoteko sofak eta kuxinak dituzte. Eta musika ona ez da falta. Asteazken zehar rocka da nagusi eta asteburuetan jaiak egiteko asmoa dute, San Valentin egunean antolatutako zutena bezalakoak. Bezeroak ondo zaindu nahi dituzte, zerbitzu gehiago eskainiz eta gauean protagonismoa beraie eskainiz.

Helbidea:

> Zaldizurreta kalea, z/g
20200 Beasain
> Telefonoa: 943 88 45 42

GALWAY IRISH PUB

En un sitio tan céntrico como es la plaza San Martín Agirre de Bergara, está desde hace nueve años el Galway Irish Pub, un establecimiento típico irlandés que trabaja con variadas marcas de cervezas de importación y también con Heineken. De su cocina, además de sus pintxos y raciones, se pueden destacar los bocadillos al gusto del consumidor. Existe una amplia lista de ingredientes entre los cuales el cliente puede elegir y confeccionar así su bocata preferido.

El Galway abre bien temprano por la mañana para servir desayunos y cierra entrada la noche, después de servir todo tipo de cervezas y combinados a sus clientes.

Dirección:

> San Martín Agirre Plaza, S/N
20570 Bergara
> Teléfono: 943 76 30 86

BELAUNTZAKO OSTATUA

Parrillan espezialistak dira Belauntzako ostatuan. Bisitariak parrillamenua dastatu dezake 16 euroren truke. Lehen plater moduan, hiru aukera ematen dituzte: urdaiazpikoa zainzuriekin, arrain-zopa eta ganbak plantxan. Bigarren bezala, beste hiru: untxia, saiheskiak ala haragi txigortua eta bere garaian, sardinak, etxeko espezialitatea. Menutik at, denetatik dute. Arrainen artean, zapoak, kokoteak, bisiguak eta erreboiloak. Eta noski, ez dira falta txuletak, txerriku-meak eta arkumeak. Oso prezio onak dituzte eta leku lasaiean daude.

Helbidea:

> Hiriburu kalea, 23
20491 Belauntza
> Telefonoa: 616823707

GAZTELU TXIKI

En el barrio de Gros, en una calle tan tradicional de poteo como es Carquizano, está el Gaztelu Txiki, un bar-restaurante que destaca por su cocina, tradicional pero con toques modernos.

El Gaztelu Txiki ofrece un potente menú del día, pero también un completo menú de fin de semana y otro de degustación especialmente pensado para grupos.

En lo que a cocina en miniatura se refiere, es famoso por sus tortillas, croquetas, ensaladilla rusa y su mítico 'Mitxeñena', pero también por sus cuidados pintxos, como el langostino mariposa con salsa malagueña, el taco de solomillo con caramelo de mostaza de dijon con gusto de miel o la brocheta de rape y vieira con ajilimójili y almejas al natural.

Dirección:

> Carquizano, 3 bajo
20001 Donostia
> Teléfono: 943 32 79 97



Polígono Borda-Berri, 2
20140 Andoain (Gipuzkoa) • Spain
ganboa@ganboa.com • www.ganboa.com
Tel: +34 943 300 688 • Fax: +34 943 300 748



Centro Gráfico Ganboa

ingurumenarekiko errespetagarria den enpresa bihurtzen dute azken ISO 14001 eskuratzetik, ingurumen kudeaketa eranginkorra ezartzen duena, eta PEFC eta FSC ziurgatirik.

La reciente obtención de la ISO 14001, que establece una gestión medioambiental eficaz, y las certificaciones PEFC y FSC, hacen de Centro Gráfico Ganboa una empresa respetuosa con la naturaleza.

tendencias

01

DOSIFICADOR DE COPOS DE ORO COMESTIBLES

Las láminas de oro, tradicionalmente utilizadas como adorno, se pueden convertir también en un condimento con estas partículas que están elaboradas a partir de finísimas capas de oro comestibles, batidas y cuidadosamente preparadas que tienen un espesor aproximado de 0,000125 mm y un quilataje mínimo de 917/1000 de oro. La calidad de este producto siempre contenta los paladares más exigentes y puede estar en la mesa del restaurante en un máximo de 48 horas. Sirve para aderezar cualquier plato o postre, ya que se funden en el paladar, pero no cambian el sabor de los alimentos.

■■■ + info: www.elbuengourmet.es



02

BEROA EMATEN DUEN HAUTSONTZIA

Beroa emateko gai den hautsontzia merkaturatu du Tecnak. Azkenaldian, tabakoaren kontrako legea dela eta, erretzera kalera irten behar izaten duten horientzat sortutako gailua da. Horrez gain, beroa ematen duen mahai borobila plazaratu du empresa honek. Mahai horren inguruan norbait dagoen antzemateko detektagailuak ditu eta inor ez badago, itzali egiten da berogailua, energia aurreztuz. Marka honetako berogailuen sistematik elektrizitatea zein gasa darabiltenak izan daitezke.

■■■ info +: TECNA | www.tecna.es | Tel.: 916 282 056



03

PURÉ DE FRUTAS CONGELADO, EN VEZ DE SIROPE

La cooperativa francesa Sicoly – Sicodis ha sacado al mercado su línea de purés de frutas congelados, una alternativa a los tradicionales siropes utilizados no sólo en los postres, sino también en los cócteles, aportando el sabor de la fruta más auténtica, además de sus valores nutricionales. También hay que destacar su formato de venta: una botella flexible de un kilogramo que se apoya sobre un gran tapón con una válvula antigoteo. Albaricoque, fresa, frambuesa, manzana verdeo frambuesa son sólo algunos de los 17 sabores de esta gama.

■■■ + info: SICA SICODIS | www.sicoly.fr | Tel.: (+33) 47848 30502



04

SAGARDO GOXO EKOLOGIKOZ EGINDAKO GELATINA

Crivencar enpresak, Tierra Astur marka erabiltza, sagardo goxo ekologikoz egindako lehen gelatina plazaratu du. Gosariak eta meriendak osatzeko produktu ezinhobea da; gaztak eta jaki gaziak laguntzeko aproposa. Gelatina hau egiteko asturiar sagarra erabiltzen ari dira ehuneko ehunetan. Horrek egitura uniforme eta urre-koloreko tonuak ematen dizkio gelatinari, baita sagar usain iraunkor eta gustagarria ere. Ahoan oso egitura atsegina du eta 240 gramoko formatuan saltzen ari dira.

■■■ info +:

CRIVENCAR | www.productosdeasturias.com | Tel.: 985 794 215



05

PASTA ECOLÓGICA EN FORMATO HOSTELERO

Pastas Romero ha desarrollado una nueva gama de pasta ecológica para hostelería, elaborada íntegramente con sémola de trigo duro ecológico que proviene principalmente de Aragón. Inicialmente, esta línea consta de tres tipos de pasta (spaghetti, plumas nº4 y fideo cabello), y se comercializa en formato de 5 kg. Como en el resto de sus especialidades, esta firma únicamente emplea ingredientes totalmente naturales y de primera calidad (huevo pasteurizado, espinaca y tomate principalmente), sin ningún tipo de aditivo, colorante o agente artificial.

■■■ + info: PASTAS ALIMENTICIAS ROMERO

Tel.: 976 800 105 | Web: www.pastasromero.com



06

'POCHETTES' QUE TE LLEVAN AL MUNDO VIRTUAL

Europochette presenta un novedad mundial: las fundas de los cubiertos pueden comunicarse con el cliente a través de cualquier imagen impresa en ellas. Escaneando con el móvil su superficie, se podrá acceder a la llamada 'realidad aumentada' y, por ejemplo, ver la cocina del restaurante en directo vía webcam, los trailers de las películas del cine más cercano o cualquier otro contenido. Con la app gratuita Layar, que da muchas más posibilidades que el código QR, el hostelero puede hacer de sus pochettes unas potentes herramientas de marketing.

■■■ + info:

EUROPOCHETTE IBÉRICA | www.europochette.es | Tel.: 937 210 416



“Trabajamos con productos de temporada”

Álex Múgica lleva ya cuatro años en el restaurante del Hotel La Perla; desde entonces, ha querido ajustar los precios acorde con la demanda

ÁLEX MÚGICA es propietario del Hotel Restaurante Basa Kabi de Leitza (Navarra), consultor en restauración y director de varias asociaciones de cocineros. En 2009, se trasladó al emblemático Gran Hotel La Perla (Pamplona), el conocido restaurante Hostal del Rey Noble.

¿Por qué se trasladó a Pamplona?

Después de una larga trayectoria en Leitza, pasamos por una serie de diferentes etapas, la última fue en 1995, que retomé yo el negocio después de haberlo tenido dos años alquilado.

En el 2005 volvimos a levantar el negocio, pero nos dimos cuenta de que hacía falta una fuerte inversión para reformarlo. Y en el 2007, al ver que no hacía una inversión total, me ofrecieron la oportunidad de trabajar en el Hotel La Perla. Este restaurante, al ser un hotel de cinco estrellas, tiene cierto prestigio, así que me anime a venir aquí.

El restaurante del Hotel La Perla, ¿qué tiene de encanto?

Aquí podemos conjugar varias cosas; yo creo que primero la historia que tiene el establecimiento, es un hotel centenario de más de cien años.

Por otro lado, está ubicado en el corazón de Pamplona y por tanto es un establecimiento prácticamente conocido por todo el mundo. El restaurante

Álex Múgica, sentado en una de las mesas del restaurante.

tiene la entrada en la famosa calle Estafeta y eso le da un encanto especial. También, internamente, la decoración tiene su encanto; estaba basada en el antiguo restaurante Las Potxolas.

¿Cuál es el plato estrella del restaurante?

Ahí me has pillado un poco (se ríe). No sé si tenemos un plato estrella, pero por ejemplo, hay un plato que siempre lo hemos tenido y que sigue manteniéndose, el huevo: huevo con trufa, foie y patata, por ejemplo.

Lo primero vaciamos el huevo, lo cocemos y lo rellenamos con esto que te he comentado (trufa, foie y patata). Es un plato que gusta mucho a la gente, porque lo servimos en el cartón del huevo; la presentación es original, gusta mucho y ha encajado muy bien. Normalmente, mantenemos ese mismo plato pero cambiamos el contenido del huevo en función de los productos de temporada.

¿Cómo resumiría su día a día en el trabajo?

Mi día a día, como el de cualquier otro cocinero. En un restaurante no te encargas solo de cocinar, sino también de gestionar.

Por ejemplo, elaborar la carta, que va cambiando en función de la temporada y actualizar los platos también según los productos del momento.

A las mañanas, estoy en la oficina, encargándome de la gestión del restaurante y después,

durante el servicio, estoy en la cocina con el resto del equipo. A las tardes parecido, si no hay mucho trabajo voy a la oficina, si no me encargo de atender al servicio.

También tenemos un bar; un complemento del restaurante, que está funcionando muy bien y sobre todo los fines de semana hay mucho movimiento y eso hace que tengamos que estar muy pendientes del servicio.

Menciona un bar como complemento del restaurante, ¿qué tipo de clientes hay en el bar?, ¿y en el restaurante?

La clientela es muy variada tanto en el bar como en el restaurante. Encontramos parejas jóvenes, familias celebrando algún cumpleaños, despedidas o cenas de empresa.

Cuando vinimos aquí, quisimos de alguna manera suavizar los costes; establecer unos precios acorde con la demanda y a la situación que estamos viviendo. Tenemos menús desde veinticinco hasta treinta y nueve euros y de cuarenta y cinco los fines de semana.

En un futuro, ¿le gustaría trasladarse a otra ciudad?

Nunca se sabe, bastante tenemos con lo que tenemos, no son tiempos para expandirse, pero sí tenemos en mente darle un cambio al establecimiento en un futuro cercano. Ahora pretendemos hacer una oferta más extensible a todo el público y que la gente con un poco de más dinero tenga la oportunidad de probar nuestra cocina y nuestros platos.



EKOGRAS

www.ekogras.es

Tel. 902 366 251



OLIOA
BIRZIKLATZEN DUGU
MUNDU JASANGARRI
BATENGATIK
RECICLAMOS EL
ACEITE
POR UN MUNDO MAS
SOSTENIBLE

Gure galkako bilketa puntuetan **BIRZIKLATZEN** dugu
RECICLAMOS en nuestros puntos de recogida selectiva

Olio erabilia **BILTZEN** dugu biodiesela egiteko
RECOGEMOS aceites usados para elaboración de biodiesel

Horeka sektorearekin, mankomunitateekin, udaletxoekin eta
nekazaritzako elikagaien industriarekin **LAN EGITEN** dugu
TRABAJAMOS con el sector Horeca, Mancomunidades,
Industria Agroalimentaria, Ayuntamientos



Patrocinador del
Concurso el Cocinero del Año

www.makro.es



Descubre el programa
DELIVERY:



Delivery 902 25 26 27

LLEVAMOS LA RENTABILIDAD A TU NEGOCIO

makro