

ejemplar gratuito

ANFITRION

Revista de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Almería - marzo 2009

almería - nº 3



00
0
0
0



asisa **salud**

Para ti y los tuyos

asisa **plus**

Porque quieres más para tu salud

asisa **autónomos**

Por tu tranquilidad

asisa **hospitalización**

Más que atención sanitaria

asisa **accidentes**

Por los que más quieres

asisa **previsión**

Por la que pueda pasar

asisa **dental**

Para que tu boca hable de salud

Y ahora también:

asisa *vida*

■ | Disfruta de la diferencia en el cuidado de la salud

Cierto que ASISA, desde siempre, ha dado un valor máximo al conocimiento y a la tecnología, lo que le ha situado en una posición de vanguardia.

Pero ASISA ha alcanzado el liderazgo por su forma de entender la asistencia sanitaria, en cuanto a calidad, trato y sensibilidad para anteponer la atención al paciente a cualquier otro interés.

Un estilo cercano que también tiene en cuenta tus sentimientos y tu bienestar. Ésta es la diferencia que puedes apreciar y valorar como asegurado de ASISA.

asisa 
Somos médicos



Hoy volvemos a denunciar... la subida de la luz

Cuando por el mes de noviembre – diciembre Ashal denunció públicamente en los medios de comunicación la indignación del sector hostelero de Almería ante una subida en la tarifa eléctrica de hasta un 36%, fueron pocos, muy pocos, los que se hicieron eco de la noticia. Reproducimos íntegramente la nota de prensa que enviamos a los distintos medios de comunicación y que, como decimos, solo consiguió –en el que mas- tener una mínima acogida de no más de cinco o seis renglones:

Indignación en el sector hostelero de Almería por una subida en la tarifa eléctrica de hasta un 36%

El sector se siente rehén de Endesa Sevillana ya que no hay alternativas a las que acogerse

ALMERÍA.- El sector hostelero de la provincia de Almería ha expresado su indignación a través de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería (ASHAL) por lo que considera una “subida abusiva” de la tarifa eléctrica. Como ha constatado esta organización son “muchos los asociados que nos han expresado sus quejas por unos incrementos en el recibo de la luz que llegan hasta el 36%”.

Según explica ASHAL las subidas que han experimentado las empresas hosteleras “penalizan, incluso las horas de menor consumo” y son de un 22%, un 27% y hasta un 36% según sea el consumo en hora punta, llano y valle respectivamente. “Dado que no hay ni libertad de competencia ni de precios, el sector se siente rehén de la compañía Endesa Sevillana, concesionaria del servicio en la provincia”.

Denuncian los hosteleros que “con estas subidas es muy


difícil para nuestro colectivo poder contener los precios ya que los beneficios empresariales ya llevan mucho tiempo conteniéndose”. Como destaca ASHAL, la energía eléctrica es un capítulo esencial en este sector ya que son muchos los elementos que se utilizan, como son los frigoríficos, la iluminación o los hornos y cocinas, que dependen de la energía eléctrica. “A pesar de que los hosteleros están haciendo un importante esfuerzo para reducir la tarifa sustituyendo en el alumbrado las bombillas por otras de bajo consumo, haciendo uso de tarjetas llave o sensores de presencia, entre otros, todavía es mucha la dependencia que existe del sector eléctrico y por tanto de los precios que éste marca y con subidas como las que ha aprobado el Gobierno de España es muy difícil tener unos precios competitivos”.

“Una subida escandalosa al margen de la propia inflación es difícilmente asumible para este sector”, señala. El problema, explica ASHAL es la falta de alternativas con las que se cuenta dado que energías alternativas como el gas ciudad no puede ser utilizado por muchas empresas, como por ejemplo, aquéllas que se encuentran ubicadas en el casco histórico de Almería capital. Lo mismo sucede con el gasoil.

Confiamos en que subidas de tarifas por suministros como las denunciadas en este comunicado no vuelvan a producirse en un futuro por el bien de un sector que como el nuestro tiene una enorme dependencia de ellos.

Antonio Martínez Martínez
Presidente de ASHAL

ANFITRIÓN ES UNA PUBLICACIÓN EXCLUSIVA DE ASHAL (Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Almería).

Director: Mariano Carmona Croce. **Consejo Editorial:** Isabel Juan Rodríguez. **Realización:**  Avda. de Pablo Iglesias, 23 - 2º. 04003 Almería. Tel.: 950 953 220 Fax: 950 953 221. **Redacción:** Isabel Juan Rodríguez **Diseño:** Diego Gabrielli, Mariano Carmona Croce. **Publicidad:** Diego Gabrielli. Tel.: 950 953 220. **E-mail:** info@revista-anfitrion.com. **Ilustración:** Fernando Carmona Croce, Mariano Carmona Croce. **Imprenta:** Gráficas Piquer. **Depósito Legal:** AL-967-2008. **Periodicidad:** Trimestral.

ASHAL no se hace responsable de las opiniones reflejadas en los artículos firmados. Autorizada la reproducción citando procedencia. Anfitrión es una revista abierta a su participación. Si quiere ofrecernos su opinión, sugerir temas que sean de su interés, informarnos de las promociones, jornadas, degustaciones, acciones y similares que va a llevar a cabo en su establecimiento puede contactar con nosotros en: ashal@ashal.es

JUNTA DIRECTIVA DE ASHAL. Presidente: Antonio Martínez Martínez. **Vicepresidente Sector Restauración y Primero:** Juan Jose Bautista Sevilla. **Vicepresidente Sector Cafés Bares:** Juan José Algarra López. **Vicepresidente Sector Hospedaje:** Pedro Bautista Sevilla. **Secretario:** Francisco Sierra Sánchez. **Tesorero:** Jose Requena López. **Vocales:** Lázaro López Montoya, Armando Zamora Pérez, Mariano Lopez Arroyo. **Gerente:** Isabel Juan Rodríguez.

PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL: En cumplimiento con la Ley Orgánica de protección de Datos Personales, le informamos que ASHAL es responsable de ficheros de datos personales que están actualmente inscritos en el Registro General de Protección de Datos Personales, de consulta pública. Le informamos como destinatario de esta revista que los datos personales utilizados para el envío de esta publicación están incluidos en los citados ficheros y serán tratados por ASHAL de acuerdo con las exigencias de la LOPD y del Reglamento de Medidas de Seguridad. Por otra parte, le informamos que sus datos personales pueden ser comunicados a la empresa editora de esta revista con la única finalidad de gestionar el envío de la misma. Además, y en cumplimiento de la LOPD le informamos que usted puede oponerse al tratamiento de sus datos personales, dirigiéndose por escrito a ASHAL en calle Los Picos, 5 – 1-3 (Almería). Así mismo, usted puede consultar los datos personales de los que usted es titular pudiendo ejercer los derechos de acceso, rectificación, oposición y cancelación.

Anfitriones



Nueva sección en Revista Anfitrión!!

A partir del próximo número, todos los asociados a ASHAL, podrán enseñarnos los secretos ocultos tras su trayectoria.

Revista Anfitrión incluirá en cada número un amplio reportaje de un Restaurante o un establecimiento de Alojamiento asociado.

*Para inscribirse en esta nueva sección:
info@revista-anfitrion.com o 950 953 220*

*La selección de los establecimientos se realizará respetando el orden de inscripción.
La inscripción es gratuita para todos los asociados a ASHAL.

SUMARIO

DÍA A DÍA



POR Y PARA

Convenios y Colaboraciones de ASHAL con otras Entidades



MANO A MANO

EL VINO Parte 2: Del varietal a la denominación de origen



FORMACIÓN CALENDARIO

Turismo de cruceros



DICHO Y HECHO

El celéfaco en el Hotel



A LA CARTA

NOTICIAS COORDENADAS

Alpujarra Almeriense



CULTURA VIVA

Navidades, Popurrí tradicional

AGENDA DE EVENTOS

TABLÓN DE ANUNCIOS

TABLÓN DE ANUNCIOS

CANAL ASHAL

CONVENIOS Y COLABORACIONES CON OTRAS ENTIDADES

Energías renovables en el sector hotelero

ASHAL impulsa las energías renovables en el sector hotelero mediante un convenio con la empresa 9Ren España

ALMERÍA.- Antonio Martínez, presidente de ASHAL y Carlos Calvo, delegado de 9REN España, han suscrito un acuerdo de colaboración que tiene como finalidad impulsar las energías renovables en el sector hotelero y poner en marcha medidas de ahorro y eficiencia energética.

Una de las primeras actuaciones previstas es una toma de contacto del sector con 9REN España, líder en el sector de las energías renovables, de manera que los hoteleros conozcan de forma más detallada los beneficios de la energía solar y fotovoltaica para sus establecimientos así como los servicios "llave en mano" que ofrece esta empresa. Igualmente, ésta se compromete a buscar la fórmula más beneficiosa para cada establecimiento de acuerdo a las diferentes subvenciones que ofrecen las administraciones de cara a promover la implantación de energías limpias.

ASHAL lleva varios años inculcando entre sus socios las bondades de implantar sistemas de ahorro energético. La última jornada de estas características se celebró el pasado mes de octubre, en colaboración con la Agencia Andaluza de la Energía, para presentar la "Guía de eficiencia energética en el sector hotelero andaluz" y dar a conocer las ayudas que la administración andaluza concede en este tema.

Con la firma suscrita el pasado día 2 de febrero por la asociación y 9REN España se da un paso más en la implantación de energías renovables y ahorro en el consumo ya que ASHAL pone a disposición de sus asociados una empresa con solvencia y amplio conocimiento en el sector que podrá orientar de forma personalizada a cada establecimiento e incluso hacerse cargo no sólo del estudio de necesidades



sino también buscar las soluciones más óptimas para cada uno de los proyectos, auditar y supervisar cada instalación y llevar a cabo su mantenimiento, todo ello buscando la mejor financiación dado que también se compromete a gestionar las subvenciones a las que puede acogerse este sector.

Según un estudio de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, la utilización de elementos propios de la arquitectura bioclimática en el diseño de los edificios que albergan los hoteles junto al empleo de sistemas de producción térmica energéticamente eficientes y la implementación de planes de mantenimiento para las instalaciones pueden conseguir un ahorro energético superior al 40%.

9REN es un Grupo internacional nacido desde la unión de la española Gamesa Solar (ahora 9Ren España) y la empresa italiana Ener3. El Grupo cuenta con más de 93 MW de plantas fotovoltaicas realizadas en España en suelo y sobre cubierta, 147 plantas solar térmica y 160.000 captadores solares fabricados. 9REN tiene previsto una inversión de más de 600 millones de euros en los próximos 4 años. Su objetivo es la realización de instalaciones llave en mano por terceros y por el Grupo en el mercado mediterráneo. En el plan de crecimiento del grupo hay prevista la realización de plantas por 700MW entre Italia, España y otros países.

INTERsoft
Ofimática y desarrollo, S.L.

Soluciones al alcance de su dedo

Sistemas táctiles de gestión y venta para el sector hotelero.



Diseño



Flexibilidad



Fácil mantenimiento

Toshiba Partner

techni-web

EQUIPO ST-A10
+ Software RESTAWEB
+ Cajón portamonedas
+ Impresora TRST-A10

Desde
57€
mes*



*Importe basado en un PVP de 2.200€ (IVA no incluido) a pagar en 48 cuotas de renting + 1 cuota final de 44€.
Opción condicional a la aprobación previa de GREEN ALBUQUERQUE, S.A.

Incremento económico para el año 2009

Acuerdo de la Comisión Paritaria del Convenio Colectivo Provincial de Trabajo de Hostelería y Turismo sobre el incremento económico para el año 2009

Vigencia. El Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial de la Provincia, si bien los conceptos económicos se aplicarán retroactivamente desde el primero de enero de 2009.

Retribuciones. De conformidad a lo establecido en la Disposición Adicional Segunda del texto del Convenio, el incremento económico para el año 2009 queda fijado en el 4%.

• **Salario base.** El salario base vigente en el ejercicio 2009 será el que a continuación se detalla:

Nivel	Euros/mes
I	1042,97
II	977,07
III	940,42
IV	903,94
V	866,94
VI	598,01

Otros conceptos retributivos

Complementos salariales de puesto de trabajo

Nocturnidad (trabajos específicamente nocturnos). Atendiendo a que por las especiales características del sector parte de la jornada laboral puede realizarse durante el periodo comprendido entre las 10 de la noche y las 7 de la mañana, el personal que realice, al menos, cincuenta y cinco horas mensuales de su jornada laboral durante el indicado periodo, percibirá un complemento de puesto de trabajo de 99,68 euros mensuales. De otra parte, quienes realicen un número inferior de horas dentro del citado periodo, percibirán la cantidad de 0,99 euros por hora trabajada en el repetido periodo nocturno. Lo dispuesto en el párrafo anterior se entenderá sin perjuicio de una condición más beneficiosa, la cual subsistirá para aquellos trabajadores que vinieran disfrutándola.

Complementos salariales de calidad o cantidad de trabajo

Camas supletorias. Durante los meses de mayo a septiembre, los trabajadores que, como tarea añadida a la que conforma con carácter habitual el contenido de su prestación laboral, se les asigne la realización de camas supletorias, tendrán derecho a percibir la cantidad de 25 euros mensuales.

Minibares. Los trabajadores que, como tarea añadida a la que conforma con carácter habitual el contenido de su prestación laboral, tengan encomendada la reposición, revisión y vigilancia de los minibares, tendrán derecho a percibir la cantidad de 43,86 euros mensuales.

Complementos salariales en especie

Manutención. Los trabajadores de servicio de los establecimientos en que se sirvan comidas, tendrán derecho, como complemento salarial en especie, a recibir, con cargo a la empresa y durante los días en que presten sus servicios, la manutención. Este complemento en especie podrá sustituirse, a petición escrita del trabajador, mediante la entrega de la cantidad de 35,59 euros mensuales.

Alojamiento. En las empresas que realicen actividades de alojamiento en zonas turísticas, cualquiera que sea la clase de establecimiento, los trabajadores que presten sus servicios en la sección de pisos, tendrán derecho a que se les facilite alojamiento adecuado, pudiendo la empresa librarse de esta obligación mediante la oportuna compensación a metálico, cuya cuantía se fija en 8,86 euros mensuales. En todo caso, se respetarán las condiciones más beneficiosas con respecto a las pactadas en este artículo, por lo que subsistirán para aquellos trabajadores que vinieren disfrutándolas.

Indemnizaciones no salariales

Suplidos (Plus de transporte). Se establece un plus por dicho concepto de 80 euros mensuales para todas las categorías profesionales. Estas cantidades, de acuerdo con lo establecido en el artículo 26.2 del R.D. Leg. 1/1995, no tendrán la consideración de salario, por lo que estarán excluidos de la base de cotización a la Seguridad Social, según lo previsto en la legislación vigente.

Ayudas y seguros

Seguro de accidentes. Las empresas se comprometen a contratar con entidad aseguradora, póliza de accidente de trabajo sobre riesgo de muerte o invalidez permanente absoluta, derivadas de enfermedad profesional o accidente laboral, por importe de 21.291 euros de indemnización, la cual se abonará una vez sea firme la calificación. Esta póliza se formalizará dentro de los 90 días siguientes a la publicación de este Convenio en el B.O.P., entrando en vigor esta cobertura desde el mismo día de su formalización. En tanto no se contrate esta póliza seguirá vigente la cobertura del anterior Convenio.

Movilidad geográfica. El traslado, en los términos establecidos en el artículo 40 del Texto Refundido del Estatuto de los Trabajadores, causará en favor de los trabajadores afectados el derecho a percibir una compensación por gastos. La compensación a que se refiere el apartado anterior, comprenderá:

- La cantidad equivalente a dos mensualidades de salario

base. Dicha cantidad le será hecha efectiva al trabajador, con carácter inmediato a su traslado efectivo.

- Los gastos de viaje propios y los de sus familiares a su cargo, así como los de transporte del mobiliario y enseres, que les serán hechos efectivos previa su justificación.

Cuando el viaje se efectúe con vehículo propio, los gastos se abonarán a razón de 0,23 euros por Km. recorrido, desde la localidad de origen a la de destino.

- Cualquier otro gasto que el trabajador considere que se deriva del traslado, previa la oportuna justificación. A falta de acuerdo entre las partes, se estará a lo que resuelva la Comisión Paritaria, conforme al procedimiento previsto en el artículo 11 del Convenio.

En caso de desplazamiento, el trabajador tendrá derecho a que se le abonen los gastos propios de viaje, en los términos establecidos para el traslado, así como a percibir la cantidad de 23,22 euros diarios, en concepto de dieta.

Cuando la manutención y el alojamiento sean facilitados por la empresa no se devengará cantidad alguna en concepto de dieta. Cuando sólo le sea facilitada la manutención o el alojamiento, tendrá derecho a percibir, en concepto de dieta, la cantidad de 11,62 euros diarios.

Otros conceptos

Fiestas abonables y no recuperables. A los efectos de este artículo se consideran fiestas abonables y no recuperables las catorce fiestas (12 nacionales y 2 locales) que fija el calendario anual de fiestas, publicado en el Boletín Oficial del Estado. Los días festivos abonables y no recuperables, siempre que el productor los trabaje o coincida con su descanso semanal,

podrán compensarse con alguna de las siguientes opciones:

- a) Acumuladas al periodo anual de vacaciones.
- b) Disfrutadas como descanso continuado en un periodo distinto al de vacaciones.
- c) Compensadas en metálico, abonándose por tal concepto la cantidad de 71,65 euros por día festivo trabajado a todos los grupos profesionales, a excepción del grupo sexto que percibirá 47,78 euros por dicho concepto, igualmente por día festivo trabajado.

Estas opciones se efectuarán por mutuo acuerdo entre la empresa y el trabajador, respetándose los acuerdos existentes en la actualidad en cada empresa, respecto de la modalidad utilizada para compensarlas.

Subsidio por matrimonio. Todo el personal, tanto masculino como femenino, que opte por seguir trabajando después de contraer matrimonio, percibirán un subsidio, con cargo a la empresa, de 61,77 euros, por una sola vez. En el caso de que ambos cónyuges trabajen en la misma empresa, sólo percibirán este subsidio uno de ellos.

Pagode atrasos. Los atrasos que se originen como consecuencia de la aplicación retroactiva del presente Acuerdo, se podrán hacer efectivos por las empresas en el plazo de un mes a partir de su publicación en el B.O.P.

NOTA: el Acuerdo está pendiente en la actualidad de publicación en el B.O.P.

Jurisprudencia

El Juzgado de lo Mercantil 1 de Madrid anula las tarifas que Agedi cobra por la música en las bodas.

Más de 7.000 empresarios de hostelería de Madrid y Barcelona no tendrán que pagar las tarifas que Agedi les exige por el uso de la música grabada en los banquetes de bodas y similares. El Juzgado de lo Mercantil 1 de Madrid, en una sentencia de 2 de noviembre 07, ha declarado nulas estas tarifas dando la razón a la Asociación Empresarial de hostelería de Madrid-La Viña y al Gremio de Restauración de Barcelona que las habían impugnado. Hasta el momento Agedi imponía a los salones de bodas y banquetes por la utilización de la música grabada en los bailes una cuota fija mensual calculada según el aforo del local, sin tener en cuenta si efectivamente se celebra algún banquete o si éste incluía el uso de música. El juez establece en la sentencia que el derecho de cobro de Agedi solo se ha de devengar si el empresario usa la música en un banquete y no por el mero hecho de disponer de salones en los que celebrar los bailes de las bodas como sostiene Agedi. Así mismo, impone que la entidad gestora negocie con cada

empresario la cantidad a pagar por el uso de los productores fonográficos. En cuanto a la extensión de las consecuencias jurídicas de esta sentencia al resto de la hostelería y no solo a los establecimientos asociados a La Viña y al Gremio, el abogado de La Viña, Javier Zamora, apunta que la nulidad se puede extender al resto de establecimientos siempre que recurran la tarifa ante los tribunales y que "si la tarifa fue declarada ilegal para un gran colectivo de empresarios, Agedi no debería exigirla a otros".

Revista IH Industria Hostelera / nº 751



Heineken España recomienda el consumo responsable.

Menú Celíaco Infantil

(Por Margarita Núñez)

En este número queremos aportar ideas para que podáis satisfacer a vuestros clientes más pequeños pero más exigentes. Fijo que si sabéis ofrecer alternativas seguras para un niño celíaco, sus padres quedarán encantados y desearán regresar a vuestro local.

¿Qué podemos ofrecer a un niño celíaco que viene a nuestro restaurante?

Las personas celíacas pueden comer todo tipo de productos naturales, salvo los cereales prohibidos que son: trigo, avena, cebada, centeno y triticale.

Pueden tomar todas las carnes, pescados, huevos, legumbres, verduras, mariscos, frutas... en sus diferentes preparaciones (fritas, a la plancha, cocido, horneado, confitado...) siempre y cuando se utilicen para rebozarlos o empanarlos productos "aptos" y se tengan los cuidados debidos para manipular sus alimentos.

Primeros platos

No es ningún secreto que a los niños les encanta el arroz. Sería buena idea preparar un arroz de pollo y verduras pero "sin tropezones" que resultan tan molestos para los más pequeños. Todos sabemos cómo ocultar esos tropezones sin que se noten y sin embargo no perder ni un ápice de sus múltiples cualidades y sabor. Se debe de tener sumo cuidado en el colorante que se utiliza, ya que algunos llevan harina de trigo. Asimismo hay que evitar condimentar los guisos con pastillas de caldo, ya que la mayoría llevan gluten. (Existen supermercados que tienen estos productos como marca blanca garantizada sin gluten). Podríamos también prepararles un arroz blanco con tomate frito de alguna de las marcas permitidas (existen fabricantes y supermercados que etiquetan correctamente sus productos y podemos verificar que están exentos de gluten).

Asimismo, si el paladar del pequeño lo permite, se le podrían ofrecer "entremeses" que incluyan jamón serrano, queso, almendras fritas por nosotros en un aceite "limpio", tomate en rodajas, jamón York siempre que sea de calidad "extra" y otros embutidos si tenemos la certeza de que son sin gluten. Si al niño le gusta, también podremos ofrecerle pescados ahumados ya que por su naturaleza no contienen gluten.

Segundos platos

Es de sobra conocido que a los niños les encanta la carne empanada y también sabemos que el pan tiene gluten. Bueno, pues os voy a enseñar un truco que hará que los empanados queden mucho más crujientes y sabrosos que los que venís utilizando hasta ahora y lo que es mejor, con la total seguridad de que están exentos de gluten. El truco está en utilizar copos de puré de patata para empanar, vale cualquier marca siempre que solo sean copos de patata, sin añadidos de sabores o aromas.

También podéis utilizar para rebozar pescado o albóndigas caseras harina de garbanzos pero tenéis que aseguraros de que está libre de gluten. Yo os recomiendo que la hagáis vosotros triturando juntos la misma cantidad de harina sin gluten (por ej. Maizena) y de garbanzos secos a los que podéis añadir un



diente de ajo pelado y unas ramitas de perejil para aromatizar. Seguro que cuando lo probéis no volvéis a utilizar otra harina para rebozar pescado. Tortillas en cualquier variedad, siempre que los ingredientes que ponemos sean sin gluten, son aptas para su consumo por personas celíacas. Otra opción sería ofrecerles hamburguesa o salchichas que a todos los niños les encantan, pero

hay que tener cuidado que no tengan gluten. Yo os recomendaría que las hamburguesas se preparen caseras sin añadidos de pan ni harinas y se acompañen de patatas fritas en aceite "limpio" o ensalada.

Postres

Ahora que entramos en la primavera y tendremos gran cantidad de frutas, mi consejo es que se les prepare un plato atractivo con variedades de fruta de temporada pelada y cortada, si combinamos bien los colores puede resultarles atractivo así como si les preparamos brochetas de frutas variadas.

Otra opción son los helados, yogures o preparados lácteos, muchos de ellos ya con la etiqueta "sin gluten". Si desconocemos las marcas aptas, es fácil poder ofrecer unos cuantos con total seguridad, ya que los helados de hielo (polos) no tienen gluten, los helados de sabores de nata y vainilla tampoco, cuajadas frescas, requesones y kefir, son aptos y los yogures naturales (enteros, desnatados, enriquecidos, azucarados, bifidus...) también están exentos de gluten de forma genérica, independientemente de las marcas.

Ofrecer la fruta con una bola de helado en el centro, sería también una buena opción.

Algunos consejos generales

El gluten no sólo debe evitarse de forma directa (no consumiendo lo que claramente lo contiene), sino en la llamada "contaminación cruzada": un alimento que por su naturaleza no contiene gluten, pero se prepara o está próximo a algo con gluten, (básicamente harina o migas de pan), puede terminar contaminado.

- No debe exponer su comida a riesgos de harinas o migas de pan.
- No utilizar un aceite en el que se hayan preparado rebozados con gluten
- No puede utilizarse un utensilio sin limpiar (espumadera, tabla de cortar, cucharas para remover, cuchillo de untar o de cortar...) que se esté utilizando para comida con gluten.
- No debe tocarse su comida si antes se ha tocado algo con gluten
- No debe cortarse un embutido para un celíaco sin antes haber limpiado la máquina y despreciado la primera loncha.

Margarita Núñez es presidenta de Aspeceal Almería

Para cualquier consulta o solicitar información o formación específica, no dudéis en ponerlos en contacto con la Asociación:

Apartado de Correos 1137 - 04080-ALMERÍA

aspeceal@gmail.com

Telf.: 689 044 999

http://aspeceal.blogspot.com

Entrevista a Iván González Moreno



Charlamos con D. Iván González Moreno, responsable de la consultora ACSILOPD, y a través de esta entrevista nos acercaremos a la evolución de esta empresa, al panorama de la Protección de Datos en nuestra comunidad y a la colaboración con ASHAL.

¿Cuál ES LA EVOLUCION DE ACSILOPD?

ACSILOPD es una empresa creada y desarrollada en Andalucía; aquí nace, desde aquí crece y aquí conserva sus principales delegaciones. No obstante, su rápido crecimiento hace que en los planes de expansión para el próximo año este contemplada la apertura de nuevas oficinas en Andalucía, y alguna más fuera de nuestra Comunidad, pero siempre sin olvidar lo que nos hace diferentes al resto, un servicio profesional, personal y siempre presencial. No creemos en software que hacen el trabajo por la persona y que por muy bien realizados que estén jamás recogen las peculiaridades de cada empresa, que le aseguro que existen. Gracias a esta forma de funcionar tenemos Convenios con Asociaciones de importancia en nuestra Comunidad, como APROCOM, FAC, FACEMAP, AECA, AGLA, AEHCOS, etc.

¿A qué se dedica ACSILOPD?

ACSILOPD se dedica única y exclusivamente a la adaptación a la Ley de Protección de Datos y a la LSSI de instituciones tanto públicas como privadas. No realizamos otra actividad, no es un departamento más en la consultora, no es un servicio complementario. Para nosotros la Adaptación a la Ley de Protección de Datos es nuestra razón de ser y esta especialización hace que nuestro servicio sea diferente, en un ámbito poco desarrollado y escasamente profesionalizado.

¿Es obligatoria dicha Adaptación?

Por supuesto, la Adaptación es obligatoria. Cualquier empresa, asociación o autónomo dispone de datos personales, tanto de sus clientes, como de sus proveedores y empleados, y todos estos datos deben estar sujetos a unos procedimientos recogidos en la Ley. El no cumplir dichos procedimientos puede provocar la correspondiente inspección y la consiguiente sanción por importes que pueden oscilar entre los 600 y los 600.000 Euros.

¿Conocen los empresarios esta obligación?

La mayoría de las empresas desconoce que incumple la Ley por lo que nuestro trabajo pasa primero por informar y formar para posteriormente adaptar. Como anécdota diremos que es habitual encontrar empresas que tienen instalado un sistema de seguridad, generalmente cámaras de vigilancia, sin que las mismas se encuentren dadas de alta ante la Agencia Española de Protección de Datos ni gocen de las medidas de protección necesarias para estos dispositivos. Es habitual que las empresas de seguridad instalen las mismas pero lo normal

es que no realicen ninguna otra actuación en este sentido.

¿Cómo surge la idea de la colaboración con Ashal?

La verdad es que surgió de manera natural, puesto que tras firmar un Convenio con AEHCOS (Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol), nuestra empresa es líder en la adaptación a la mencionada Ley de los Hoteles, Pensiones, Hostales y Campings de la Costa del Sol. Tras terminar nuestro trabajo en esta zona, nos dirigimos a Ashal y hemos comenzado una colaboración entre ambas instituciones que confiamos reportara grandes ventajas tanto a la Asociación, como a sus asociados.

¿Qué beneficios obtendrán los asociados y asociaciones con este convenio?

En primer lugar, tendrán un asesoramiento totalmente gratuito en esta materia pudiendo consultarnos todo aquello que estimen necesario. En segundo lugar, se ofrece la posibilidad de solicitar subvenciones que harán que el coste de la adaptación sea mínimo o ninguno. Por ello, animamos a todos los asociados a que nos pregunten, consulten y contacten con nosotros.

Más información: Ashal – 950 28 01 35

Servicios ofrecidos por ACSILOPD

Entre las FUNCIONES de esta empresa encontramos las siguientes:

A) En el marco de la Ley de Protección de Datos

- Diagnóstico e inscripción de ficheros
- Redacción de cláusulas de información, contratos prestación de servicios etc. . .
- Documento de seguridad
- Adaptación de Seguridad
- Adaptación de los sistemas de información
- Implantación de medidas de seguridad
- Seguimiento y control de los procedimientos
- Auditoría Bienal
- Defensa Jurídica
- Formación del personal

B) En el marco de la Ley de Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico

- Análisis sobre cumplimiento de la LSSI-CE
- Escrito para registrar el nombre de dominio
- Redacción de cláusulas de información y cláusulas legales sobre protección de datos
- Política de enlaces
- Limitación de responsabilidades
- Revisión y adecuación de los contratos en el marco del comercio electrónico.
- Adecuación de las comunidades comerciales

CONSULTORES Y ASESORES EN PROTECCIÓN DE DATOS Y LSSI-CE



**Nuestra experiencia
y especialización
es su SEGURIDAD**



ACSILOPD S.L.
Delegación Andalucía • C/Carrera, 11 Bajo
Villanueva del Rosario (Málaga) • CP: 29312
Tel.: 952 74 29 71 • Fax: 952 74 22 25
e-mail: info@acsilopd.es
www.acsilopd.es

Consejos sobre lo que hacer cuando el cliente pide una hoja de reclamaciones

No conocemos hosteleros que no hayan sufrido en algún momento la recriminación de un cliente que, enojado, pide una hoja de reclamaciones afirmando que "nos va a denunciar" y que "nos vamos a enterar" por esto que le ha pasado o aquello que le enfadó. A nuestro modo de ver, son gajes del oficio, y como tales debemos tratarlos. Aunque muchos ya tendrán su propio "librillo" para afrontar estas situaciones, podemos dar a los demás algunos criterios que, aunque en su mayor parte son más de sentido común que jurídicos, nos han de permitir salir airosos de más de un conflicto. Veamos.

1- Mantener la calma cuando el cliente está alterado. Somos profesionales de la hostelería, dedicados a la atención al público y como tales se nos exige mantenernos serenos.

2- Determinar si el cliente está justamente alterado por algo en lo que hemos fallado o ya venía con su crispación y lo está pagando con nosotros. Es importante para determinar como debemos actuar.

3- Si creemos que el cliente está justamente alterado por algo en lo que realmente hemos fallado, intentemos reconducir la situación, disculpémonos y veamos como compensarle. Una compensación a tiempo tiene una doble ventaja: es seguramente mucho más barata que una sanción y, además, puede lograr recuperar al cliente que, tras calmarse, probablemente acepte nuestras disculpas y no formule reclamación.

4- Si el cliente está exageradamente crispado en relación a la causa real de su disgusto, probablemente su problema se origine fuera del establecimiento. En este caso, hagamos lo

Modelo de cartel informativo de la existencia de hojas de quejas y reclamaciones



Este establecimiento tiene hojas de quejas y reclamaciones a disposición de las personas consumidoras o usuarios que las soliciten.

This establishment has claim and complaint forms available for consumers or users who may request for one.

que hagamos, hay pocas posibilidades de que se calme. Así, que haga el cliente lo que quiera.

5- Ideas claves ante la presentación de una reclamación por parte de un cliente:

- Nunca se niega al cliente la hoja de reclamación. Si se hace, solo empeoraremos las cosas. Corresponde al cliente remitir la reclamación a la Administración y, en la mayoría de los casos, pasado el disgusto, gran parte de las reclamaciones cumplimentadas no llega a presentarse ante la Administración.

- Nunca escriba en la Hoja de Reclamaciones su versión porque Vd. también puede estar alterado y lo que escriba podrá ser utilizado en su contra.

- Siempre deberá firmar la hoja de reclamación lo que no implicará la aceptación de la versión de los hechos dada por el reclamante. Si lo prefiere puede indicar junto a su firma la expresión "no conforme"

- Siempre deberá contestar al reclamante en el plazo de diez días de forma que quede constancia de dicha respuesta (correo certificado con acuse de recibo, burofax, etc.). Si lo prefiere, puede contactar con la asesoría jurídica de Ashal para que le confeccione el escrito de contestación a la reclamación para lo cual será de ayuda el que Vd. anote lo que pasó, quien lo vio, etc.

6- No olvide quien es quien en el expediente administrativo que abran como consecuencia del incidente. El cliente no ganará ni perderá nada cualquiera que sea la resolución

del expediente: si le imponen a Vd. una multa, la cobrará la Administración, no el cliente. Por lo tanto, conviene no olvidar que su oponente en un expediente administrativo es el funcionario tramitador que no estuvo en el incidente narrado y que no tiene para tramitar el expediente más datos que lo que haya contado el cliente en su reclamación o pueda ver personalmente, unos meses después en una visita de inspección. En definitiva: lo que Vd. acepte, de todo lo que diga el cliente, será lo que se emplee en su contra. Si tiene que tener claro que si el contenido de la queja es comprobable en visita de inspección, seguramente dentro de un tiempo recibirá al inspector de consumo para comprobar la veracidad de la reclamación, por lo que conviene que corrija el motivo de la queja de inmediato.

7-Finalmente, si la reclamación está fundada, porque realmente "la ha fastidiado", el cliente estaba justamente alterado, no aceptó compensación alguna, nadie vio el incidente, que además es comprobado en visita de inspección, pues prepare el talonario porque el suyo es uno de los supuestos que permiten a la Administración cuadrar el presupuesto.

Aprovechamos este artículo para recordarle que el Decreto 72/2008, regula las nuevas hojas de quejas y reclamaciones así como los nuevos carteles anunciadores, que no serán de uso obligatorio hasta el 27 de junio de 2009. Solicite en Ashal sus nuevas hojas de reclamaciones y su nuevo cartel oficial si no quiere ser objeto de un expediente sancionador.

Formación específica para el sector Hostelería

- **Acreditación de Manipulador de Alimentos de Mayor Riesgo**
- Idiomas
- Informática
- Legionela
- **Prevención de Riesgos Laborales**
- Etc

Póngase en contacto con nosotros a través del e-mail:

- almerimatikformacion@a2000.es
- almerimatik.edu@a2000.es

Vea nuestro catálogo de cursos en la página web:

- www.almerimatik.es/formacion



almerimatik
Formación

C/ Doctor Gregorio Marañón, 37 (Bajo) - 04005 - Almería
tel. 950 22 80 12 - fax 950 22 70 06 • www.almerimatik.es

EL ESPÍA DE ASHAL

Estas son las principales actividades llevadas a cabo por la Junta Directiva de Ashal durante el trimestre Diciembre, Enero y Febrero

• 03 de diciembre de 2008.

Reunión de Junta Directiva de la Asociación.

• 04 de diciembre de 2008.

Asistencia a reunión de la Comisión de Inmigración de la Cámara de Comercio de Almería.

• 10 de diciembre de 2008.

Participación en el I Congreso Nacional de Inmigración, Empresa y Gestión de la Diversidad y organización de una ruta de tapas para los congresistas.

• 15 de diciembre de 2008.

Asistencia a reunión del Foro Ciudad de Almería.

• 16 de diciembre de 2008.

Asistencia a reunión de la Federación Andaluza de Hostelería, FAH, en la sede de CEA Sevilla

• 18 de diciembre de 2008.

Asistencia a reunión de la Federación Española de Hostelería, FEHR, sobre creación de un Servicio de Prevención de Riesgos Mancomunado.

• 09 de enero de 2009.

Asistencia a la presentación oficial de la nueva Delegada Provincial de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía en Almería

• 09 de enero de 2009.

Asistencia en Asempal a la reunión informativa sobre la puesta en marcha de una Estrategia de Turismo Sostenible para Almería

• 12 de enero de 2009.

Asistencia a reunión del Foro Ciudad de Almería

• 14 de enero de 2009.

Reunión con el Jefe de Servicio de Espectáculos Públicos de la Delegación del Gobierno sobre aplicación de condiciones específicas de admisión en locales de hostelería.

• 15 de enero de 2009.

Asistencia a las Jornadas de Turismo de Negocios organizadas por Almería Convention Bureau

• 15 de enero de 2009.

Reunión previa a la firma del convenio de colaboración con la empresa de energías renovables 9Ren España.

• 19 de enero de 2009.

Reunión con la Concejala de Turismo del Ayuntamiento de Almería para puesta en marcha de la II Ruta De Tapas por Almería

• 19 de enero de 2009.

Asistencia a reunión de la Comisión de Inmigración de la Cámara de Comercio de Almería.

• 21 de enero de 2009.

Reunión de la Junta Directiva de la Asociación.

• 29 de enero de 2009.

Firma del acuerdo de la comisión paritaria del Convenio Colectivo Provincial de Trabajo de Hostelería y Turismo sobre el incremento económico para el año 2009 (vigente desde 2007)

• 02 de febrero de 2009.

Firma del convenio de colaboración entre 9Ren y Ashal

• 02 de febrero de 2009.

Asistencia a reunión del Foro Ciudad de Almería.

• 04 de febrero de 2009.

Reunión con Concejala de Salud y Consumo del Ayuntamiento de

Previsiones de Llegada de Cruceros Turísticos para el resto de 2009 en el Puerto de Almería



Ilustración: mamboreta.com

Nombre	Pax	Fecha	Hora	Proced.	Destino
AZAMARA JOURNEY	650	03/04/09	10:00-18:00	Sevilla	Alicante
NOORDAM	1800	15/04/09	7:00-18:00	Cádiz	Ibiza
COSTA EUROPA	1300	17/04/09	7:00-18:00		
FUNCHAL	245	22/04/09	7:00-18:00	Cartagena	Cádiz
WIND SPIRIT	150	22/04/09	08:00-16:00	Málaga	Álicante
LE DIAMANT	220	26/04/09		Barcelona	Málaga
WIND STAR	145	28/04/09	08:00-17:00	Gibraltar	Ibiza
Coral-3	450	30/04/09	20:00-21:00		
Coral-4	450	05/05/09	9:00-9:30		
BRAEMAR	200	07/05/09	8:00-16:00	Dover	Chivitevecchia
PRINSENDAM	770	13/05/09	8:30-18:00	Porto Torres	Málaga
KRISTINA REGINA	185	14/05/09	12:00-20:00	Ibiza	Gibraltar
ISLAND SCAPE	1500	29/04/09	09:00-17:00		
DISCOVERY	500	18/05/09	7:00-23:59		
Coral-5	450	21/05/09	20:00-21:00		
Adriana	150	24/05/09	7:00-17:00	Alicante	Málaga
Coral-6	450	26/05/09	9:00-9:30		
Coral-7	450	02/06/09	9:00-9:30		
Coral-8	450	09/06/09	9:00-9:30		
	450				
Coral-9	450	16/06/09	9:00-9:30		

Almería.

• 19 de febrero de 2009.

Asistencia a presentación del Marketing Turístico 2009.

• 19 de febrero de 2009.

Comida en la Escuela de Hostelería Almeraya

• 20 de febrero de 2009.

Reunión entre la nueva Delegada Provincial de Turismo y la Junta Directiva de la Asociación

• 23 de febrero de 2009.

Reunión con el Alcalde de Níjar.



Insonorización


Conoces el problema,
nosotros la solución.

Somos especialistas, una larga
trayectoria avala nuestro trabajo, en
dBA tenemos la solución a tu
problema acústico.

 Estudios acústicos

 Insonorización

 Certificados

 Acústica Industrial

 Modem de trans. de datos

 Limitadores de sonido





La Marca

¿Que es una marca?

Se entiende por marca todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras.

Tales signos pueden, en particular, ser:

- Las palabras o combinaciones de palabras, incluidas las que sirven para identificar a las personas
- Las imágenes, figuras, símbolos y dibujos
- Las letras, las cifras y sus combinaciones
- Las formas tridimensionales entre las que se incluyen los envoltorios, los envases y la forma del producto o de su presentación
- Los signos sonoros
- Cualquier combinación de los signos que, con carácter enunciativo, se mencionan en los apartados anteriores.

En general el diseño de marcas y signos de identificación gráfica no supera el carácter de una ilustración, tratando de crear una representación de la actividad de la empresa o algún dato clave de su identidad. Siendo un criterio ya obsoleto en un entorno muy agresivo y saturado, exigiéndole a estos signos unos rendimientos técnicos, previamente inexistentes, relacionados con el ajuste a las estrategias de la empresa y a la practicidad en su comunicación.

¿Que objetivo tiene la marca?

Una marca debe representar a la empresa, de tal forma que la diferencie de su competencia y figure el producto o servicio que ésta ofrece. De esta forma generar una arquitectura de brandin donde cada pieza de la identidad se encuentra en armonía con el resto del conjunto, para así transmitir una serie de sensaciones, valores y conceptos que son definidos por la empresa. Estos conceptos deben amoldarse a una estrategia empresarial y de comunicación, para que el mensaje llegue al receptor y cumpla su objetivo.

Dado que la Marca representa en el mercado a productos o servicios y diferencia a unas empresas de otras, la Marca se convierte en una protección para el empresario ante otras empresas que pretenden obtener frutos a expensas de marcas ajenas, generando confusión o plagiando signos que pertenecen a una marca más fuerte. Pero no solo protege al propietario de la marca, sino también, protege al consumidor del producto o servicio, ya que una marca se convierte en la garantía de calidad de lo que el consumidor compra, esto ocurre porque la Marca prácticamente se convierte en el certificado que relaciona al producto o servicio con una determinada calidad.

Contar con profesionales

Actualmente, debido a la proliferación de la tecnología, abundan personas o empresas que ofrecen el servicio de identidad corporativa sin ninguna base de conocimientos, lo que produce resultados totalmente incontrolados que muchas veces son más perjudiciales que la ausencia de una Marca.

No basta con la utilización de una tipografía que guste, con una combinación aleatoria de colores o con una ilustración agradable o no a la vista.

En la creación de una marca debemos contemplar, además de aspectos estratégicos y de comunicación, una serie de aspectos técnicos, para que una marca cumpla sus objetivos en los diferentes soportes en los que se aplicará. Una marca que goce de buena salud, debe contar con un diseño apto para su reproducción en los sistemas de reproducción, lo más común es la reproducción impresa en offset, pero tenemos que tener en cuenta los soportes multimedia, cartelería, gráficas vehiculares, serigrafía, grabados, etc.

Es de gran importancia contar con personas o empresas capacitadas para el desarrollo de los signos de identidad.

Conceptualmente una marca debe desarrollarse teniendo en cuenta la historia, el presente y las proyecciones de cada empresa. Por ello es necesario realizar un estudio para definir los requerimientos particulares de cada empresa, sus virtudes, falencias, su competencia en el mercado etc. Contando con profesionales, ellos recaudarán, interpretarán toda esa información recaudada para concebir una marca que se amolde a sus necesidades de comunicación, evitando caer en recursos vanos, de moda o de carácter subjetivos.

Es importante que como empresarios sepamos exigir un estándar de calidad en el desarrollo de nuestra marca. El desarrollo de una identidad corporativa, no suele ser caro, si suele ser costoso, pero tenemos que tener en cuenta que un trabajo de identidad bien desarrollado es una inversión, para construir poco a poco ese valor añadido que proporciona una identidad impecable y que transmita realmente los conceptos que representan nuestra empresa, teniendo en cuenta los lineamientos de comunicación para que se sitúen en una posición competitiva en el mercado.

El registro de una marca

El registro de una marca o nombre comercial otorga el derecho exclusivo a impedir que terceros comercialicen productos o servicios idénticos o similares con la misma marca o utilizando una marca tan similar que pueda crear confusión.

Las marcas en España, se protegen por un periodo de 10 años pero pueden renovarse indefinidamente, solicitando la renovación y pagando las trazas correspondientes.

El costo de aportar prestigio a una marca es muy elevado; o bien es el resultado de una labor de años, con un producto o servicios de calidad esmerada y probada, o de sucesivas campañas publicitarias muy costosas.

En cualquier negocio el costo del registro de marca es menor al de la papelería necesaria para su funcionamiento; notablemente menor que el rótulo de un establecimiento, e ínfimo en comparación con sus activos. Por el contrario su valor intrínseco o de mercado puede superar en muchos casos al valor de sus instalaciones o locales. Por lo que registrar

una marca es un gasto totalmente justificado.

Existe un registro de marca nacional, realizado ante la Oficina Española de Patentes y Marcas, este registro no es un simple depósito, las solicitudes tienen una tramitación en la cual se observa si cumple con la Ley y si existen otras Marcas anteriores que puedan obstaculizar su concesión, también se puede interponer oposición a una solicitud.

En Almería se puede realizar este trámite en la Agencia IDEA en Av. de Pablo iglesias nº 24, teléfono 950 006 808.

Situación empresarial ante la marca

La ausencia en los cuadros directivos y gerenciales en materia de gestión de identidad corporativa produce que sobrevivan y predominen criterios primitivos que privan a los signos de la calidad necesaria. En general, el ejecutivo medio, está en condiciones de encargar una modernización gráfica superficial, sin otro referente más que las modas o tendencias de boga. Cuando dirigir un programa de gráfica de alto rendimiento requiere unos conocimientos inexistentes en la formación de los directivos.

diseño a la carta
un plato concebido solo
para tus necesidades

Mamboreta, estudio de diseño
desarrolla tareas de diseño gráfico,
publicidad y comunicación, realizando
proyectos de imagen corporativa,
naming, packaging, multimedia/webs,
editorial y comunicación corporativa



NOTICIAS

Programa Municipal de competiciones y eventos

Relación de eventos y competiciones del Patronato Municipal de Deportes de Almería - 2009

Evento	Fecha	Contacto	Teléfono
XII Medio Maratón "Ciudad de Almería"	01/02/09	Ignacio García	648 005 254
XXIV Clásica Ciclista de Almería	01/03/09	José Muñoz	639 753 842
II Marcha Cicloturista BTT "Ciudad de Almería"	22/03/09	David Beltrán	607 620 398
V Triatlón "Ciudad de Almería". Clasificatorio Campeonato de España	24/05/09	David Martínez	666 213 848 670 878 426
VII Travesía de Resistencia Almería Puntuable Copa Andaluza	06/06/09	Mª del Mar Rueda	649 942 446
Etapa de la Vuelta a España 2009	12/09/09	José Muñoz	639 753 842
I San Silvestre Almería 2008	28/12/08	Emilio Javier Martínez	620 262 625

Programa de visitas turísticas guiadas del Ayuntamiento de Almería para el primer trimestre de 2009

Marzo	Abril	Mayo
Domingo 1 Alcazaba		
Viernes 6 Almería Sabrosa (18:00 hs.)		
Sábado 7 Almería Barroca: San Sebastián, Puras y Claras		
Domingo 8 Alcazaba		
Viernes 13 La Almería del siglo XIX		
Sábado 14 Los Millares		
Domingo 15 Alcazaba		
Viernes 20 Almería Musulmana: La Almedina		
Sábado 21 Almería Agrícola: Parque del Boticario (BUS)		
Domingo 22 Alcazaba		
Viernes 27 Parque Rescate Fauna Sahariana		
Sábado 28 Almería Marítima. Teatralizada		
Domingo 29 Alcazaba		

Domingos y festivos en que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Orden de 28 de noviembre de 2008, por la que se establece el calendario de domingos y festivos en que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público durante el año 2009.

Domingos y días festivos en que los comercios podrán permanecer abiertos al público durante el 2009 serán los siguientes.

• 4 de enero	Domingo
• 5 de julio	Domingo
• 12 de octubre	Lunes
• 2 de noviembre	Lunes
• 7 de diciembre	Domingo
• 13 de diciembre	Domingo
• 20 de diciembre	Domingo
• 27 de diciembre	Domingo

NOTICIAS DE INTERÉS GENERAL

Reducción de comisiones en pagos con tarjeta

Se recuerda la nueva reducción a aplicar a partir del 1 de enero de 2009 en los pagos con tarjetas de crédito y de débito según los acuerdos suscritos en 2005 entre las entidades representantes del sector turístico y el comercio (ANGED,

CAAVE, CEC, CEHAT y FEHR), y los sistemas y medios de pago SERVIRE, 4B y EURO 6000 por el cual se establecían las condiciones para un descenso paulatino en las comisiones que los establecimientos deben abonar por la utilización como medios de pago de tarjetas de crédito y débito.

Se adjunta el cuadro indicativo, destacando que éste es el último tramo de rebaja hasta el 2010 por lo cual es de mayor importancia su aplicación. Igualmente es importante destacar la diferenciación que debe realizar el banco entre el pago por tarjetas de crédito y las de débito.

Tramos	2006		2007		2008		2009/2010	
	Crédito (%)	Débito (€)	Crédito (%)	Débito (€)	Crédito (%)	Débito (€)	Crédito (%)	Débito (€)
0 a 100 mill.	1,40	0,53	1,30	0,47	1,10	0,40	0,79	0,35
100 a 500 mill.	1,05	0,36	0,84	0,29	0,63	0,25	0,53	0,21
Más de 500 mill.	0,66	0,27	0,66	0,25	0,54	0,21	0,45	0,18

Reunión de la Federación Andaluza de Hostelería con la Dirección General de Espectáculos de la Junta de Andalucía

En la reunión que se mantuvo el pasado 13 de enero con la nueva Directora General de Espectáculos, se le hicieron –entre otras- las siguientes solicitudes:

- 1- Ampliación del horario en 1 hora de lunes a jueves en los tramos que marca la actual orden reguladora.
- 2- Formación para el personal de puerta de establecimientos de ocio nocturno de tal forma que se les otorgue una acreditación que les habilite a ejercer su función siempre que además cumplan con los siguientes requisitos:
 - Permiso laboral conforme a la legislación vigente.
 - Conocimiento del idioma.
 - Mayor de edad.
 - Certificado de antecedentes penales.
 - Prueba psicotécnica.
- 3- Cumplimiento exhaustivo de la norma aplicable al sector, evitando la competencia desleal, así como trasladar esta petición a los Ayuntamientos andaluces en las reuniones que con ellos se puedan mantener.

600.000 euros para promocionar la marca Q de Calidad Turística

La Junta Directiva del ICTE ha aprobado un presupuesto de 600.000 euros, orientados a la promoción de la "Q", con el objetivo de difundir entre los viajeros este distintivo de calidad

El pasado 16 de enero tuvo lugar en Madrid la Junta Directiva del Instituto para la Calidad Turística, de la que forma parte la Federación Española de Hostelería. Se trataron diversos asuntos, entre los que destacaron la aprobación de un presupuesto de 600.000 euros en publicidad, así como la presentación de un informe detallado de las actividades turísticas de 2008, a partir de una encuesta realizada a 1.000 personas, sobre la calidad percibida por parte de los viajeros españoles, en la que se detallan los principales destinos turísticos y su evolución a lo largo del año. Los resultados de la encuesta ponen de manifiesto el descenso de viajes al extranjero con respecto a 2007, mientras que destinos nacionales como Galicia y Castilla León han experimentado un notable ascenso en recepción de turistas.

En cuanto al grado de conocimiento de la Q de Calidad Turística entre los viajeros españoles, sigue siendo bajo, del 36,1%, aunque ligeramente superior a 2007, cuando era del 31,6%, siendo superior entre los turistas que viajan por el territorio nacional, frente a aquellos que realizan viajes al extranjero. Los hoteles y restaurantes, con un 39,25% y 34,58% respectivamente, son en los que los viajeros reconocen principalmente la implantación de la Q, registrándose una gran subida con respecto a 2007 en el caso de los restaurantes. Sorprende el caso de los paradores en los que se reconoce la Q en el 2,8% de los casos, con una significativa bajada desde 2007, cuando era el 7,14%. Entre los que los viajeros perciben una menor existencia de la Q se encuentra las agencias de viajes, oficinas de información turística y estaciones de esquí.

Ampliación en una hora el horario determinado de cierre

*"EXCMO. AYUNTAMIENTO DE Almería
GERENCIA MUNICIPAL DE URBANISMO EXPTE. 2008/634
Negociado de Disciplina Medioambiental*

El Vicepresidente de la Gerencia Municipal de Urbanismo ha dictado la siguiente resolución:

RESULTANDO: Que obra en el expediente oficio del Concejal Delegado del Área de Alcaldía y Relaciones Institucionales de fecha 5/09/2008, en el que se insta a esta Gerencia a fin de que se proceda a dicta el acto administrativo ampliando el horario de cierre de los establecimientos para las próximas fiestas."

RESULTANDO: Que obra en el expediente escrito de la Asociación de Hostelería de Almería (ASHAL), registrado en fecha 18/12/2008, con el nº 99405, solicitando al Ayuntamiento la ampliación del horario de cierre de establecimientos públicos y de recogida de sillas y mesas con motivo de las festividades reseñadas, recibido en el Área de Alcaldía, en fecha 22/12/2008, se devuelve al registro general para su remisión a la Gerencia Municipal de Urbanismo.

**"Esta Vicepresidencia:
RESUELVE:**

PRIMERO: Conceder la ampliación en UNA HORA el horario determinado de cierre de establecimientos para el término municipal de Almería, comprendidos en la Orden de la Consejería de Gobernación de 25 de marzo de 2002, durante los siguientes días:

Fiestas de Carnaval: Del 6 al 28 de febrero, ambos inclusive.
Semana Santa: Del 4 al 11 de abril, ambos inclusive.

Cruces de Mayo: Del 24 de abril al 3 de mayo, ambos inclusive.

Fiesta de San Juan: Noche del 23 al 24 de junio, coincidiendo éste último como fiesta Local.

Feria y Fiestas de Almería: Del 22 al 29 de agosto, coincidiendo el día 29 como fiesta Local.

Fiesta de Navidad y Reyes: Del 24 de diciembre al 6 de enero del ejercicio siguiente.



Romería a Torregarcía: 1º Domingo del mes de enero, después de las Fiestas Navideñas.

La Fiesta Navideña de Fin de Año (31 de diciembre de 2009) y en exclusivo para esa noche, dichos locales no estarán sujetos a un horario determinado de cierre, el horario de recogida de sillas y veladores, como el resto de fiestas, se amplía sólo en una hora.

SEGUNDO: Los mencionados establecimientos estarán obligados a adoptar las medidas oportunas que garanticen el correcto funcionamiento de la actividad objeto de la licencia, con el fin de que dicha ampliación de horario no suponga molestias para el vecindario. Los establecimientos a los que se permitirá dicha ampliación serán los regulados por la mencionada Orden, no pudiendo desarrollar actividad alguna diferente a las condiciones y objeto de la Licencia Municipal de apertura.

El incumplimiento de lo prescrito anteriormente dará lugar a incoación del correspondiente expediente sancionador, siendo directamente responsables los titulares de los locales donde se produzcan las infracciones.

TERCERO: Notificar la presente Resolución a la Delegación del Gobierno de la Junta de Andalucía, y a la Subdelegación del Gobierno en Almería para su conocimiento y efectos, en cumplimiento de lo prescrito en la Orden de 25 de marzo de 2002."

Lo manda y firma el Vicepresidente de la Gerencia Municipal de Urbanismo, ante mí, el Secretario General del Excmo. Ayuntamiento de Almería que doy fe, a nueve de febrero de dos mil nueve.

EL VICEPRESIDENTE
EL SECRETARIO GENERAL

Gerencia Municipal de Urbanismo
Sección de Disciplina Urbanística y Medioambiental Expte.
2008/634"



VITAMINA *e* ENERGÍA PARA SU EMPRESA

Le presentamos la nueva fórmula magistral para empresas: Vitamina E, un complemento especialmente indicado para ayudar al empresario en la actividad diaria de su negocio. Porque conocemos muy bien el esfuerzo que conlleva sacarlo adelante, en Unicaja le ofrecemos un conjunto de soluciones destinado a cubrir todas las necesidades diarias de la pequeña y mediana empresa: financiación, inversiones, servicios a través de Internet, seguros, medios de pago y otros remedios a estados carenciales.

>> Sean cuales sean las expectativas de su negocio, en Unicaja le ayudamos a alcanzarlas.

Infórmese en cualquier oficina de Unicaja

 www.unicaja.es 901 11 11 33

Constitución de la Federación Española de Autónomos de Hostelería y de Ashal Autónomos

El pasado 10 de febrero en el Hotel Gran Meliá Fénix de Madrid tuvo lugar la reunión del Comité Ejecutivo de FEHR, donde se dió a conocer la constitución de la Federación Española de Autónomos de Hostelería. Con esta iniciativa FEHR se propone articular a nivel estatal la representatividad de los empresarios autónomos de hostelería, que ya hoy de manera mayoritaria forman parte de las asociaciones de FEHR.

Este proceso de constitución se está desarrollando actualmente en el seno de algunas de las asociaciones integradas. En este sentido, Ashal está en proceso de constituir igualmente la asociación Ashal Autónomos, abierta a la participación de todo el colectivo de trabajadores autónomos de la hostelería y el turismo almerienses.

Manual sobre alergias e intolerancias alimentarias

FEHR edita una unidad didáctica con el fin de dar respuesta a las demandas de un sector de la población con necesidades alimentarias específicas.

La Federación Española de Hostelería, con la colaboración de la Asociación de Celíacos de España y la Asociación Española de Alérgicos a alimentos y Látex ha editado la unidad didáctica: Alergias e intolerancias alimentarias, con la financiación del Ministerio de Educación, Política Social y Deporte. La finalidad es la de desarrollar contenidos relacionados con las alergias e intolerancias en el ámbito de la producción culinaria en el marco de las empresas de restauración para garantizar el derecho de todas las personas a que se les asegure una alimentación segura. La unidad didáctica se encuentra integrada junto al resto de unidades que conforman el Módulo Profesional de Productos Culinarios, pertenecientes al Ciclo Formativo de Grado Medio de Cocina y Gastronomía, y engloba en su temática aspectos específicos relacionados con las diferentes alergias y sus causas (látex, intolerancias alimentarias y enfermedades celíacas), la correcta interpretación del etiquetado de alimentos, principales alimentos causantes de alergias, los productos sustitutivos o el listado de alimentos aptos para celíacos, entre otros temas. La versión digital del manual está accesible en la página web de FEHR www.fehr.es

NOTICIAS de ASOCIADOS

40º ANIVERSARIO REMASA-TORRELUZ

Con una ruta de vehículos antiguos "Almería Centro Histórico" y una Fiesta de Época en los Salones Torreluz, donde los asistentes vistieron ropa "clásica" que recreaba el ambiente del siglo pasado cuando esos mismo vehículos circulaban por nuestras calles, celebró la empresa REMASA-TORRELUZ su 40º Aniversario. Desde estas líneas felicitamos a directivos y trabajadores de esta empresa enseña de Almería y de su buen hacer en materia de turismo y hostelería.

Más información: www.torreluz.com

RESTAURANTE PLAZA DE CAÑAS

El programa culinario 'Almería y las Brasas' ha fusionado los renovados platos tradicionales de la provincia con las mejores carnes. La primera edición de estas Jornadas Gastronómicas, que ponen en valor platos casi extinguidos de la Cocina Tradicional Almeriense, se prolongó durante el mes de febrero. Cada una de las tres semanas se centró en una zona diferente: La Alpujarra; Levante y Almanzora; y Poniente, respectivamente.

Más información: www.plazadecanas.com

RESTAURANTE VERA HOTEL – XV JORNADAS DE LA COCINA DE CAZA Y ESPECIALIDADES

Del 9 al 15 de febrero el Restaurante Vera Hotel ha celebrado sus Jornadas de la Cocina de Caza y Especialidades con el objetivo de difundir la cocina del levante almeriense para deleite de gourmets, superando la calidad de los platos con la participación de restauradores de gran prestigio como el Restaurante Los Jerónimos (Valladolid), Restaurante Venezuela (Murcia), Escuela de Hostelería Almeraya de Almería y la Escuela de Hostelería Hurtado Mendoza de Granada. Enhorabuena un año más por vuestro esfuerzo en la organización de estas prestigiosas Jornadas.

Más información: www.verahotel.es

Q DE CALIDAD PARA LOS ALOJAMIENTOS RURALES EL PICACHICO. Laroya

Con el sugerente anuncio "23 hectáreas para perderte... un mundo para encontrarte" junto con mucho trabajo y dedicación, las casas, cortijos y mesón rural El Picachito en Laroya (Almería) han conseguido obtener la prestigiosa Q de Calidad Turística. Desde estas líneas enviamos nuestra felicitación a Antonia y su equipo.

Más información: www.picachico.com

NOTICIAS DE NIJAR

Ampliación del horario de cierre de establecimientos públicos en 2009

A raíz de una petición de Ashal, la Junta de Gobierno Local del Ayuntamiento de Níjar en sesión ordinaria celebrada el día 23 de enero de 2009, ha adoptado por unanimidad el acuerdo de Ampliación del Horario de Cierre de Establecimientos Públicos en dos horas para el año 2009, durante las siguientes festividades:

- Fiestas Locales: 20 de enero y 15 de mayo
- Navidad: del 23 de diciembre al 6 de enero
- Semana Santa: desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección
- Fiestas de las distintas barriadas

Tasa por suministro de agua potable

Tras la negativa de la empresa Emanagua a aceptar las solicitudes de aplicación de tarifa de grandes consumidores presentadas por los establecimientos hoteleros asociados de San José, se ha mantenido una nueva reunión con el Alcalde del municipio nijareño para tratar de conseguir que la tarifa de grandes consumidores pueda ser aplicada a las empresas de hostelería antes de la llegada de la nueva temporada estival, donde los consumos se disparan y, consecuentemente, la factura de consumo de agua puede alcanzar cifras poco deseables para el sector, menos aún en momentos como los que se atraviesa en la actualidad. El Alcalde se ha comprometido a aplicar la tarifa de gran consumidor a todos los establecimientos de hostelería que lo soliciten del termino municipal de Níjar a la mayor brevedad posible. Así mismo, en el transcurso de la reunión el Alcalde se mostró receptivo a una petición de revisión de la tasa por recogida de basura atendiendo a la ocupación real de los establecimientos.

Aviso importante para todos los asociados de Ashal

Si no estas recibiendo las comunicaciones sobre eventos y acciones que realizamos para vosotros vía e-mail, rogamos nos envíes un correo electrónico a ashal@ashal.es indicándonos tu nombre y dirección de correo electrónico para incorporarte a nuestra base de datos. Para nosotros disponer de una dirección de correo es algo fundamental para poder invitaros a participar en nuestras actividades y manteneros informados de las novedades que acontecen en nuestra Asociación.



Acreditado por la autoridad laboral nº 115/02-sc
**ATENCIÓN PERSONALIZADA Y PRECIOS ESPECIALES
 PARA CADA SECTOR**

Servicios

- Prevención de riesgos laborales
- Gestión de prevención
- Vigilancia de salud
- Investigación de accidentes
- Información y formación de trabajadores
- Estudios higiénicos, ruido, etc.
- Elaboración de planes de emergencia
- Asesoramiento y apoyo técnico ante inspección de trabajo
- Formación para la tarjeta profesional de la Construcción.

Otros

- Estudios de acústica ambiental
- Desarrollo de Agenda Local 21.
- Campañas de información y comunicación ambiental
- Informes ambientales
- etc...


CONSULTORIA S.L.

Ruta “De Tapas por Almería”

Almería ha sido desde antiguo ciudad famosa por la gran variedad y calidad de sus tapas y por el hecho de que las mismas han sido servidas junto con la bebida correspondiente incluyéndolas en el precio de la consumición.

Muchas ciudades de nuestro entorno han ido organizando a lo largo de los últimos años distintos certámenes o ferias en relación con la tapa, demostrando todas ellas una gran capacidad de convocatoria entre públicos de todas las edades.

Almería no puede quedarse atrás siendo como es una de las provincias españolas con mayor tradición en este asunto, motivo por el cual ASHAL, que aglutina a más de trescientos establecimientos dentro del término municipal de Almería, se ha propuesto la organización de esta Feria, que tiene las siguientes características:

Empresas participantes

La II Ruta y el II Concurso “De Tapas por Almería” aglutina a 23 empresas participantes ubicadas en el Centro Ciudad. En años sucesivos podrá incrementarse el número paulatinamente priorizando los establecimientos que hayan participado en anteriores ediciones. Así mismo, en años sucesivos se pretende ampliar la Ruta a nuevas zonas de la capital Almeriense. Los establecimientos participantes en 2009 son:

Marisquería Cervecería Alcazar	Restaurante La Encina Plaza Vieja
Bar Bahía De Palma	Kiosco Oasis 55
Café Barea	Kiosco Virgen Del Mar
Café Bar La Bien Pagá	Café Bar Lisboa
La Bodeguilla Marques De Heredia	Café Molly Malone
Café Bar La Borrachería	Restaurante Plaza De Cañas
Café Bar El Candil	Bar Quinto Toro I
Casa Puga	Bar Quinto Toro II
Hotel Restaurante Catedral	Taberna La Tía María
Bar La Charka	Taberna Torreluz
Hotel Restaurante Costasol	Bar Restaurante El Turia
Restaurante Bar Cuentavinos	

Concurso

Cada establecimiento ha propuesto para el Concurso una tapa en la modalidad de habitual (tapa siempre disponible en la carta de tapas del establecimiento) y otra tapa en la modalidad de especial (solo disponible durante el periodo de la II Ruta y II Concurso De Tapas por Almería 2009). Excepcionalmente, si algún establecimiento no quiere participar en el concurso con Tapa Especial, podrá presentar dos tapas habituales.

Objetivo

Con la II Ruta y el II Concurso “De Tapas por Almería” se pretende crear recorridos gastronómicos y rutas de establecimientos según su ubicación y según las especialidades de su cocina. Se pretende animar a todos los almerienses, y especialmente a nuestros visitantes, a recorrer las distintas rutas y a disfrutar



de sus peculiaridades. En definitiva, se pretende poner en valor un atractivo turístico existente, como lo son nuestras tapas, de forma que podamos ofrecer a nativos y visitantes información –a modo de guía- sobre tapas típicas, ubicación de establecimientos más reseñados, días de descanso semanal, etc.

Premios

Se han establecido dos premios por cada categoría, el del jurado y el del público. Las categorías son: mejor tapa habitual, mejor tapa especial, mejor bar de tapas y mejor profesional del servicio de hostelería. Los premiados recibirán una placa conmemorativa y a los mejores trabajadores profesionales del servicio de hostelería, además, un premio en metálico que llevará el nombre de Premio Cruzcampo al Mejor Servicio de Camarero.

Para el público

También se ha previsto una serie de premios para el público asistente (consumiciones gratuitas y sorteo de 3 premios de fin de semana para dos personas en régimen de alojamiento).

Patrocinadores

Desde estas líneas agradecemos a nuestros patrocinadores Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Almería, Area de Turismo del Ayuntamiento de Almería, Cámara Oficial de Comercio, Heineken España (Cruzcampo) y Viajes Jairan, así como a nuestro colaborador Almería Centro, su apuesta decidida por este evento.

EQUIPAMIENTO PARA HOSTELERÍA RESTAURACIÓN Y CATERING

Menaje - Cristalería - Vajilla
Cubertería - Mobiliario - Vestuario



Plato presentación 31 cm 5,59 € + IVA*

Plato pan 16 cm 1,49 € + IVA*

Porcelana reforzada. Decorados: Verde rayado,
amarillo rayado, gris, burdeos y verde



Chaqueta cocina unisex
blanca rayas burdeos 22,85 € + IVA*

Pantalón cocina
unisex rayas burdeos 25,50 € + IVA*

Gorro chef rayas burdeos 8,25 € + IVA*
talla única



Mesas celebraciones

Estructura plegable.
Acero pintado.
Tablero polietileno alta densidad 4,5 cm

Mesa redonda 180 cm 116,00 € + IVA*

Mesa redonda 150 cm 85,50 € + IVA*

Mesa rectangular 200 x 90 cm 77,00 € + IVA*

* Precios válidos hasta el 28 de febrero de 2009

 **SUPER CASH
DE HOSTELERÍA**

hoalve

Hogar Hotel

ALMERÍA - MÉRIDA - SEVILLA

Super Cash de Hostelería: Pol. Ind. La Celulosa - Ctra. Sierra Alhamilla 13
04007 Almería - tel./fax 950 273 725
supercash@hogar-hotel.com

Central: Pol. Ind. Sector 20 - c/ Bronce 114 - 115
04009 Almería - tel. 950 273724 - fax 950 274 592
hogarhotelalmeria@hogar-hotel.com



RÍO NACIMIENTO

Dada la variedad de territorios que ocupa, la Comarca del Río Nacimiento, se asienta en tierra calma para el cultivo y sobre las estribaciones de las sierras: Nevada y las de Baza y Filabres, dando lugar a una diversidad de ecosistemas y ambientes naturales para el disfrute de aquellos que busquen en la provincia de Almería algo diferente o por qué no, en conjunción con la oferta de Sol y Playa.

Paseo por la historia

Desde el Neolítico, multitud de civilizaciones se han interesado por los pueblos que conforman la Comarca de Río Nacimiento, y así lo muestran por un lado, Fiñana a través de sus vestigios de enterramientos prehistóricos en cistas circulares en el Barranco de Castañar, donde también han aparecido ajuares funerarios argáricos. Esta misma localidad ya en tiempos romanos se convirtió en punto de tránsito de tropas hacia Granada ya que conserva una villa romana del siglo II. Y por otro lado, Gérgal, con sus yacimientos arqueológicos en El Almendral, que se encuentra a unos 7 km del núcleo urbano, donde existen restos de Arte Rupestre Esquemático, del estilo levantino, como en Vélez Blanco.

No obstante, han sido los musulmanes con diferencia, los que han dejado una huella bastante profunda e importante en toda la comarca. Ellos desarrollaron estas tierras como ningún otro pueblo lo había hecho antes.

Muestra de ello son los restos de la Alcazaba de Fiñana, originaria del s. IX, (el año 913 estuvo sitiada por el propio Abd al-Rahaman III en las Rebeliones del Sudeste que encabezaba Ibn Hafsun). Actualmente en una de lo que fue la torre vigía de esta alcazaba, se encuentra el reloj.

Señalar también que está documentado que la noche del 28 y 29 de diciembre de 1489 pernoctaron los Reyes Católicos en Fiñana; o el castillo-fortaleza del Conde de Puebla en Gérgal, edificio del siglo XVI, que se divisa en todo su esplendor desde la A-92 y que fue mandado a construir frente a la amenaza de los ataques de piratas procedentes de Argelia.

De este periodo, merece destacarse, igualmente, el interesante sistema de captación, distribución y reparto de aguas para el cultivo de la vega y que era compartido entre poblaciones

vecinas, tal como lo muestran los 11 puentes (acueducto que llevaba el agua en el paraje de La Ledima). Hoy en día y en relación con la cultura del agua se puede seguir la ruta de Los Molinos de Fiñana fiel testimonio del cuidado aprovechamiento de este recurso en la comarca.

La arquitectura religiosa destaca en esta zona, donde se podrán contemplar ermitas construidas sobre mezquitas e iglesias con armaduras mudéjares, portadas renacentistas o ermitas que protegen por los cuatro flancos a pueblos como Gérgal (Ermita de San Gregorio o la del Santo Sepulcro) o Abla (Ermita de los Santos Mártires). La comarca cuenta con dos Monumentos Nacionales ambos en Fiñana: La Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción (siglo XVI) y su Mezquita Almohade (siglo XII-XIII). Ésta última es una de las joyas de Fiñana, ya que es muy difícil encontrar en todo el país edificios de estilo almohade y de ese periodo de tiempo.

Otro ejemplo de arquitectura religiosa del siglo XVI-XVII es la Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de la Asunción de Abrucena, reedificada en 1828 tras haber sido destruida en gran parte por un incendio en 1819. Entre los elementos de interés histórico-artístico del siglo XVIII, destaca en Nacimiento, la Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de las Angustias, de estilo barroco, aunque con ciertas influencias mudéjares.

De finales del siglo XIX y principios del XX, época de la introducción de la uva de Ohanes, destacan una serie de cortijos diseminados por el medio rural. La singularidad de estas construcciones es que son totalmente diferentes a las grandes haciendas de Andalucía Occidental. Son pequeñas construcciones donde se guardaba los materiales de las labores agrícolas y se reunían los dueños de los terrenos. Lo más característico de estos cortijos son sus grandes porches cubiertos por grandes arcos frontales de medio punto, al estilo alpujarreño, casi siempre con techos rojos como ocurre en Nacimiento, color obtenido a través de la almagra, tierra con pigmentos rojizos.

ESPACIOS NATURALES

En la Comarca de Río Nacimiento, la Sierra de los Filabres se da la mano con Sierra Nevada, la primera con sus montes:

Calar Alto (2.168 m), Peñón de la Cabeza (1.198m), Cerro del Chervo (1.061 m), que aglutinan por su parte una de las masas arbóreas más extensas de toda la provincia, y en la que son habituales las coníferas y las mariposas diurnas.

En la segunda, Sierra Nevada, en su vertiente norte o umbría, destacan Cerro del Almirez (2.522 m), Cerro de la Cruz, San Antón (955m) en el término de Fiñana, Cerro del Rayo (2.405m), La Polarda (2.252m), el Buitre (2.465m) en el término de Abrucena; Cerrón de Guzmán (1.806m), Loma de las Bazanas (1.960m) en el término de Abla.

Todos ellos una invitación al turismo activo, escenarios idóneos para la práctica del senderismo, escalada, trekking, espeleología, bicicleta de montaña, equitación, aulas de naturaleza y educación, y para el descanso en sus áreas recreativas.

En Fiñana: Las umbrías arboladas del Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada, caracterizadas por sus bosques galerías. En su mayoría son encinas y castaños que se mezclan con repoblaciones de coníferas y castaños y donde vive la famosa Caba hispánica; el curso del Río Nacimiento y del Río de los Molinos, nos invitan a adentrarnos en sus parajes para contemplar algún gavián o águila perdicera, jabalíes y algún Gato Montés.

En el Barranco de Castañar podrá remontarse al Neolítico con los restos de enterramientos prehistóricos en cistas circulares que también le evocarán la Edad Media.

Arquitectura

En esta comarca en la que se encuentra, junto con la Alpujarra Almeriense, es habitual el paisaje de casas encaramadas a las laderas. Casas blancas en calles serpenteantes para el disfrute de todo aquel que opte por un tipo de alojamiento diferente y entrañable.

Cultura gastronómica

Un aliciente más para visitar esta Comarca del Río Nacimiento es su tradición gastronómica que ha bebido de las distintas civilizaciones que han marcado su historia.

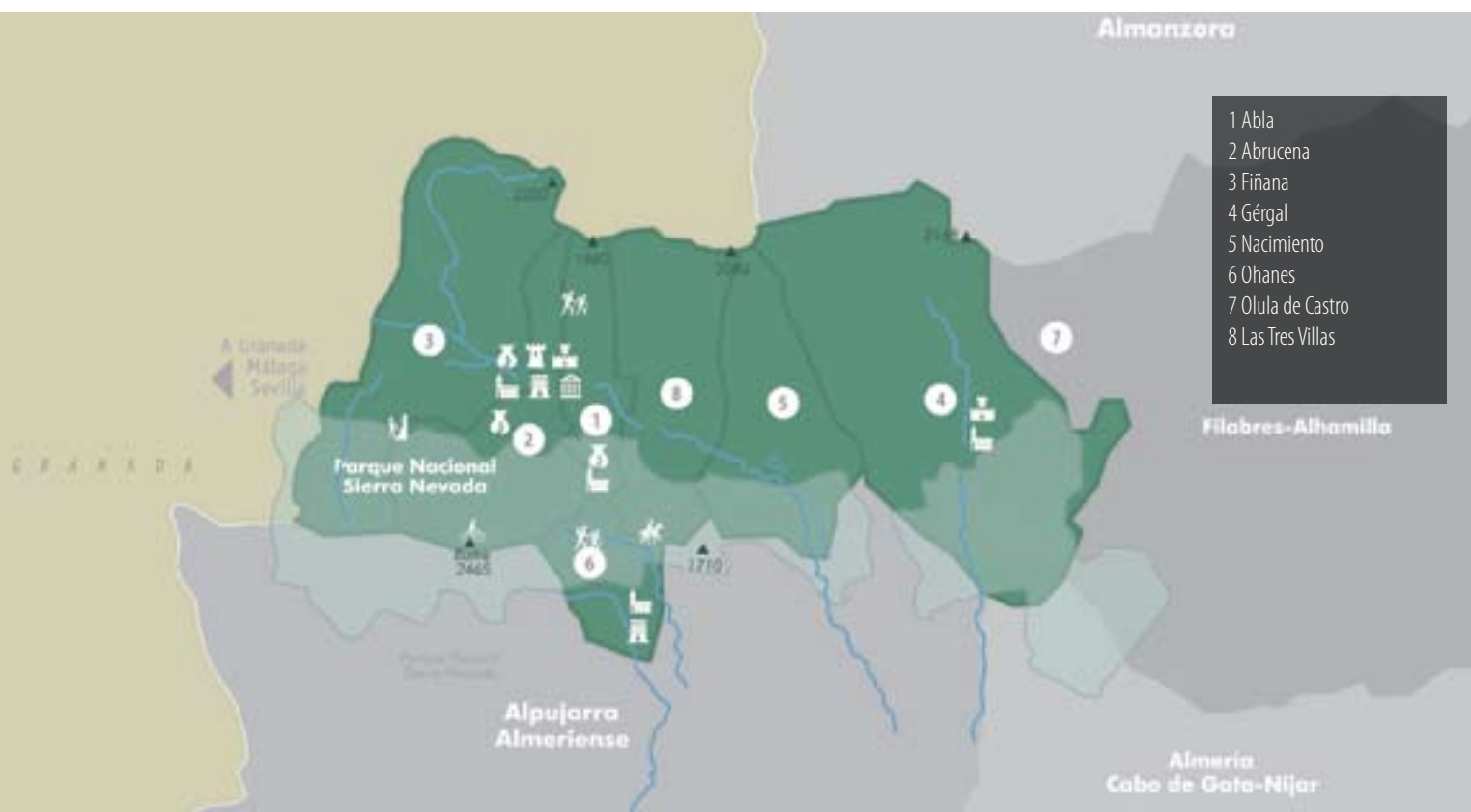
El visitante podrá degustar desde dulces y postres como merengues, roscos de anís, el pan dormío, similar al de aceite pero más esponjoso, así como sus buñuelos, pestiños típicos de Semana Santa, o el Hornazo que se toma el Domingo de Resurrección, hasta platos consistentes como el guisado de hinojos, las migas, arroz con conejo, habas con bacalao, grullas y gachas, pimentón, platos comunes en toda la zona con diferentes toques, o el ajo blanco que se recomienda saborear entre julio y agosto, que es cuando la almendra está tierna y más blanca, sin olvidar la Zaramandoña o los meneos con perdiz.

La elaboración de quesos y aceite confiere a la comarca un carácter especial, así como sus embutidos. Otro dato relevante a destacar sería la existencia en Nacimiento de una fábrica de encurtidos que exporta alcaparras, ajo, pimienta negra, verde entre otros, a unos 200 países.

Artesanía

Comarca de tradiciones milenarias ofrece al visitante la posibilidad de adquirir mantillas goyescas, jarapas y vestidos bordados a mano tejidos en sus telares que aún hoy en día se pueden visitar como es el caso de Abla. La tradición del esparto sigue en pie, aunque resulta muy difícil adquirir objetos elaborados con dicha materia pues son hechos por encargo, al tratarse de una tradición que permanece dentro de las familias del lugar.

La forja cuenta también como un aliciente más para visitar esta comarca, concretamente existe un taller de forja de renombre en Gérgal.



VIN

Parte 2:
Del varietal a la
denominación de
origen

1- Tanino: sustancia astringente contenida en la nuez de agallas, en las cortezas de la encina, olmo, sauce y otros árboles, y en la raspa y hollajo de la uva y otros frutos. Se emplea para curtir las pieles y para otros usos.

2- Bouquet: palabra francesa que designa el aroma del vino, su forma castellanizada es buqués.

3- Empireuma: olor y sabor particulares, que toman las sustancias animales y algunas vegetales sometidas a fuego violento.

Bibliografía:

• Rodríguez Fischer, C. (coord.), El vino. Le Cordon Bleu International. Ed. Blume, Barcelona, 2002. ISBN 84-89396-89-2

• Wikipedia - Enciclopedia Libre - www.wikipedia.org

Un poco de historia

*El vino se produjo por primera vez durante el neolítico, según los testimonios arqueológicos hallados en los montes Zagros, en la región que hoy ocupan Armenia e Irán; gracias a la presencia de *Vitis vinifera sylvestris*, y la aparición de la cerámica durante este periodo.*

La evidencia más antigua de la producción y consumo de vino, es una vasija del año 5400 a. C., hallada en el poblado neolítico de Hajji Firuz Tepe, en los montes Zagros. La vasija contiene un residuo rojizo, presumiblemente vino. Posteriormente, el consumo de vino se extendió hacia el occidente, llegando a Anatolia y Grecia; y hacia el sur, llegando hasta Egipto. La más antigua documentación griega sobre el cuidado de la vid, y la cosecha y prensado de las uvas, es Los trabajos y los días, de Hesíodo, del siglo VIII a. C. En la antigua Grecia, el vino se bebía mezclado con agua y se conservaba en pellejos de cabra.

Ya en Egipto, Grecia y Roma se adoraba a Dioniso o Baco (dios de los viñedos) y la Biblia se refiere al vino en diversos pasajes, entre otros cuando relata la última cena de Jesús, que ofreció una copa de vino a sus discípulos representando su sangre. Sabemos que en China, hace 4.000 años, ya conocían el proceso de fermentación de la uva, y que en Egipto, en el siglo IV a. C. ya conocían la viticultura. Julio César fue un gran apasionado del vino y lo introdujo por todo el imperio romano.

El vino, a lo largo de la historia, ha estado muy bien considerado por la alta sociedad, siendo testigo imprescindible en cualquier acontecimiento o banquete de importancia y alrededor de él se han firmado los grandes tratados y acontecimientos históricos.

Cata, aromas y sensaciones

La cata tiene por objetivo degustar el sabor para calificarlo o describirlo. Los catadores prueban con atención distintos tipos de vinos para apreciar sus cualidades, escriben sus impresiones y asignan puntaje.

Las degustaciones turísticas o para clientes, son simplemente para el disfrute personal.

El orden a seguir en la utilización de los sentidos en una buena cata debe ser el siguiente: en primer lugar la vista y seguidamente el olfato y el gusto.

La copa se toma del pie y se eleva a la altura de los ojos, para ver primeramente, el vino a contraluz y apreciar su color, brillo y limpieza. Se mueve la copa en torno a su eje, para que el vino suba por las paredes. De esta manera podremos visualizar aspectos que nos darán características reconocibles como son su brillantez, se dice que es un vino brillante (correspondiente al color), cuando puede notarse que los taninos¹ en los vinos tintos se oxidan y van tomando un color más "teja" o apagado típico de las sustancias oxidadas. Puede ser espumoso, por el desprendimiento de burbujas de gas carbónico formadas durante la fermentación. Nítido, es decir, sin materia en suspensión. No necesariamente transparente. Se pueden apreciar piernas o lágrimas (si el vino llora) que deja el vino en

las paredes de la copa, relativo a la presencia de alcohol, es la untuosidad y está ligada a su riqueza substancial. La presencia de lágrimas depende básicamente de la cantidad de glicerina presente en el vino y, en gran medida, de la disolución de esta en el alcohol, por lo que las lágrimas dependen también del grado alcohólico. Puede ser tranquilo, vino que no efervesce, que no presenta burbujas de gas. Por último, frizante o frizee, vino con agregado de gas carbónico.

En la degustación por medio del olfato, se inclina la copa hacia uno, introduciendo la nariz en la copa para inhalar los aromas "primarios", provenientes de la variedad de uva, "secundarios", procedentes de la fermentación y por último los "terciarios", que proceden de la guarda del vino (crianza). Se puede agitar nuevamente la copa para liberar más aromas.

Estas características diferenciales proporcionan varias tipologías bien definidas. El vino afrutado, con aroma a frutos rojos, grosella negra, cereza o frambuesa, para los vinos tintos y otros frutos como el durazno, damasco o cítricos, para los vinos blancos. Vino animal, vino tinto que presenta un bouquet² de cuero, musgo y caza. Vino con aroma balsámico, rememora incienso, alcanfor, resina, pino, vainilla. Vino empireumático, de empireuma³, connota sabores a pan tostado, café ahumado, tabaco, cacao. Vino especiado, con olores a especias: regaliz, canela, pimienta, clavo de olor, nuez moscada. Vinos florales con perfumes de flores (rosa, violeta). Los vinos de aromas maderizados, posee un olor particular, producto de su crianza en barricas de roble. Vinos con aromas vegetales de hierba, hoja, maleza, humus, heno cortado, pimienta morrón.



Finalmente se prueba el vino con un pequeño sorbo, moviéndolo con la lengua de un lado a otro de la boca y el paladar para apreciar los cuatro sabores básicos: dulce, salado, ácido y amargo. Un vino redondo es aquel que logra un equilibrio entre los cuatro sabores básicos.

Por sus características gustativas podemos calificar al vino con diversos adjetivos: aterciopelado, es aquel vino que es armonioso, ligero y fundido. Áspero: vino rudo, que rasca, como es el caso de los vinos tintos muy jóvenes. Vino cálido: con un grado alcohólico elevado. Con cuerpo: tiene consistencia, con una sensación gustativa de plenitud. Equilibrado: armónico. Estructurado: sólido, rico en taninos. Vino flexible, bien equilibrado, de astringencia y acidez débil. Generoso: rico en alcohol. Goloso: flexible y ligero, fácil de beber. Vino licoroso: dulce, rico en azúcar, almibarado. Ligero: pobre en alcohol, no es corpulento. Meloso: untuoso, con sensación de terciopelo en la boca, también se usa para vinos dulces que contienen azúcares residuales. Vino nervioso, con sabor ácido bien marcado, pero no agresivo. Los secos no tienen ningún rastro de azúcar. Los vigorosos son carnosos, estructurados y ricos en alcohol. Y por último el vino vivo, con acidez muy notable.

Describir las sensaciones requiere de entrenamiento. Es usual comparar los sabores y aromas con sabores y aromas conocidos como son frutas (moras, cerezas, frambuesas, entre otros), madera, cenizas, café, pimienta, por ejemplo.

La cata de vinos a ciegas, consiste en probar vino del cual no se tiene información de su producción (marca, productor, año de cosecha o variedad de vino).

El decante: existen recipientes decantadores en los cuales se vierten los vinos para que se aireén y se decanten sus sedimentos, en rigor la decantación de un vino solo parece corresponder para los vinos añejos y durante mucho tiempo estacionados, en tales casos las botellas decantadoras airean a tales vinos reincorporándoles oxígeno y depurando los aromas.

La temperatura del vino

La temperatura de servicio de los vinos es fundamental, ya que incide notablemente en sus potenciales aromáticos, gustativos y táctiles.

Un vino servido a temperatura adecuada, nos permitirá apreciar mejor sus cualidades y al mismo tiempo, saborear con mayor placer sus encantos. En este sentido a continuación se detalla la recomendación de temperaturas de consumo para los principales tipos de vino:

Tipo de Vino	Temperaturas de consumo
Blancos Jóvenes	entre 7 y 10° C.
Blancos Crianza	entre 10 y 12° C.
Tintos Jóvenes	entre 12 y 15° C.
Tintos Crianza	entre 14 y 17° C.
Tintos Reservas	entre 17 y 18° C.
Rosados y Claretos	entre 10 y 12° C.
Cavas y Espumosos	entre 6 y 8° C.
Rosé	entre 9 y 12° C.
Blancos Dulces	entre 5° y 8° C.
Casta amargos	entre 22 y 28° C.

Vinos de España

Los vinos españoles están clasificados en dos categorías que a su vez se estructuran en subcategorías, según el grado de exigencia en su proceso de elaboración.

Vinos de Calidad Producidos en Regiones Determinadas (VCPRD)

- Vinos de Pago (DO de Pago): es la categoría superior que puede alcanzar un vino. En ella se incluyen los caldos de reconocido prestigio y características distintivas de un "paraje" o "sitio rural" determinado.
- Vinos con Denominación de Origen Calificada (DOCa/DOQ - Denominació d'Origen Qualificada en catalán): esta categoría está reservada a los vinos que han alcanzado altas cotas de calidad durante un dilatado periodo de tiempo.
- Vinos con Denominación de Origen (DO): vinos de prestigio que proceden de un área de producción delimitada y con una elaboración reglamentada por un Consejo Regulador.
- Vinos de Calidad con Indicación Geográfica: vinos elaborados en una región determinada con aspiración a convertirse en DO.

Vinos de Mesa (VDM)

- Vino de la Tierra (VdIT): vinos procedentes de regiones determinadas en las que se elabora el vino siguiendo una normativa no tan exigente como la de las DO. Se incluyen aquí los vinos denominados Viñedos de España.
- Vino de Mesa: para los vinos no incluidos en ninguna otra clasificación superior.

Lista de Denominaciones de Origen y Vinos de la Tierra por Comunidad Autónoma

Comunidad Autónoma	Vino de Denominación de Origen (DO)/(DOCa)		Vino de Denominación de Origen (DO)/(DOCa)	
Andalucía	Condado de Huelva Jerez-Xères-Sherry Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda Montilla-Moriles Málaga Sierras de Málaga		Bailén Cádiz Contraviesa-Alpujarra Córdoba Desierto de Almería Granada Sur-Oeste Laujar-Alpujarra	Los Palacios Norte de Granada Ribera del Andarax Sierra Norte de Sevilla Sierra Sur de Jaén Torreperogil Viñedos de España
Aragón	Calatayud Campo de Borja Cariñena Somontano	Cava	Bajo Aragón Campo de Belchite Riberas del Gállego-Cinco Villas Valdejalón	Valle del Cinca Ribera del Jiloca Ribera del Queiles Viñedos de España
Principado de Asturias			Cangas	
Islas Baleares	Binissalem Pla i Llevant		Ibiza Illes Balears Isla de Menorca Serra de Tramuntana-Costa Nord	Formentera Mallorca Viñedos de España
Islas Canarias	Abona La Gomera Gran Canaria El Hierro La Palma	Lanzarote Tacoronte-Acentejo Valle de Güímar Valle de la Orotava Ycoden-Daute-Isora	Viñedos de España	
Cantabria			Costa de Cantabria	Liébana
Castilla y León	Arlanza Arribes Bierzo Cigales Ribera del Duero Rioja (bodega en Miranda de Ebro)	Rueda Tierra de León Tierra del Vino de Zamora Toro Cava (bodega en Aranda de Duero)	Castilla y León Valles de Benavente (Vino de Calidad)	
Castilla-La Mancha	Almansa Dehesa del Carrizal (DO de Pago) Dominio de Valdepeña (DO de Pago) Finca Elez (DO de Pago) Guijoso (DO de Pago) La Mancha Manchuela	Méntrida Mondéjar Ribera del Júcar Valdepeñas Jumilla Uclés	Castilla Gálvez Pozohondo Sierra de Alcaraz Viñedos de España	
Cataluña	Alella Ampurdán Cataluña Conca de Barberá Costers del Segre Montsant	Penedés Pla de Bages Priorato (DOCa/DOQ) Tarragona Terra Alta Cava	Viñedos de España	
Extremadura	Ribera del Guadiana	Cava	Extremadura	Viñedos de España
Galicia	Monterrei Rías Baixas Ribeira Sacra	Ribeiro Valdeorras	Betanzos Valle del Miño-Orense Barbanza e Iria	
Comunidad de Madrid	Vinos de Madrid		Viñedos de España	
Región de Murcia	Alicante Bullas	Yecla Jumilla	Abanilla Campo de Cartagena	Viñedos de España
Navarra	Navarra Rioja	Señorío de Arinzano (DO de Pago) Cava	Ribera del Queiles Viñedos de España	
País Vasco	Txakoli de Álava Txakoli de Bizkaia Txakoli de Getaria	Rioja (Alavesa) Cava		
La Rioja	Rioja (DOCa)	Cava	Valles de Sadacia	
Comunidad Valenciana	Alicante Utiel-Requena	Valencia Cava	Castelló El Terrerazo	Viñedos de España

Eventos

29 al 29 de marzo - Almería

Ruta de Tapas por Almería

Organizado por ASHAL, con la participación de diferentes asociados. Información en esta revista.



Calendario de liga de la UD Almería Segunda Vuelta

<i>Jornada: 25 - 01/03/2009</i> ● Almería - Getafe C.F.	<i>Jornada: 32 - 22/04/2009</i> Dep. la Coruña - Almería
<i>Jornada: 26 - 08/03/2009</i> Sevilla F.C. - Almería	<i>Jornada: 33 - 26/04/2009</i> ● Almería - Numancia Soria
<i>Jornada: 27 - 15/03/2009</i> ● Almería - F.C. Barcelona	<i>Jornada: 34 - 03/05/2009</i> Real Racing Club - Almería
<i>Jornada: 28 - 22/03/2009</i> Real Madrid - Almería	● <i>Jornada: 35 - 10/05/2009</i> Almería - Real Sp. de Gijón
<i>Jornada: 29 - 05/04/2009</i> ● Almería - Villarreal C.F.	<i>Jornada: 36 - 17/05/2009</i> Betis - Almería
<i>Jornada: 30 - 12/04/2009</i> R.C.D. Mallorca - Almería	● <i>Jornada: 37 - 24/05/2009</i> Almería - Espanyol
<i>Jornada: 31 - 19/04/2009</i> ● Almería - C. At. Osasuna	<i>Jornada: 38 - 31/05/2009</i> Atlético de Madrid - Almería

● Encuentro Que Ud Almería Disputa Como Local

Agenda Provincial

29 al 29 de marzo - Almería

Ruta de Tapas por Almería

Organizado por ASHAL, con la participación de diferentes asociados.

Nacional

10 a 12 de marzo - Zaragoza

Exp' Hostel

En Feria de Zaragoza, VII Salón de Proveedores de Hostelería

www.feriazaragoza.es

15 al 18 de marzo - Málaga

Hostelequip

Salón profesional del equipamiento, servicio, alimentación y bebidas para hostelería y colectividades.

www.fycma.com

15 al 18 de marzo - Valladolid

Alimentación Castilla y León

XII Salón de la Alimentación

www.feriavalladolid.com/alimentaria

16 y 17 de marzo - San Sebastián

II Diálogos de Cocina

Palacio de Miramar. Encuentro de cocineros de todo el mundo propiciado por Euro Toques.

www.dialogosdecocina.com

19 al 21 de marzo - Barcelona

BNF

Barcelona Negocios & Franquicias

www.salonbnf.com

22 al 26 de marzo - Barcelona

Alimentaria 2010

Barcelona Feria Internacional de la Alimentación.

www.alimentaria.com

30 de marzo al 2 de abril - Madrid

Salón Club de Gourmets 2009

En Ifema Feria de Madrid.

www.gourmets.net

23 al 26 de abril - Bilbao

Expovacaciones

Bilbao Exhibition Centre Feria de Turismo y Tiempo libre.

www.expovacaciones.eu

18, 19 y 20 de mayo - Pamplona

Navarra Gourmet

Congresos Internacionales: Vive la Verdura, Gastronomía y Salud, Final de los Premios EVA de Gastronomía, Salón de Hostelería, entre otras actividades.

5 al 7 de octubre - Bilbao

Foccus Bilbao

Feria profesional dedicada a la alimentación y a la gastronomía.

www.foccus.eu

23 al 26 de noviembre - San Sebastián

San Sebastián Gastronomía

Palacio Kursaal. Congreso y Salón que sustituye a "Lo Mejor de la Gastronomía" celebrado hasta ahora.

Traspaso

Se traspasa Taberna típica en funcionamiento.

Zona Centro

☎ 625 683 319

Traspaso

Se traspasa Restaurante del Hotel Playa Terreros**. Situado a 100 metros de la playa en el casco urbano de San Juan de los Terreros. Cocina totalmente equipada. Sala con capacidad para 50 personas y terraza para 15 Personas. Toda la equipación es nueva. Solicitado a turismo la categoría de 2 tenedores. Interesados ponerse en contacto con Isabel Martín.

☎ 647 718 383

Se alquila

Restaurante cafetería lazben en fondon. Totalmente equipado para su puesta en funcionamiento. Clientela fija. Precio negociable

☎ 950.336585
www.valledefondon.com

Se vende o alquila

Hotel la Kabila por no poder atenderlo. En pleno funcionamiento. Buen precio.

☎ 627460372
☎ 950 60 18 02

Se vende

Maquinaria hostelería muy buen precio.

☎ 626 003 185

Se busca

Se busca local comercial de aproximadamente 200 mts. Con extracción de humos. Zona rambla o zona centro. Interesados ponerse en contacto con Juan

☎ 629 862 533

Participa!

ASHAL y Revista Anfitrión te invitan a participar en esta sección, donde podrás hacer público, de forma gratuita, ofrecimientos de traspaso o venta de negocios de hostelería, maquinaria, etc.

Si deseas publicar un anuncio:

- Comunícate con ASHAL al 950 280 135,
- Envía un fax con el texto al 950 280 688
- O envía el texto a info@revista-anfition.com



Portal de reclutamiento y orientación laboral para el sector del turismo en Almería. Si estás interesado en contratar a algún trabajador para tu establecimiento o en ofrecerte para trabajar en alguna de las empresas del sector, este es tu sitio web

www.labortur.com

Solicitud de suscripción a Revista Anfitrión

Si desea recibir la Revista Anfitrión, puede completar este formulario y enviarlo a ASHAL por correo postal o personalmente.
Los Picos, 5 - 1º - 950 28 01 35 - 04004 - Almería

Nombre y apellidos

Domicilio Actividad

Localidad

Tel. / móvil

Provincia

C.P.

e-mail

ANFITRION



Servicios a los Asociados

- Representación del sector en la negociación y firma del Convenio Colectivo.
- Servicios de documentación; información y difusión (Boletines, Circulares y Revistas).
- Cursos de formación para trabajadores: Manipuladores, Informática, Idiomas y otros.
- Tramitación de subvenciones del estado o Comunidad Autónoma.
- Convenios con distintas entidades (Bancos, Seguros Médicos, etc).
- Organización de Ferias, Muestras y otras actividades participativas.

Servicios Generales

- Licencias de Apertura y cambios de titularidad.
- Licencias de Ocupación de vía pública. (Terrazas)
- Certificados de Sanidad.
- Certificados Titularidad, Horario y Aforo.
- Libros de Visitas, Hojas de Reclamaciones, Planes Generales de Higiene y otros.
- Lista de Precios. (Restauración y Hospedaje)
- Carteles Anunciadores de carácter obligatorio.
- Certificados de manipulador de alimentos.

Asesoramiento Asesoramiento Fiscal

- Asesoramiento en temas Fiscales.
- Altas, bajas y modificaciones en el Censo A.E.A.T.
- Cumplimentación y liquidación de:
 - Impuestos sobre Valor Añadido (IVA).
 - Estimación Objetiva en la modalidad de módulos.
 - Pagos fraccionados.
 - Declaraciones de Renta.
- Recursos y escritos generales.

Asesoramiento Jurídico

- Asesoramiento general al asociado.

- Elaboración de contratos de arrendamiento/traspasos.
- Recursos en expedientes sancionadores motivados por:
 - Problemas de ruidos y horarios.
 - Reclamaciones de clientes.
 - Inspecciones de Turismo, Sanidad, Consumo, etc.

Asesoramiento Laboral

- Asesoramiento sobre modalidades y clases de contratos de trabajo.
- Aperturas de Centros de trabajo.
- Altas-bajas, régimen general o autónomos.
- Ofertas de Empleo, Contratos y Prórrogas.
- Elaboración de nóminas, seguros sociales, retenciones, finiquitos.
- Recursos y escritos generales.
- Tramitación de I.T.

Presencia en organismos

- **FEHR:** Federación Española de Hostelería
- **CEHAT:** Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
- **FASYDE:** Federación de Asociaciones de Salas de Fiestas y Discotecas de España
- **FAH:** Federación Andaluza de Hostelería
- **ASEMPAL** - Confederación Provincial

Para continuar con este proceso de mejora, por una mayor defensa de tus intereses

ASÓCIATE

Sólo con la unión y la solidaridad de todos podemos afrontar con éxito la defensa de nuestros intereses.

La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Almería –ASHAL– integra desde 1977 a más de 500 empresas del sector, caracterizándose por su preocupación por la mejora de la calidad de los servicios ofrecidos a sus asociados.

Cuotas de socio

	Cuota Bimensual
Sector Hospedaje - Almería Capital	
4 estrellas	111,00 €
3 estrellas	71,00 €
2 estrellas	47,00 €
1 estrella / Pensiones	37,00 €
Sector Hospedaje - Provincia	
Hoteles con Restaurante / Campings	46,00 €
Hoteles sin Restaurante	36,00 €
Pensiones	31,00 €
Sector Restauración - Almería Capital	
Más de 8 trabajadores	67,00 €
Menos de 8 trabajadores	45,00 €
Menos de 3 trabajadores	35,00 €
Sector Restauración - Almería Provincia	
Más de 8 trabajadores	35,00 €
Menos de 8 trabajadores	29,00 €
Sector Bares - Almería Capital	
Más de 5 trabajadores	35,00 €
Menos de 4 trabajadores	29,00 €
Sector Bares - Almería Provincia	
Todos	29,00 €
Pubs y Similares	
Según nº de centros de trabajo	45,00 €
Según nº de centros de trabajo	35,00 €
Cuotas departamento Laboral	
Cuota fija	10,00 €* / empresa
Cuota variable	11,00 €* / trabajador
Cuotas departamento Fiscal	
Cuota libros fiscales "módulos"	61,00 €* / trimestre
<i>En función del volumen de facturación de la empresa</i>	91,00 €* / trimestre
	121,00 €* / trimestre
Cuota contabilidad simplificada	51,00 €* / mes
Otras gestiones	Consultar

* Más 16 % de IVA

Solicitud de inscripción a ASHAL

Si aún no está asociado pero si interesado en nuestros servicios, puede enviarnos sus datos de contacto y nosotros nos dirigiremos a usted para enviarle información más detallada
Deseo recibir información sobre la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Almería –ASHAL

Nombre y apellidos

Nombre del establecimiento

Domicilio Actividad

Localidad Provincia C.P.

Tel. / móvil

Actividad Bar Cafetería Restaurante Alojamiento Otros

De conformidad con lo dispuesto en la Ley Orgánica de Protección de Datos, ASHAL informa que los datos personales facilitados en el presente formulario serán incorporados en un fichero de contactos y serán tratados de manera automatizada. El remitente da su consentimiento para ser incluido en el mencionado fichero que tendrá como finalidad informarle de los productos, servicios y actividades de ASHAL. Si lo desea, puede dirigirse a ASHAL, en la dirección anteriormente indicada con el fin de ejercer los derechos de acceso, rectificación, oposición y cancelación.



A.N.E.E.H.A.
ASOCIACIÓN NACIONAL DE
EMPRESARIOS DE EQUIPAMIENTOS
DE HOSTELERÍA Y ALIMENTACIÓN



Tocco Magico 20 GN 1/1

CHP
Comercial
Hostelera del Poniente

Algo más que ¡Racional!
Económicamente ¡Racional!
Respuesta ¡Racional!
Producto ¡Racional!
Servicio técnico ¡Propio!



Cocinas Chinas



Serie 1000

32 años de experiencia
Asesoramiento integral en inversión
y rentabilidad a la hostelería



El mejor sitio
para anunciarse

COORDENADAS

Guía de Hostelería y Turismo de Almería

Coordenadas es una publicación mensual exclusiva para los usuarios del sector Hostelero y Turístico de Almería.

Estructurada por rubros y con un claro diseño es una práctica y eficaz herramienta de consulta.

Su contenido, de gran interés, proporciona al lector un atractivo valor añadido, acompañando la publicidad de las empresas anunciantes.

Una publicación creada para despertar en el cliente el interés de visitar y conocer nuestras instalaciones y así agasajarlos con nuestras especialidades y ser su mejor Anfitrión.

Revista recomendada a los lectores por:



Ficha técnica	
Audiencia	9.000 lectores
Difusión	3.000 ejemplares - Almería Capital
Periodicidad	Mensual
Precio	Gratuita
Formato	A5 - 148 x 210 mm
Impresión	Cuatricromía - Portadas plásticas
Encuadernación	Engrapado
Distribución	A dirección fija, puntos de información turística (Almería Turismo), ASHAL, hoteles de Almería, cines Monumental y Cervantes, anunciantes de la revista, etc.

Tarifas y espacios disponibles	
Formato	Tarifa
Página Interior	220 €
Media página	115 €
Cuarto de página	65 €
Octavo de página	35 €
Otros espacios	Consultar

Precios sin impuestos -7% IRPF + 16% IVA

asociados ASHAL
descuento
5%

mamboreta
ESTUDIO DE DISEÑO

Ampliar información y contratación:
950 95 32 20
info@mamboreta.com