

SORIA y TURISMO

magazine

► **1/07** REVISTA OFICIAL DE LA AGRUPACIÓN SORIANA DE HOSTELERÍA Y TURISMO

Central de compras/Central de reservas

ASOHTUR mira hacia el futuro, sin olvidar el presente

Convenio con la SGAE y TDT

Velando por los intereses de los asociados

Antonio Machado
pasó por Soria

Sus huellas, cien años después



vite apetecen?

alecosor
alimentos ecológicos de
Soria Natural
La Sacra nº 1
Gamay - Soria - España
www.alecosores.es

PATATAS FRITAS
ecológicas



procedentes de la agricultura ecológica elaboradas con aceite de oliva ecológico naturales, saludables, ligeras, crujientes ...
... y BUENÍSIMAS !!!



SORIA y TURISMO
magazine

Edita
Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo (ASOHTUR)
asoheturfoes.es

C/Vicente Tutor, 6; planta 4
Teléfono: 975 233 222
Fax: 975 233 223

Presidente
Ángel Mayor Hernando

Dirección Comercial y Coordinación
Víctor J. Hidalgo de Marco
Plannings y Publicidad

Redacción
José Carlos San José
josesanjose@gmail.com

Diseño y Maquetación
Alfonso Pérez Plaza
www.alfonsodg.com

Diseño Cabecera
Ferrus

Fotografía de Portada
Alfonso Pérez Plaza

Fotografía
José Carlos San José
José Luis Bravo
Asohetur
Foes

Imprime
Gráficas Ochoa

Colaboraciones
José Luis Bravo Pacheco
Juan Manuel Ruiz Liso
Carlos Benito

Depósito legal: XXXX

© Copyright
Queda prohibida la reproducción total o parcial de los artículos y fotografías incluidos en esta publicación, su tratamiento informático y la transmisión por cualquier forma o medio, sin el previo permiso por escrito del titular del copyright. Las colaboraciones son de exclusiva responsabilidad del autor.



Saludo del presidente

Constituye para mí un motivo de orgullo y satisfacción escribir estas líneas. Me es muy grato dar la bienvenida a la Revista 'Soria y Turismo' y agradecer la oportunidad de poder expresarme en ella sintiéndome uno más.

Mi más sincero agradecimiento para todas las personas de esta revista, pues de todas y de cada una de ellas es el mérito de que esto sea una realidad y estoy seguro que será un punto de referencia para todos los interesados en el Turismo y un vehículo de información de utilidad para la tarea de reflexión y crítica constructiva tan necesaria en una actividad en plena ebullición como la que nos ocupa.

Nuestro deseo es que a través de la lectura, los agrupados puedan conocer y disfrutar, si cabe, un poco más, de esta tierra. También es una ventana abierta a personas de otros pueblos que nos visiten atraídos por las ofertas culturales y de ocio que ofrece nuestra provincia y que, motivados por el contenido de la publicación, puedan visitarnos personalmente y disfrutar de nuestra Soria y su mayor tesoro, que es su gente.

Pretendemos hacer en esta Revista un punto de encuentro entre la Agrupación de Hostelería y Turismo de Soria y los asociados, para seguir trabajando día a día por dar más calidad a todos nuestros servicios y, en definitiva, por ayudar a crecer a las empresas hosteleras.

Nuestra Agrupación se fundamenta en la colaboración con todos y en todo lo que redunde en beneficio de Soria y su Comunidad así como su promoción turística. Lo que se busca es dinamizar, sensibilizar, agilizar, mentalizar y transmitir un claro mensaje: Entre todos tenemos que conseguir que Soria sea el gran destino turístico mundial que le corresponde.

Ángel Mayor,
Presidente de la Agrupación
Soriana de Hostelería y Turismo



4/SUMARIO

- [6 Carta del Presidente](#)
- [8 Análisis de la actualidad de ASOHTUR](#)
- [12 Noticias de ASOHTUR](#)
- [16 Central de Reservas \(Plan Avanza-Soriactiva\)](#)
- [17 Central de Compras](#)
- [20 Noticias de la FEHR](#)
- [22 Hostelería y Cocina](#)
- [24 Rutas por Soria](#)
- [28 Hostelería y Salud](#)
- [30 Legislación y Normativas: Horarios de Cierre](#)
- [31 Conozca la Asociación](#)

En portada



- 15 Convenio de ASOHTUR con la SGAE**
La Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo firma un acuerdo que reporta bonificaciones a los asociados y se compromete en la lucha contra la piratería.

- 17 Central de compras**
La unión y el compromiso de los asociados, base de un proyecto ambicioso que beneficiará a todos.



- 24 Rutas por Soria**
Las huellas y el alma de Machado, cien Años Después. José Luis Bravo nos acerca a la Soria de Machado, por sus calles y rincones máspreciados.

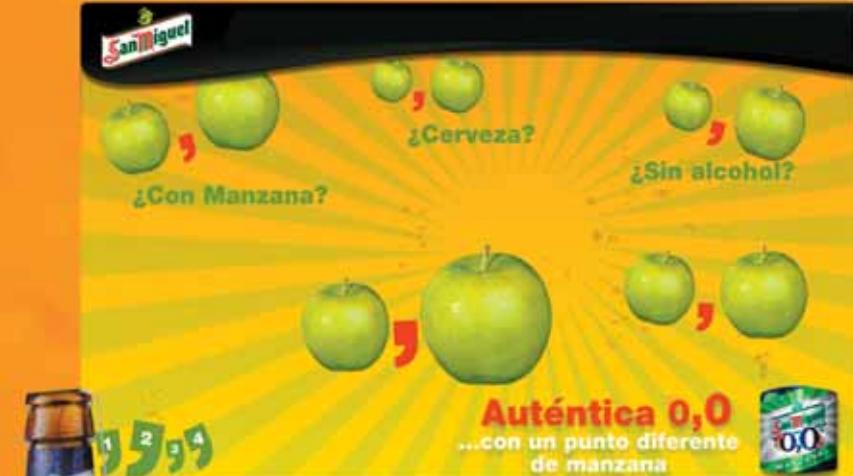


**Chuleta de Buey de 1^a calidad
Despiece de cerdo Ibérico
Productos de caza
Carnes Exóticas
Servicio a domicilio al sector
hostelero**



Cárnicas Ramírez Tutor Pol. Industrial las casas. Tfno. 975 226 090. Móvil 607 286 265

Con San Miguel 0'0
Tú Eleges Sabor...



Auténtica 0,0
...con un punto diferente
de manzana

La experiencia de té que te seducirá






6/ACTUALIDAD/Carta del Presidente

Angel Mayor

Quiero animar a todos los asociados a seguir trabajando con el mismo empeño y dedicación que hasta el momento habéis hecho en la obtención de los mejores servicios y máxima atención hacia todos nuestros clientes y visitantes, pues de esta forma es la única manera de que repitan en sus destinos turísticos en años venideros.



Sumemos esfuerzos

Quisiera destacar el enorme esfuerzo que desde la Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo se está realizando para que podamos disfrutar de una entidad profesional y de servicios que salvaguarden nuestros intereses.

Es un hecho contrastado el notable crecimiento sufrido por nuestra organización en los últimos meses tanto a nivel organizativo como a nivel de interlocución y proyectos realizados siguiendo el principio constitutivo fundamental de defensa de los derechos e intereses de nuestros asociados. Este crecimiento sufrido a nivel cualitativo y cuantitativo se traduce por una parte, en un aumento de departamentos de trabajo creados por y para el asociado y la mayor profesionalización alcanzada en los mismos al ser dirigidos por técnicos cualificados. Quiero animarlos

a todos a que confíen en ellos pues estoy seguro que su trabajo y dedicación no os defraudará.

La fuerza de nuestra Agrupación radica en la suma de esfuerzos y en el apoyo de nuestros socios y desde esta página quiero dar la bienvenida a los nuevos integrantes de nuestra agrupación.

La filosofía de nuestra agrupación es:

- Prestar todos los servicios necesarios para el óptimo desarrollo de su actividad, redundando en una mayor calidad e imagen exterior.
- Todas las actuaciones que tengan como fin la promoción turística de nuestra zona de influencia aportando una mayor calidad y profesionalidad al sector.

Todas las actuaciones que tengan como fin la promoción turística de nuestra zona de influencia aportando una mayor calidad y profesionalidad al sector.

La finalidad es ayudar y respaldar a los integrantes de la Agrupación So-

riana de Hostelería y Turismo ante cualquier duda, trámite o problema que tengan. Una de las preocupaciones de la Agrupación es la consecución de una comunicación fluida y constante entre todas las vertientes empresariales.

Nuestros objetivos son la representación, defensa, gestión y fomento de todos los empresarios que ejercen actividades. Con la unión de las empresas de la zona lograremos el desarrollo del sector turístico y de ocio, formulando propuestas que activen la economía y proponen la mejora de nuestros establecimientos.

Nos encontramos ante un proyecto ambicioso e innovador que pretende que Soria se convierta en un destino de ocio con identidad propia. También será objetivo de la agrupación fomentar y contribuir a la unión de to-

dos los habitantes del pueblo, así como de sus hijos o descendientes que residen en otros lugares. Y defender y mejorar en lo posible su calidad de vida y velar y defender el patrimonio histórico artístico del pueblo y el medio ambiente de su entorno.

Desde la junta directiva de la Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo, veo el futuro como un reto ilusionante: queda mucho por hacer y, de momento, las fuerzas y las ganas no nos faltan.

Actualmente, en la Agrupación se encuentra un grupo de personas muy diverso, con ideas a veces encontradas, pero con energías que se complementan de manera satisfactoria cuando hay que trabajar y decidir. Contamos con el respaldo de un gran número de socios, de los que siempre recibimos con agrado sugerencias y colaboraciones.

Queremos seguir trabajando en una línea parecida a la que ha guia-



Actualmente, en la Agrupación se encuentra un grupo de personas muy diverso, con ideas a veces encontradas, pero con energías que se complementan de manera satisfactoria cuando hay que trabajar y decidir

do la trayectoria de la Agrupación desde su inicio: cuidar de nuestro patrimonio y promover actividades culturales para conocer y disfrutar de nuestra riqueza cultural.

Para ello ha de trabajar para atraer a la redacción de la revista el resto de asociaciones y vecinos, sus inquietudes e intereses son el motor del desarrollo cultural del pueblo.

Dice el refrán: "Un grano no hace granero, pero ayuda al compañero" y de lo que se trata en la Agrupación es de ir colaborando, aportando cada uno, dentro de lo que puede, su granito.

Todo esto es el fruto de largo tiempo de dedicación y esfuerzo, ayudado por el reconocimiento y el cariño con el que me habéis acogido, este cariño es mutuo, pues siento un gran amor por esta ciudad y mi tierra natal.

Un cordial saludo.

Ángel Mayor,
Presidente de la Agrupación
Soriana de Hostelería y Turismo

áster
CONDE
VALDEMAR

conVino
DISTRIBUCIONES
LAGAR DE CERVERA MATARROMERA
Barón de Oña E M J N A

VINA IZADI
VINA AREJADA
VINA ALBERDI



Cáñada Real
Calidad al servicio
de la hostelería





8/ANÁLISIS ACTUALIDAD



El desarrollo de una zona influenciada por atractivos turísticos es un compromiso que implica a todos los departamentos del Gobierno Regional y también de otras Administraciones. El Gobierno Regional debe de tener presente que tiene que canalizar inversiones para que reviertan en beneficio de esta región: Castilla y León

Necesitamos + inversiones

Hay que seguir apostando por el futuro, hay que hacer un esfuerzo presupuestario mayor. Invertir, trabajar y desarrollar Castilla y León es una obligación de todas las Administraciones Estatales, Provinciales y Locales.

Hay que potenciar e invertir en elementos patrimoniales y de nueva creación. Carecemos de recursos suficientes para emprender políticas de desarrollo turístico. Necesitamos un instrumento y este se llama 'apoyo financiero' a iniciativas regionales innovadoras. Hace falta reforzar la cohesión económica y social de la UE fomentando la cooperación transfronteriza, transnacional, transinterregional y provincial.

Tenemos que recordar que:

- Para un viajero nuevo, la decisión del destino vacacional se produce

en muchos casos en función de imágenes genéricas y difusas y en la formación de esa imagen participan muy variados elementos, que van desde las propias características geomorfológicas hasta los servicios públicos, el tipo de recursos turísticos disponibles, la calidad del entorno, la conservación del núcleo urbano entre otros.

- El turismo, hacer turismo, viajar o conocer nuevas realidades lejanas a la rutina cotidiana se percibe como un índice de calidad de vida, de modo que se da cada vez más importancia a aspectos como el patrimonio histórico artístico, los eventos y actividades culturales, el disfrute del paisaje y el entorno natural, el cuidado de la salud, o el descanso en entornos tranquilos y auténticos. Disponer de las condiciones adecuadas para explotar estos factores

- La potencial demanda desconoce realmente la riqueza y los recursos turísticos de la Comunidad y a menudo sorprende en el visitante la enorme riqueza de Castilla y León cuando accede por primera vez.

- Es preciso otorgar un cierto carácter unitario a la oferta turística que proporcione a los turistas la imagen de Castilla y León como un destino fijo de vacaciones.

- Hay zonas de fuerte recepción de visitantes que carecen de una comunicación adecuada con las ciudades

más importantes y los núcleos urbanos relevantes.

- El estado de conservación de algunos elementos del patrimonio histórico artístico, arquitectónico y etnográfico rural, puede dar lugar a pérdidas de oportunidad de negocio.

- La enorme diversidad que ofrece el medio físico de Castilla León permite la práctica de actividades que aún están por descubrir, adaptar o explotar masivamente.

- Hay que apoyar la creación de productos turísticos locales que pongan en valor los recursos existentes; 'productos estrella' y característicos de un determinado destino y en torno a los que pueda desarrollar una oferta turística integrada.

- Hay que prever infraestructuras necesarias para dar buena respuesta a la demanda potencial.

- La mejora de la red de señalización e información supone una estupenda oportunidad para dar a conocer en profundidad la inmensa riqueza natu-

ral y cultural que encierra Castilla y León

- Hay que posibilitar el desarrollo de proyectos tructores en los Espacios de Oportunidad ya que resulta extremadamente importante por el efecto multiplicador que puede tener en la creación de actividades auxiliares en el entorno.

- La creación y desarrollo de empresas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación puedes posibilitar un salto estratégico en el posicionamiento de la Región por lo que Castilla y León apuesta decididamente.

- Pedimos contribución a la financiación de proyectos que tengan por objeto la creación de centros de ocio, parques temáticos, centros de interpretación de recursos y productos similares basados en la aplicación de tecnologías avanzadas.

- Hay que hacer hincapié en la promoción del patrimonio existente a través de la creación y ejecución de even-

tos culturales alrededor de dicho patrimonio y mediante la proporción de convenios que permitan que dichos monumentos sean accesibles a los visitantes.

Nuestro objetivo es claro: preservar nuestro rico patrimonio y potenciar el desarrollo de Castilla y León y por eso hemos desarrollado distintas acciones encaminadas al mantenimiento, mejora y aumento de los recursos naturales, culturales y recreativos.

Para concluir: Nosotros creemos que la mejor inversión es promocionar la imagen que se lleva el turista cuando visita nuestra región y que en esa promoción las campañas publicitarias juegan un papel importante. Pero muchas veces nos podemos encontrar con que un gran avance en el marketing publicitario luego choque con una realidad que no se corresponda con esta imagen.

Desde la Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo creemos que la forma correcta es crear nuestro propio

La Formación Continua es una de las principales herramientas estratégicas de las empresas para aumentar su productividad y competitividad



SOLUCIONES FORMATIVAS AL SERVICIO DE LA EMPRESA Y EL TRABAJADOR
FORMACIÓN SUBVENCIONADA PARA TRABAJADORES

DINOS TU NECESIDAD FORMATIVA Y NOSOTROS BUSCAREMOS EL PLAN FORMATIVO A MEDIDA

¡Maestros de la distinción!
GRUMER
Formación

Diego Acebes 11, 42001 Soria - Tfno. 975 211 679



Las Delicias del Pato

Distribuidor para Soria y provincia

GEMESA
C/ Navas de Tolosa 27
42001, Soria
Tfno. 975 215 042


MALVASIA

www.malvasia.com.es





modelo de Plan Estratégico Regional, y que sea el resultante de aprovechar nuestros propios recursos Turísticos y Patrimonio Cultural, que tan amplio es y tan mal aprovechado está en estos momentos.

Cada día hay más asociaciones para autoprotegerse debido a olvidos o vacíos institucionales, frecuentes cambios de estrategia turística, ningún enfoque o persecución en un producto principal para nuestras provincias y que sea el referente para tan ansiado Turismo Regional y Provincial.

Desgraciadamente y hasta ahora nuestros enfoques han sido de ámbito itinerante o pasajero, lo que nos hace acometer contradictoriamente un programa de promoción y no podamos ofrecer debidamente un Producto Turístico Consolidado y que permanezca en el tiempo convirtiéndose en un referente obligado en las visitas a nuestra provincia.

Está claro que para nosotros es prioritaria, y susceptible de crear, una infraestructura sólida en el turismo, por eso queremos que el año 2007 sea el principio de nuestra voluntad de tomar nuestro Turismo en serio.

Sabemos que el turismo en nuestra región no está en el limbo pero tampoco podemos decir que partimos de cero... estamos francamente en una de las regiones más atractivas del planeta, poseemos maravillas de la naturaleza y del paso de los siglos, tenemos historia y cultura, enriqueciendo miles de páginas de la historia de España... y todo ello, la verdadera historia donde ni siquiera los habitantes ven la belleza del entorno donde viven.

Intentemos mejorar

A parte de que tenemos casi una ausencia de imagen e identidad, hay demasiada gente que actúa por orden disperso y que hacen en muchos casos un turismo amateur.

El buen turismo exige que se pague lo correcto y que se aloje decentemente al personal... Vamos a poner en marcha y reforzar el control creando un turismo de profesionales.

Intentemos convertir Castilla y León en un destino de moda y suscitemos las ganas de venir aquí... nuestra región no debe convertirse en mo-

da sino que debe estar de moda... Intentemos federar al conjunto de los habitantes sobre la idea que el turismo es asunto de todos y que nuestra región gana en notoriedad y en calidad frente a la competencia... Intentemos dar un nuevo 'look' a todas nuestras joyas.



Está claro que para nosotros es prioritaria, y susceptible de crear, una infraestructura sólida en el turismo, por eso queremos que el año 2007 sea el principio de nuestra voluntad de tomar nuestro Turismo en serio

Intentemos hacer que cada habitante sea 'un embajador' de la región.

Intentemos dar una imagen positiva sobre nuestra región, la cual es una zona de multi esplendor, y federar la oferta alrededor de un concepto y de una marca.

Cuanto más protegido está un espacio, más está el deseo de verlo.

Cuando se es rico en tantos atributos hay que saber vender todo...

Vamos a mejorar la calidad y la diversificación de los productos turísticos.

Vamos a hacer que el turismo europeo conozca nuestra región...

pero España también debe conocer nuestra región y gastar en nuestra región en vez de salir de vacaciones al extranjero.

Vamos a obtener un flujo turístico mejorando los medios de comunica-

ción para que nuestra región sea más accesible en los desplazamientos y de esta forma vamos a valorizar nuestras numerosas joyas turísticas para convertirnos en un verdadero destino turístico de negocios, ocio y cultura.

Hacer un turismo solidario donde el cliente contribuye financiando el mantenimiento y conservación de la región, las mejoras de las condiciones de vida de los trabajadores en turismo o en los proyectos de desarrollo local y provincial.

Hacer campañas de sensibilización y educación apostando una 'puesta en marcha de un deseo cultural'.

Nuestra sociedad busca hoy por hoy los encuentros, momentos para compartir, el descubrimiento de nuestras raíces... cual sea el espacio que nos recibe (rural, urbano o montaña...) El turismo puede responder a nuestros deseos.

Todo desarrollo, acondicionamiento o actividad turística debe respetar y preservar a largo tiempo los recursos naturales, culturales y sociales... y contribuir de manera positiva y justa al desarrollo económico y al completo desarrollo de los individuos que viven, trabajan o residen en los espacios protegidos.

Un parque natural regional tiene por objeto proteger el patrimonio, contribuir en el acondicionamiento del territorio, favorecer el desarrollo económico, social, cultural y a la calidad de vida para seguras el recibimiento, la educación y la información del público, realizar acciones experimentales o ejemplares y contribuir en programas de investigación.

Cuanto más protegido está un espacio, más está el deseo de verlo.

Se debe trabajar para obtener un turismo que utiliza la naturaleza como soporte esencial de la actividad turística, que tiende a valorizar al máximo nuestro patrimonio, que responde a una gran motivación para el descubrimiento y suscita el deseo de respetar nuestro entorno.

Reforzar el turismo, circuitos a pie y el turismo naturalista el cual trata con productos para la observación de la fauna y la flora de la región con el mayor respeto del medio ambiente visitado.



El turismo es el producto de la acción conjunta de los profesionales, de las colectividades y numerosas iniciativas de propietarios, comerciantes, oficios para el ocio, asociaciones, etc. Y necesitamos para que sea efectivo movilizar todas estas energías

El papel motor y valor añadido del turismo:

Adomar esta rama económica en su verdadero papel 'estructurante', desarrollando su impacto en los empleos, comercios, productos locales... En toda la región buscar el valor añadido, aumentando los flujos monetarios importados, las tasas del gasto de los clientes, los servicios creadores de empleo...

Mejores resultados en oferta y empresas turísticas:

Para la calidad y adaptación a la evolución de los clientes Adaptar equipamiento, infraestructuras, lugares, alojamientos existentes...

Un posicionamiento fuerte y que destaca:

Debe dar carácter, relieve y atracción, en la oferta turística castellano y leonesa. Fundado sobre nuestras ventajas competitivas que defendemos y sobre una política de gestión duradera de nuestros recursos dando valor a todo lo que hace la verdadera identidad común, los atractivos turísticos mayores, que

nos distinguen entre los destinos competentes... Este posicionamiento debe encarnarse en toda la oferta... 'cultivamos nuestras diferencias.'

Mejores resultados en oferta y empresas turísticas:

Para la calidad y adaptación a la evolución de los clientes Adaptar equipamiento, infraestructuras, lugares, alojamientos existentes...

Un posicionamiento fuerte y que destaca:

Debe dar carácter, relieve y atracción, en la oferta turística castellano y leonesa. Fundado sobre nuestras ventajas competitivas que defendemos y sobre una política de gestión duradera de nuestros recursos dando valor a todo lo que hace la verdadera identidad común, los atractivos turísticos mayores, que

Adaptarse a la pluriestacionalidad

Para evolucionar en mercados, en la sociedad, en la competencia... y así 'subir en calidad' lo existente, enriqueciendo lo atractivo, y satisfacer mejor las esperanzas de los clientes, dando siempre valor a los lugares que constituyen los motores de la imagen y frecuentación.

Aumentar el resultado de la organización del turismo

Sector atomizado por naturaleza, el turismo será más eficaz siendo más organizado y uniendo sus fuerzas, en 3 niveles:

Geográficamente a escala territorial, para cumplir las funciones turísticas regupando los sectores públicos y privados a través de la organización comercial co-

lectiva, utilizando todos los medios para la captación de nueva clientela y para facilitar el acceso a la oferta a través del apoyo en los proyectos de los profesionales y colectividades locales y en el aumento de los medios en 'la ingeniería del desarrollo turístico.'

Reforzar la cultura turística con unos objetivos de calidad de vida

Favoreciendo el desarrollo de una cultura turística de los habitantes y los vínculos entre cultura local y turismo para un turismo integrado, duradero, armonioso, contribuyendo a la calidad del medio ambiente y del ocio. Para la calidad del recibimiento, para la escucha, y prestación de atención a las necesidades de nuestros clientes.

*La mejor información y más completa
para todos, todos*

HERALDO DE SORIA



Convenio Asohtur-SGAE

La Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo se adhiró el pasado 10 de abril al convenio marco de la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) por el que se regula la utilización de las obras cuyos derechos de autor representa esta entidad de gestión. El presidente de ASOHTUR, Ángel Mayor Hernando y el director de la SGAE en la zona centro, Juan Nebredo, firmaron este acuerdo, que contempla lo concerniente a la utilización por cualquier medio (TV, DVD, radio o equipo de sonido) de las obras que la SGAE representa.

Los puntos más relevantes del acuerdo son:

- Bonificaciones para todos los asociados de la Agrupación. Descuentos de hasta el 15 % para bares, res-



Reunión de la Directiva de ASOHTUR con la SGAE

foto asohtr

taurantes y cafeterías, bares especiales y salones de banquetes.

• Un contrato-licencia. Mediante el que se regula el precio y la forma de pago de los derechos de autor según el tamaño del negocio.

• Compromiso en la lucha contra la piratería. Los integrantes de la Agrupación se comprometen a cooperar

con SGAE, impidiendo la venta y el uso de material ilegal en sus locales.

Mientras que los asociados de ASOHTUR podrán pronto disfrutar de las ventajas de este acuerdo tras su firma, otras Asociaciones de la FEHR que todavía no lo han hecho están fijando fecha para próxima firma del convenio con SGAE.

Gasa Pinta
de Harineteas

Aperitivos y frutos secos

Café Crem
Aromas del Café

PRODUCTOS ARTESANOS

Vijusa

EL CABALLO DE SORIA

GRUPO AEPSA

ACEITES EL PALOMAR, S.A.
Duendesol, S.A.
Duende Selecto, S.L.

BODEGAS CASTILLO DE GÚMARA

Vino el silencio de Valdriuela

grupo racionero

Pastas, legumbres, arroces, harinas

CONSERVAS Carcar

Conservas Vegetales

Vino Rioja

SUMINISTROS VALONSADERO

Venta y distribución de productos alimenticios y de limpieza para hostelería, comercio y colectividades

Petroleras Estrella Ctra. Almazara s/n, Edificio 12, C.P. 45005, Soria. Tfno/Fax: 975 214 796

Estudio de la TDT

Soria protagonizará el comienzo de la nueva era de la TDT en España. Red.es, entidad del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, inició los trabajos para adelantar el despliegue completo de la TV interactiva a 2008. Con este proyecto, Soria es la primera ciudad de España donde la TDT quedará implantada de forma completa. Se convertirá así en plataforma de referencia para la puesta en marcha de nuevos servicios asociados a la Televisión Digital Terrestre. Todos los ciudadanos tendrán acceso a la nueva oferta de programación así como a futuras ventajas de la nueva televisión: servicios interactivos de comuni-

	Hoteles	Nº Hab.	CRAC/PO/CTR	Nº Hab.	Restaurantes	Cafeterías	Bares	TOTAL
Establecimientos de ASOHTUR con cobertura	25	605	0	0	51	12	59	147
Establecimientos con cobertura no agrupados	22	217	10	71	52	21	152	257
Establecimientos de ASOHTUR sin cobertura	29	761	10	76	49	12	23	123
Establecimientos sin cobertura no agrupados	55	579	54	364	115	11	158	393

cación, relaciones con la Administración, formación a distancia a través de TV, telecompra y otros. El proyecto Soria TDT se enmarca en el Plan de Actuación Específico para Soria (PAES) y su objetivo es facilitar el desarrollo de Soria mediante la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación.

Con respecto a este proyecto, se ha llevado a cabo un estudio, son la sub-

Conversaciones con el Corte Inglés

El ambicioso proyecto de ASOHTUR de implantar, a través de las agencias de El Corte Inglés, todos los paquetes turísticos que ofrece la Agrupación toma forma a medida que las conversaciones con El Corte Inglés van por buen camino.

Con este futuro convenio se abre una nueva vía de gestión de paquetes turísticos en un amplio espectro en el panorama nacional en la promoción de la ciudad de Soria, el turismo rural por la provincia, así como ocio y cultura. En próximos números de Soria y Turismo se ampliará información sobre este convenio en el que ASOHTUR tiene muchas esperanzas.

Paquete turístico

Enamórate en Soria es el nombre del paquete turístico que ASOHTUR está desarrollando para poner a disposición de sus asociados desde este mismo verano de 2007.

Este paquete turístico ofrece diferentes temáticas, como ocio, golf, cultura, historia... con diferentes ofertas en cada uno de ellas. Así, el turista que visite Soria podrá disfrutar de una amplia gama de actividades, como rutas guiadas por Soria, visitas a monumentos, así como una cena 'romántica' en cualquiera de los establecimientos adheridos a la promoción del paquete turístico elegido, con sólo presentar el ticket que acredite la contratación del paquete.

Convenio con Segitur

ASOHTUR, a través de su presidente Ángel Mayor, y SEGITUR, en la persona de su presidente, Carlos Abella, han alcanzado un acuerdo por el cual a través de la página web podrá gestionarse el Paquete Turístico de ASOHTUR Enamórate en Soria. La Sociedad Estatal de Gestión de la Información Turística es el instrumento de enlace entre las nuevas tecnologías y la promoción turística, con la misión de desarrollar las nuevas tecnologías relacionadas con el turismo y potenciar su uso para afianzar el liderazgo mundial de España como destino turístico. Su web, www.spain.info, es la segunda más visitada del mundo.

¿Sería Vd. capaz de encontrar el aire acondicionado en la fotografía de esta habitación? *

* Solución en la página siguiente.



C/ Albacete 27, Soria - Tlfno. 975122122



Datos del INE: ocupación en abril

Según los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística Hotelera correspondiente a abril de 2007, dada a conocer por el Instituto Nacional de Estadística (INE), la media nacional de ocupación se situó el citado mes en un 55,75%. En Soria, la ocupación alcanzó el 31,54%, con un total de 18.368 viajeros y 35.871 pernoctaciones, con una estancia media de 1,95 días. Si bien en el número de viajeros y pernoctaciones Soria quedó rezagada con respecto a las demás provincias de Castilla y León, la estancia media es una de las más altas, superando la de la propia región, y únicamente por debajo de Salamanca. La ocupación en Castilla y León alcanzó el 42,47% durante el mes de abril.

CCAA y Prov.	Viajeros	Españoles	Extranjeros	Pernoct.	Est. media	Ocup. plazas
Castilla y León	410.376	336.241	74.135	737.263	1,80	42,47%
Ávila	30.528	26.199	4.329	50.599	1,66	34,84%
Burgos	66.513	48.586	17.928	108.278	1,63	42,25%
León	71.307	59.485	11.822	133.662	1,87	41,84%
Palencia	22.018	18.093	3.925	38.153	1,73	34,05%
Salamanca	80.794	62.793	18.001	163.928	2,03	52,28%
Segovia	38.580	33.462	5.118	68.381	1,77	44,15%
Soria	18.368	17.323	1.045	35.871	1,95	31,54%
Valladolid	59.618	49.673	9.945	96.438	1,62	43,89%
Zamora	22.650	20.629	2.022	41.954	1,85	41,57%
Total Viajeros	H****	H***	H** y H*	Hostales	Pensiones	TOTAL
Abril-06	4.247	5.758	2.083	4.894	2.154	19.136
Abril-07	6.406	2.916	1.851	5.652	1.544	18.368
Total Pernoctaciones						
Abril-06	7.407	9.121	3.776	9.904	5.336	35.544
Abril-07	10.486	5.401	3.781	11.980	4.222	35.871
Grado ocupación						
Abril-06	46,90	39,45	32,52	25,79	28,60	34,7%
Abril-07	48,46	32,41	30,86	28,89	19,54	31,54%
Estancia media						
Abril-06	1,74	1,58	1,81	2,02	2,48	1,93
Abril-07	1,64	1,85	2,04	2,12	2,74	1,95
Extranjeros	Nº Viajeros	Nº Pernoctaciones				
Abril-06	1.364	2.326				
Abril-07	1.045	1.742				



Polygono Industrial Calle E parcela 38, Soria.
975 22 88 25 - Fax 975 21 43 38

Principales conclusiones del I Foro de Ocio Nocturno

Celebrado en Madrid el pasado 27 de marzo, contó con la participación de más de 50 representantes de asociaciones y colectivos del segmento de Ocio Nocturno de todo el país. La Agrupación de Hostelería y Turismo estuvo representada por José Antonio Durán, vocal de ASOHTUR. Este Foro supone la apertura de un esquema de trabajo continuo y especializado en el ocio nocturno, coordinado con FEHR y con participación abierta a los asistentes que mostraron su interés.

Conclusiones:

- Mantener la unidad de acción en los asuntos que preocupa al segmento de Ocio Nocturno, especialmente frente a las Administraciones Públicas que refleja la importancia del sector.
- Colaborar con productores, distribuidores y administraciones públicas para conseguir un entorno socialmente

- responsable hacia el alcohol que preserva nuestra cultura y costumbres permitiendo una lucha eficaz contra el consumo nocivo y el mercado ilegal.

- Concienciar a las administraciones locales para que el problema del ruido se trate sin demagogías, con políticas integrales y responsables que permitan la convivencia del descanso y el ocio, dado que ambos son necesarios en sociedad.

- Impulsar la lucha contra el botellón y la comercialización ilegal de alcohol que es fuente de desorden público, consumo nocivo de alcohol y generación de ruido y molestias a los ciudadanos.

- Dar continuidad a los Foros de Ocio Nocturno con sucesivas convocatorias que aborden temas de especial interés y crear un grupo de trabajo que profundice en la elaboración de propuestas concretas.

ASOHTUR en Ferantur



Expositor de ASOHTUR en Sevilla

Ferantur, la Feria Andaluza de Turismo y Desarrollo Rural, que se celebró del 22 al 25 del pasado mes marzo en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (Fibes), contó con la presencia de ASOHTUR, que a través del expositor de la Agrupación acercó a los asistentes a la feria las riquezas que esperan Soria a sus visitantes, fomentando el turismo en nuestra provincia informando de la oferta hotelera de la misma. La experiencia fue "totalmente positiva", en palabras del presidente de ASOHTUR, Ángel Mayor.

La Agrupación acudió también, esta vez sin stand, a FITUR, la Feria Internacional del Turismo, que se desarrolló en Madrid del 31 de Enero al 4, no así en otras ferias como las de Valencia y Bilbao, a donde no fue invitada.

Premio a Malvasía

Malvasía ha sido reconocida recientemente con el galardón 'Tomás Pascual Sanz' a la Iniciativa Agroindustrial por parte de la Junta de Castilla y León, en los II Premios al Sector Agrario y Agroindustrial de Castilla y León.

El Premio Tomás Pascual Sanz, a la iniciativa agroindustrial, está dirigido a galardonar a la industria transformadora de productos agrarios que incorpore un proceso productivo nuevo que mejore los existentes en Castilla y León y con ello obtenga productos de calidad o diferenciados en el mercado.



Las Delicias del Pato

Le ayudamos, está aquí



Paneles intercambiables en aire acondicionado LG

COMERCIAL CORFRI
Refrigeración y Climatización
C/ Albacete 27, Soria - Tfno. 975122122



Porque los tiempos están cambiando



1/07/SORIA Y TURISMO REVISTA OFICIAL DE LA AGRUPACIÓN SORIANA DE HOSTELERÍA Y TURISMO

16/REPORTAJE

ASOHTUR apuesta en firme por las nuevas tecnologías para mejorar la gestión los servicios, tanto para el cliente como para el hostelero

Central de reservas

Una mirada al futuro sin olvidar el presente

Una de las principales apuestas de ASOHTUR en este año 2007 ha sido la puesta en marcha de un programa ambicioso: el Plan Avanza Pyme, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el proyecto Soria on line de Turismo Soriano, solicitando una subvención del 60% a fondo perdido que se confirmará en cuanto se apruebe. No existirá compromiso definitivo hasta ese momento.

El principal caballo de batalla de ASOHTUR en este plan es la Herramienta de Gestión Turística integrada con un portal online.

El objetivo de este proyecto es la implantación y potenciación de soluciones colectivas de negocio electrónico en el sector hostelero y de la cadena de valor que respondan a las necesidades de las pequeñas y medianas empresas del mismo sector y que favorezcan la

participación de las PYMES en las nuevas tecnologías y su integración en la Sociedad de la Información (SI) tales como:

Ventajas para los asociados

- Herramienta de gestión hostelera con soporte para hoteles, casas rurales (hostales, pensiones, etc.) y restaurantes.
 - Portal de turismo on line con: Centro de compras.
 - Centro de reservas conectada con la herramienta de gestión Intranet.
 - Firma electrónica y certificado digital.
 - Registro de dominio y creación de páginas Web.
 - Cuentas de correo electrónico.
 - Equipamiento informático: hardware y software.
 - Conexión inalámbrica en hoteles.
 - Promoción y cursos entrenamiento sobre el uso de las aplicaciones adquiridas.
- Con estas actividades se pretende:
- Ahorro de costos en la gestión:
 - Despacho de intermediarios con las reservas on line.
 - Mantenimiento del software.
 - Modernización y aumento de competitividad del sector en Soria.
 - Optimización de recursos.
 - Aumento de turismo a la provincia de Soria.



VILLATA

Don Mendo



Polygono Industrial Calle E parcela 38, Soria.
975 22 88 25 - Fax 975 21 43 38

Cruzcampo Light

LA PRIMERA CERVEZA LIGHT

DISTRIBUCIONES **Tavalpotro, s.l.**

★ Heineken ★

Schweppes

AMSTEL

Monte Pinos

Fuente de Vida

Polígono Industrial las Casas, parcela 30-A 42005 Soria
Tel. 975 22 05 95 - Fax 975 23 19 67



18/REPORTAJE

Abaratamiento de costes y coordinación ante los proveedores son algunos de los beneficios fundamentales

Central de Compras:

Más ventajas para los asociados

Nos encontramos, por parte de la demanda, con un sector con muchos asociados pero desconcentrados, cuya presencia a nivel individual dentro del mercado es testimonial, y por el lado de la oferta, con proveedores y cada vez con más presencia, más organizados y poderosos, lo que origina incrementos de precios de las materias a veces desproporcionados y reducción de márgenes.

El presente proyecto de la Central de Compras, incluido en el Plan Avanza-Soriactia unirá a los asociados y los coordinará para aumentar la competitividad ya que se tendrá más peso y notoriedad frente a los proveedores, se conseguirán mejores precios al aumentar las economías de escala y se mantendrá una posición competitiva, mejorando la cuenta de resultados.

En definitiva, se pretende la gestión conjunta frente a proveedores de productos y servicios, consiguiendo, debido al mayor volumen y capacidad de negociación, condiciones más ventajosas.

sas que individualmente. Es decir, queremos actuar globalmente pero sin renunciar a las ventajas de actuar localmente de forma individual.

Para llevar este objetivo adelante es necesario utilizar las nuevas tecnologías que facilitará la comunicación con los asociados, la trazabilidad de los productos de consumo (inicialmente los no perecederos), mobiliario, cuberterías, etc.

Formarán parte del Centro de Compras solamente los asociados de ASOHTUR, 270 establecimientos de turismo. El éxito comercial radica en una serie de ventajas sobre otros medios de transacción:

- Coste por contacto muy bajo.
- Audiencia mundial (Internet).
- Facilidad para publicar e informar.
- Actualización inmediata y alta capacidad de feedback.
- Alto nivel de personalización.
- Control de resultados.

Esta plataforma requiere los si-

guientes elementos:

- Equipoamiento hardware (servidor web, Firewall, router).
- Aplicación software.
- Aplicación de uso del Software de base.
- Servicios de conectividad (conexión a Internet de banda ancha).
- Servicios de promoción local (promoción del Web en Internet).
- Servicios de pago (gestión y puesta en marcha de pasarelas de pago para plataformas e-commerce).

En el primer año de funcionamiento se esperan unas ventas de 800.000 Euros y un incremento del 3% anual.

ASOHTUR ha estudiado la situación actual del mercado, llegando a las siguientes conclusiones:

- Muchos asociados cuya presencia a nivel individual dentro del mercado, es prácticamente testimonial.
- Muchos proveedores, cada vez con más presencia.
- Incrementos en precios de las materias a veces desproporcionados.

- Reducción de márgenes.

Además, la evolución del mercado de la restauración ha conllevado una poca concentración de la restauración frente a una concentración cada vez más evidente de los proveedores; proveedores cada vez más organizados y poderosos (La capacidad de información de los proveedores es muy superior a la de la restauración); desequilibrio en la relación de fuerza proveedor-cliente; y un marco legal cada vez más restrictivo

En consecuencia, la agrupación funciona porque defiende intereses generales; Aporta soluciones globales y sectoriales; Ofrece servicios e ideas y que la unión de personas, la coherencia, el rigor... le hacen tener una fuerza imparable frente a los interlocutores del mercado.

La base de este proyecto es la unión, la disciplina, que convergen en el compromiso, un compromiso que nos dará fuerza frente a nuestros interlocutores.



La base de este proyecto es la unión, la disciplina, que convergen en el compromiso, un compromiso que nos dará fuerza frente a nuestros interlocutores.

terlocutores.

¿Y cuál será el funcionamiento de la Central de Compras?

- Negociación con proveedores: Precios, Calidades, Condiciones de entrega, rapeleros por volumen...

- Comunicación a los asociados al proyecto de las condiciones pactadas.
- El asociado realiza el pedido a los proveedores.

- El asociado transmite las incidencias a la central.

En conclusión, este proyecto es una de las piedras angulares de nuestra estrategia. Un elemento clave que aporta una notoria ventaja competitiva. Es una gran oportunidad para:

- Conseguir permanentemente mejoras en la cuenta de resultados (incrementos menores que el mercado).

- Consolidar la imagen y el proyecto de CENTRAL y tener el respeto de todo el mercado.

- Mejorar internamente en la organización.

MAQUINARIA DE HOSTELERIA Y ALIMENTACIÓN



PRESUPUESTOS SIN COMPROMISO
SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA
Visite nuestra web: www.refmijd.com

Instalación de aire acondicionado
Nº 1 del Mundo

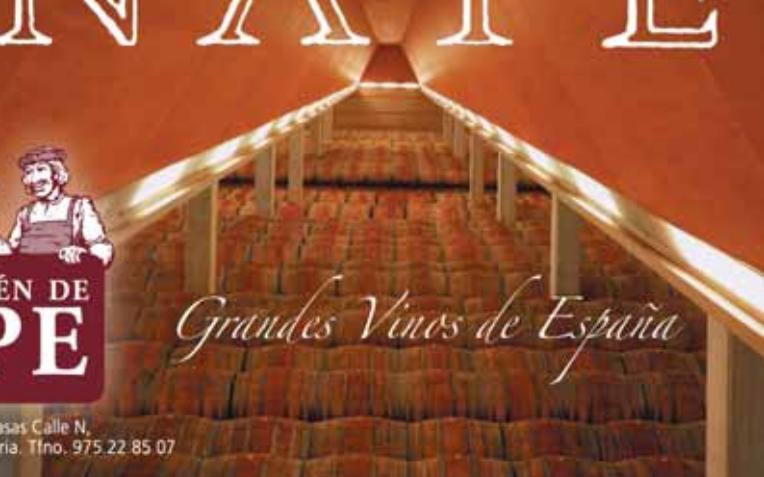
REFMI

Carrier

Aire Acondicionado y Bomba de Calor

JESÚS DÍEZ DE MIGUEL Polígono Industrial las Casas Soria, Tfno. 975 22 44 52

ENATE



EL ALMACÉN DE PEPE

Grandes Vinos de España

Polygono industrial las Casas Calle N,
Parc. 32 - CP 42005 - Soria. Tfno. 975 22 85 07

Más de 240.000 bares, lo más grande de la hostelería de España

Facturan más de 50.000 millones de euros, el equivalente al 3,3 % del PIB del país y a casi el 50 % de la facturación total de la hostelería española

En 2005 existían en España 241.950 establecimientos de bares, según datos del estudio "Los Sectores de la Hostelería 2005", publicado recientemente por la Federación Española de Hostelería - FEHR. El gran número de estos establecimientos en los que se presta un servicio de bebidas y, en gran parte de ellos, también de alimentación a base de tapas y snacks, es una de las principales características que distingue a la hostelería española de las de su entorno y una de las ofertas diferenciadoras que refuerzan el atractivo de nuestro turismo. Son, en lo general, muy pequeñas empresas familiares, pero cuyo conjunto representa la parte más importante de la hostelería, al menos en términos cuantitativos. Su número representa el 68% de todos los establecimientos de hostelería (bares, restaurantes, cafeterías, hoteles, etc.) y su facturación alcanza los 54.818 millones de euros, lo que equivale al 3,3% del PIB de la economía española y al 47,7% de la facturación de toda la hostelería española.

A diferencia del resto de los segmentos de hostelería, el número de bares está rozando el límite de su potencial de crecimiento, ya que hay un bar por cada 154 habitantes, y en 2005 solo creció el 0,6% con relación al año anterior. En el último año considerado en el estudio, su producción de incremento en un 3,7% en términos nominales, lo que prácticamente no representa crecimiento alguno si se descuenta el IPC correspondiente.

Baros sin humos

La instalación de equipos purificadores de aire en los pequeños establecimientos puede ser una interesante mejora para la calidad de su oferta y su competitividad comparativa de poner en marcha una campaña de mejora de la calidad del aire en los pequeños establecimientos de hostelería en los que se permite fumar y ha tratado de obtener ayudas de la Administración para la financiación de estas inversiones, cosa que a nivel estatal no ha sido posible. En estas circunstancias, el Comité Ejecutivo de FEHR decidió dar trascaso de sus iniciativas a las asociaciones federadas para que valoren la oportunidad de ponerla en marcha en sus ámbitos respectivos, en los que, además, podrá quedan encuadrada dentro de los Gobiernos autonómicos para su implantación.

La instalación de equipos purificadores reduce muy significativamente la presencia de humo ambiental, lo que beneficia la salud de los clientes y del personal del establecimiento, y puede reportar interesantes ventajas para la competitividad del negocio, ya que facilita la conveniencia de no fumadores y fumadores y también estos últimos demanda aire limpio.

La hostelería canaliza el 27 % del consumo total de alimentación

La mayor participación en el consumo total se produce en las bebidas: 73 % cervicales; 67 % vinos con denominación de origen; 53 % vinos sin denominación de origen; 36 % gaseosas y bebidas refrescantes.

Como es lógico, la mayor parte de la alimentación de la población española tiene lugar en los propios hogares, donde se consume el 73 % del total de alimentos y bebidas. Pero la alimentación fuera del hogar en restaurantes, bares, hoteleras y a través de colectividades sigue creciendo, de forma que en 2005, estos establecimientos sirvieron a sus clientes 147 millones más de kilogramos/litros de alimentos y bebidas que en 2005, según los datos contenidos en estudio "La Alimentación en España 2006", publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

La mayor participación de la hostelería en la alimentación se produce en el segmento de bebidas: 73 % del consumo de cervicales; 67 % de los vinos con denominación de origen; 53 % de los vinos de mesa; y 36 % de bebidas refrescantes. Pero el consumo en hostelería es también importante en otra serie de alimentos: más del 26 % de los huevos; 24% del aceite de oliva; y más del 22 % de los carnes y pescados.

Informe del CIS sobre la ley del tabaco

Un 68 % de la población valora muy positivamente la ley y más de la mitad considera que ha contribuido mucho o bastante a que haya menos humos en bares y restaurantes.

El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) ha elaborado un informe sobre tabaquismo y nueva normativa anti-tabaco 2005, en el que se recogen los resultados de una encuesta realizada a una muestra de la población mayor de 18 años configurada por 1.505 personas. Los datos más significativos son, entre otros, que los fumadores son el 23,7 % de la población adulta, que al 60,2 % los fumadores les gustaría dejar de fumar, que el 68 % de la población valora la ley como muy buena o buena y que el 80,4 % considera que la ley contribuye a mejorar la salud de los españoles.

Respecto al hipotético escenario cumplimiento de la ley el 27,1 % de los encuestados respondían que la sociedad en su conjunto, el 23 % a los propios fumadores, el 15,1 % a la propia ley, el 12,7 % a las autoridades y el 11 % a los dueños de bares y cafeterías.

La hostelería creó más de 48.000 empleos en 2006

La media anual de la plantilla de hostelería a lo largo de 2006 fue de 1.16 millones de trabajadores, un 4,3 % más que en 2005. El número de trabajadores afiliados a la Seguridad Social con alta laboral en hostelería en diciembre de 2006, ascendió a 3.180.733, de los que 899.526 corresponden a empresas de restauración (restaurantes, bares, cafeterías y otros); 2.612.207 a hoteles y otros alojamientos, según datos publicados por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y el Instituto de Estudios Turísticos. Esto significa un crecimiento de 48.193 empleos a lo largo del año, lo que equivale a un crecimiento del 4,3 % respecto a 2005.

Según los datos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, en 2006 se registraron 36.193 más trabajadores afiliados en las empresas de restauración y 12.000 más en las empresas de hoteles y otros alojamientos.

HOTREC pide un IVA reducido para toda la hostelería europea

En una reunión de la Organización de la Hostelería de la UE con el Comisario Europeo de Fiscales sobre la armonización del IVA en la Unión Europea, el 13 de enero tuvo lugar en Bruselas, un encuentro de las organizaciones empresariales del sector hostelerío europeo, agrupadas en HOTREC y el Comisario de Fiscales y Mercado Único, el húngaro László Kovács.

La reunión tuvo por objeto sensibilizar a la Comisión con carácter previo a la emisión del dictamen que sobre el impacto de un IVA reducido sobre restaurantes y hoteles, prepara actualmente y prevé publicar el 30 de junio de este año. El objetivo de HOTREC y las organizaciones que la componen es conseguir un IVA reducido en el conjunto de la Unión Europea. En este aspecto no se ponen de acuerdo los 27 Estados miembros, y por tanto la posición definitiva es la de continuar con el IVA actual, que supone un impacto positivo sobre la actividad y el empleo en el sector. El mantenimiento de un IVA reducido y sus consecuencias concuerdan completamente con la Agenda de Lisboa a favor del crecimiento económico, crecimiento del empleo y de la competitividad con otras áreas económicas.



Industrias Cárnicas Hnos. Giaquinta



vacuno
cerdo
cochinillo
cordero
cabrito
embutidos
elaboración propia

Carnicerías en

SUPERMERCADOS DIA Avd. Mariano Vicén, C/Las Casas - Avd. Valladolid
Instalaciones en:
Polígono Industrial Las Casas C/E parc. 37, nave 5. 42005 Soria Tel. 975 22 00 64

AMBIGEST
SALUD AMBIENTAL D.D.D.

MAQUINARIA PARA MANTENIMIENTO Y TRATAMIENTO DE SUELOS

PRODUCTOS QUÍMICOS

CELULOSA PARA INDUSTRIA CONSTRUCCIÓN Y HOSTELERÍA

PASEO DE SANTA BÁRBARA s/n 42001 Soria
Tel. y Fax.: 975 21 41 12 - Móvil 608 90 91 15
www.comercialandres.com - suministros@comercialandres.com

Desratización
Desinsectación
Desinfección
Prevención de Legionella
Carcoma y Termitas
Procesionaria del pino
Todo tipo de plagas
APPCC. (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control)





22/HOSTELERÍA Y COCINA

Carlos Benito



Los esfuerzos para controlar la presencia de anisakis en pescado van dirigidos, más que a la detección, a la prevención a través de medidas previas a su comercialización



Inactivación de anisakis en pescado

Desde los tradicionales, como el examen visual y la transiluminación, con luz blanca o ultravioleta, hasta los más novedosos, como el sistema basado en la diferencia de conductividad entre el músculo del pescado y el anisakis. Los primeros son simples, rápidos y no destructivos, pero poco eficaces e incapaces de distinguir entre larvas viables o no. Otros, como la digestión, sí distinguen entre parásitos vivos y muertos, pero son laboriosos y caros. Todos tienen en común la dificultad por ser automatizados y de aplicarse en un proceso industrial, punto al que se tiende actualmente.

El método basado en la conductividad consiste en una cubeta con una disolución electrolítica similar a la del pescado en la que se sumergen los filetes de manera continua. Una corrien-

te eléctrica genera un campo magnético cuyas perturbaciones indican cambios de la conductividad originadas por la presencia de larvas de anisakis. Se trata de un sistema muy eficaz que puede automatizarse y utilizarse en una línea de producción, aunque requiere un equipo especializado y se encuentra aún en periodo de estudio.

Sin embargo, los esfuerzos van dirigidos principalmente a la prevención de la presencia de anisakis en el pescado mediante la implantación de medidas previas a su comercialización y al desarrollo de métodos para la inactivación de las larvas viables. Las medidas preventivas están basadas en la evisceración del pescado en alta mar inmediatamente después de su captura y la destrucción de las posibles larvas antes de devolverlas al mar para

evitar recontaminaciones, junto con la inspección del pescado en el desembarco y la retirada de partidas muy contaminadas.

Otros métodos

Respecto a la inactivación de las larvas, los tratamientos térmicos constituyen el método más tradicional. Las larvas no soportan más de unos segundos temperaturas superiores a 60°C. Para que estas temperaturas alcancen las larvas se recomienda mantenerla durante 10-12 minutos. Las preparaciones en el microondas son realmente eficaces a partir de 77°C en el centro de la pieza. La congelación ofrece excelentes resultados si la temperatura de 20°C bajo cero se mantiene entre 48 y 72 horas, según las más recientes estimaciones.



RUDELES
RIBERA DEL DUERO
www.rudeles.com



Comercial
Chaome s.l.
distribuidor para Soria

Trabajamos por tu éxito

HELADOS

Nestlé

EXCLUSIVAS
C.H.O.
Soria • Alcalá de Henares

Comercial Hermanos ORTEGA, S.A. Pol. Ind. Las Lamas, parc. 19 - Soria - Tfno. 975226138 - fax 975230967



24/LA RUTA

José Luis Bravo

Encontrar las huellas de Machado en la Soria del Siglo XXI no resulta fácil. Pero haberlas haylas, aunque de entrada no localizaremos la estación de tren a la que llegó, en un vagón de tercera, desde Madrid vía Torralba, la de San Francisco, de la que ya no quedan vestigios.



Las huellas y el alma de Machado

Cien años después

Texto y foto JOSÉ LUIS BRAVO

La ciudad tampoco conservó ninguna de sus dos moradas que hoy, sin duda, serían lugar de cita para todos los que conocen su obra y quisieran acercarse más a su persona a través de los objetos y entornos que le rodeaban en su vida cotidiana.

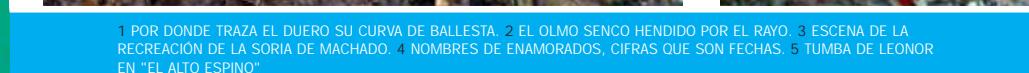
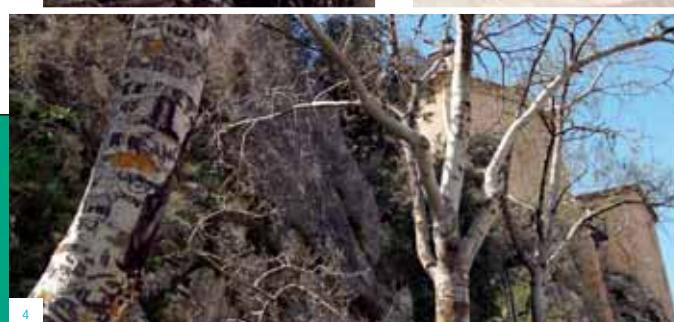
Llegó Machado en la primavera de 1907 a tomar posesión de su cátedra de francés en el Instituto General y Técnico que ahora lleva su nombre y residió primero en una pensión de la calle Collado y muy poco después, al cerrar ésta, se

mudo a la calle de Los Estudios número 7.

Esta circunstancia, tan doméstica, marcaría su vida y su obra de manera decisiva pues allí conoció a una jovencísima Leonor, hija de los dueños, Ceferino Izquierdo e Isabel Cuevas, con la que se casó en Julio de 1909. Fue el gran amor de su vida y su prematura muerte, tres años después, le produjo dolorosos desgarros que arrastró hasta el fin de sus días y a escribir versos de inigualable belleza.

*Señor ya me arrancaste lo que más quería.
Oye otra vez, Díos mío,
mi corazón clamar.
Tu voluntad se hizo,
Señor, contra la mía.
Señor, ya estamos solos
mi corazón y el mar.*

Muy cerca de la que fuera su segunda morada, más tarde hogar de casado, estaba el lugar de trabajo, el Instituto Antonio Machado, antiguo convento re-



Poi. Ind. Las Casas C/E parc. 101-102 Tel: 975 229 973 - Fax: 975 225 329

Distribuciones Palacios, S.A.

PEPSI

KAS

Font Vella

Freixenet

Det Llullars

Poi. Ind. La Tapiada, s/n SAN ESTEBAN DE GORMAZ Tel: 975 350 106 - Fax: 975 350 487

1 POR DONDE TRAZA EL DUERO SU CURVA DE BALLESTA. 2 EL OLMO SENCO HENDIDO POR EL RAYO. 3 ESCENA DE LA RECREACIÓN DE LA SORIA DE MACHADO. 4 NOMBRES DE ENAMORADOS, CIFRAS QUE SON FECHAS. 5 TUMBA DE LEONOR EN "EL ALTO ESPINO"



convertido para la docencia en el que sigue habiendo claustro y donde, afortunadamente, se puede visitar el aula donde el poeta dio sus clases. El primer año sólo tuvo siete alumnos. Libros de calificaciones e incluso el registro de tomas de posesión y ceses en los que se conservan las referencias de Don Antonio son ahorradas recién restauradas que merece la pena contemplar.

Desde allí y en apenas un par de minutos caminando, se recomienda parada en el Casino, en pleno Collado. Pese a las reformas sufridas sigue conservando el aire casi decimonónico de sus salones, en sus lámparas y hasta en el ambiente tertuliano de sus socios asiduos. Allí se reúne la intelectualidad de la época.

Collado abajo hacemos parada junto a la humilde portada románica de la iglesia de nuestra Señora de La Mayor, antes de San Gil. Allí contrajo nupcias con Leonor Izquierdo, que contaba quince años. Él tenía ya treinta y cuatro y en el ambiente provinciano de una población de 7.000 habitantes, no todo el mundo miró con buenos ojos esta unión. Machado relata algunos momentos amargos en

un día que no fue tan feliz como pudiera imaginarse.

Junto al ábside de La Mayor, ahora despojado de un edificio que lo ocultó durante décadas está previsto acondicionar un espacio que ha de llamarse "Rincón de Leonor", que presidirá una escultura en hierro de la pareja que allí contrajó nupcias.

En esa misma plaza sigue marcando las horas el reloj de la Audiencia al que acude el poeta en algunos de sus versos.

*Soria fría! La campana
de la Audiencia da la una.
Soria, ciudad castellana
tan bella! bajo la luna.*

Desde la Iglesia de La Mayor se ve El Espino, iglesia anejada al cementerio municipal en el que yacen los restos de Leonor. Es nuestra siguiente parada. Antes de entrar en el recinto funerario para encontrar la humilde tumba donde yacen sus restos hay que ponerte en el lugar del poeta que, a punto ya de perder a su esposa vio reverdecer un olmo seco y pi-

dió a la primavera otro milagro en la salud de su mujer que, obviamente no llegó. Luego hay que leer el poema, despacio, poniéndose en la piel del hombre con su corazón roto. El árbol en el que se halla clavado el texto del poema, no fue, seguramente el que lo inspiró, pero hemos convenido que lo simbolice. Hoy son unas cuantas cortezas restauradas con dudoso gusto y fortuna. Ahora sí, nos llegaremos hasta la humilde lápida en un pasillo próximo al muro del templo.

Un paseo hasta el cerro del Castillo nos permitirá ver, hacia el norte la ermita de la virgen del Mirón y el paseo por el que Antonio paseaba en un carrito a Leonor para que tomara ese buen aire de la sierra que sanara sus pulmones. Por allí debió estar el auténtico "olmo seco hendidio por el rayo y en su mitad podrido..." A nuestros pies, hacia el este, el paisaje de "grises alciores y cárdenas roquedas" el Duero que traza su curva de ballesta y lame la colina en la que se ubican San Polo y San Saturio unidos por un paseo junto al río ineludible en esta ruta machadiana.

*Eso chapos del río que acompañan
con el sonido de sus hojas secas
el son del agua cuando el viento
sopla, tienen en sus cortezas
grabadas iniciales que son nombres
de enamorados, cifras que son fechas...*

Naturalmente se recomienda que el paseo o ruta lo hagan en compañía de una edición de "Campos de Castilla". Nos ayudará a ver Soria a través de los ojos no sólo del poeta, también del pensador, del humanista, del hombre enamorado que envió tan prematuramente.

Si acompaña el resto o se dispone de vehículo, desde el Castillo podemos acercarnos a San Saturio y hacer un breve recorrido a pie del paseo. Los álamos siguen luciendo corazones grabados. Incluso viajar hasta Almenar, apenas a quince minutos para conocer el castillo, propiedad privada y bien restaurado, en el que nació Leonor Izquierdo cuando aquello eran instalaciones de la Guardia Civil en las que prestaba servicio su padre. Aunque no suenan como referencias machadianas, lugares como los Arcos de San Juan De Duero, que podemos visitar

a la vuelta de Almenar, la Concatedral de San Pedro o la Iglesia de Santo Domingo, a la que acompañaba a misa a Leonor aunque no consta que fuera muy devoto, son lugares incluidos para hacerse una idea del entorno en el que vivió desde 1907 a 1912, con el paréntesis parisino de 1910.

Antonio Machado conoció algunos lugares de la provincia, entre otros el nacimiento del Duero. En el trayecto hacia Covaleda un labriego le refirió noticia de la leyenda de Alvargonzález que él tradujo en un estremecedor poema en el que narra el asesinato de este acaudalado visontino, perpetrado por dos de sus hijos, para heredar sus posesiones. Hicieron otro tanto con su hermano menor a su vuelta de las américas y al final se arrojaron enloquecidos a las aguas de la Laguna Negra en cuyo fondo habían entregado al padre muerto a puñaladas y hachazos. Queda la propuesta de una ruta por las Tierras de Alvargonzález, de la mano de Don Antonio, para una nueva ocasión.

Grupo Madurga

Mas de 50 años
con los sorianos



Madurga, concesionario Mercedes Benz



Soria motor, concesionario Audi



Madurga, concesionario Chrysler, jeep y Dodge



Soria motor, concesionario Volkswagen



Automasa, concesionario Seat



Madurga, concesionario Mitsubishi



6 RECREACIÓN DE LA SORIA MACHADIANA. 7 CHOPOS DEL RÍO EN OTOÑO. 8 PORTADA DE LA MAYOR, DONDE CASO CON LEONOR IZQUIERDO EN 1909



8



28/HOSTELERÍA Y SALUD

Juan Manuel Ruiz Liso

Quizás, al leer este titular muchas personas se sorprendan. No; no hay ningún error. Estamos hablando de hostelería y salud



Los hosteleros promotores de la salud

Juan Manuel Ruiz Liso

Director de la Fundación Científica de la Caja Rural de Soria

Hace tres años presentaba, en la Cámara de Comercio de Soria, un programa de Educación para la Salud –SORIA-SALUD- a través de la acción coordinada de los diferentes restaurantes de nuestra provincia, asesorados por nuestra Fundación. De alguna forma retomábamos la actividad que habíamos iniciado en la Academia de Ciencia y Gastronomía de Castilla y León, que hace unos años “fundamos” en Berlanga de Duero.

No hicimos las siguientes preguntas

1.- ¿Se pueden prevenir las enfermedades más prevalentes de una población fuera de los circuitos puramente sanitarios?

2.- ¿Se puede promover la salud a través de la red de establecimientos comerciales y hosteleros de una provincia?

La respuesta fue afirmativa. ¿Cómo?

A través de acciones objetivas convergentes de la Hostelería y la Población de Soria.

Los titulares de establecimientos de hostelería junto con la Fundación Científica de Caja Rural realizarán:

Formación de profesionales en temas básicos de alimentación y nutrición.

Promoverán conocimientos de los valores de una Gastronomía saludable.

Adiestramiento en manipulación/conservación de alimentos de los trabajadores y responsables de establecimientos

Jornadas/Encuentros con: pediatra, psiquiatra, nutricionista, endocrinólogo y médico preventista.

Cursos específicos
*Conferencias Extraordinarias
*Profesionales de prestigio.

Concurso de recetas CARDIOSALUDABLES

Consultas directas con los Médicos de la Fundación

Correo electrónico con la FCCR

Página web:
www.fundacioncajaurral.es

Al mismo tiempo distribuirán en sus establecimientos:

*Folleto de Gastronomía saludable
Boletín de Promoción de Gastronomía Saludable.

Decálogo de la Dieta Mediterránea
*Edición de Libros por promotores de productos de la Dieta Mediterránea.

Así como: Mensajes publicitarios / programas en Radio, TV, Prensa.

Haremos Menús específicos cardiosaludables, oncosaludables, para diabéticos, para aquellos que tengan intolerancia al gluten u otras sustancias que el organismo no pueda metabolizar.

Estos menús y cartas específicas estarán visados y avalados por los médicos nutricionistas y endocrinios de la FCCR.

Para que los clientes que lleguen al establecimiento sean conscientes del valor añadido de estos restaurantes, promotores de salud, les entregaremos un Certificado de Soria Salud en el que se hagan constar estos valores.

Soria salud debe convertirse en una marca de calidad del Comercio y la Hostelería Soriana. Un valor añadido respaldado por criterios médicos a través de la FCCR y el respaldo de la Agrupación de Hostelería, la Cámara de Comercio y FOES.

Es un proyecto y programa pionero en España, difícilmente realizable en otro lugar, que esperamos poder poner en funcionamiento en nuestra provincia.

La marca Soria Salud será un valor añadido que distinguirá a un Comer-



cio y una Hostelería que basa su calidad en promover salud y que promueve salud ofreciendo calidad.

El compromiso de quienes participen debe ser serio y responsable, ya que la

mala actuación de un hostelero asociado puede hacer naufragar todo el proyecto comunitario en la provincia de Soria. Requerirá inspecciones que validen su cumplimiento

Es un proyecto de futuro para toda la provincia.

Soria Salud tiene que convertirse en un estilo renovado para vender Soria de forma saludable.

COMERCIAL CORFRI
Refrigeración Climatización

AIRE ACONDICIONADO
MAQUINARIA FRIGORÍFICA INDUSTRIAL
MAQUINARIA PARA HOSTELERÍA Y ALIMENTACIÓN
ASESORAMOS, PLANIFICAMOS, MONTAMOS, Y REPARAMOS



1/07/SORIA Y TURISMO REVISTA OFICIAL DE LA AGRUPACIÓN SORIANA DE HOSTELERÍA Y TURISMO

30/LEGISLACIÓN/horarios de cierre



La Delegación Territorial de la Junta de Castilla y León en Soria ha resuelto, a solicitud de la Agrupación Soriana de Hostelería, la ampliación del horario límite de cierre de los establecimientos públicos de Soria-capital, afectados por la Resolución de 7 de julio de 2005, con motivo de las verbenas tradicionales previas a las fiestas de San Juan y Fiestas de San Juan, autorizando:

Fiestas de San Juan

Prolongación de dos horas el horario de cierre la madrugada de los días 3 de Junio (verbena por el Día del Desencajamiento de Novillos) y 10 de junio (verbena por el Día de Lavalenguas) y libertad de horario la madrugada del día 17 ó 24 de junio (verbena del Día de La Compra) y madrugada de los días 28, 29 y 30 de junio, 1, 2 y 3 de julio (Fiestas de San Juan).

Horarios de cierre en verano
La Resolución de 7 de julio de 2005 de la Delegación Territorial de la Junta de Castilla y León en Soria sobre horarios de espectáculos y establecimientos públicos, publicado en el BOCYL N° 136, del 14 de julio de 2005, determina el horario de apertura y cierre en el periodo estival en toda la provincia de Soria.

Establecimientos	Horario Tipo A	Horario Tipo B
Bares especiales, whiskerías, clubs y pubs	3:30	5:00
Boleras	0:00	1:30
Cafés-teatro y tablao flamencos	4:00	5:30
Cafeterías	3:00	3:30
Cinematógrafos	1:00	1:30
Círcos	1:00	1:30
Discotecas y salas de baile	5:00	6:30
Espectáculos al aire libre	1:00	2:30
Frontones	1:00	2:00
Restaurantes	1:30	2:30
Salas de fiestas de juventud	23:30	00:30
Salones, cafés y bares	3:00	3:30
Tabernas	2:00	2:30
Teatros	1:00	2:00
Verbenas y fiestas populares	2:30	4:00

De julio a septiembre.
Horario Tipo A: Desde la noche del domingo a la noche del miércoles.
Horario Tipo B: Desde la noche del jueves a la noche del sábado.

servi - Hotel

Vestuario Laboral
Ropa de trabajo para Hostelería
Exposición y venta:
C/ Pintor Maximino
Peña 4 - 42003 Soria
Tel. 975 231 182

ESTABLECIMIENTOS BLAZQUEZ

Dpto. de Instalaciones
Av. Valladolid, 22 - 42001 Soria
Tel. 975 226 965 - 975 221 219 - Fax. 975 222 076

Thermomix TM 31

IMPRESINDIBLE EN HOSTELERIA
Tlfno. 975 122 122
Móvil 686 485 342



Conozca todos los servicios y ventajas que le ofrece la Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo.

Contacte con nosotros:



Vocal de Hostales, Pensiones y Casas de Huéspedes
Miguel Ángel Esteban García

Vocales de Cafés, Bares y Similares

José Luis Rioja Romero
José Antonio Duran Remedios
Ricardo Martínez Borque
Javier Ruiz Fernández
Félix Hernández Orte

Vocales de Restaurantes
Gerardo Gómez Llorente
Jesús Ángel Santos García

Vocal de Camping
Carlos Morales Garijo

Vocal De Hoteles Turísticos
Gil Martín Soto

Vocal de Alojamientos de Turismo Rural
Javier G. Romera

Soria y Turismo 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, etc. que va llevar a cabo en su establecimiento o con sus productos puede contactar con nosotros:

josecsanjose@gmail.com

victorjhdalgo@ono.com



SILENTIUM

Buena familia

...relacionate

Tfno. 975 355 062 - Ctra. de Castillejo a Langa s/n - Castillejo de Robledo, Soria

DISTRIBUIDOR OFICIAL
975 228 507

EL ASESOR DE PEPE

www.bodegascastillejoderobledo.com

SILENTIUM

BODEGAS

CASTILLEJO
DE ROBLEDO