

RESUINSA

Referente en textiles de hostelería



Portavoz oficial:



DEKTON UNLIMITED

NEW INDUSTRIAL COLLECTION

ORIX - INDUSTRIAL Collection

DEKTON introduce la nueva serie INDUSTRIAL, fruto de la colaboración con Daniel Germani Designs.

Compuesta por cuatro transgresores colores de estilo urbano y carácter ecológico que llenan de fuerza y personalidad cualquier proyecto arquitectónico y decorativo.

Un ejercicio de innovación tecnológica y economía circular para un mundo más exigente.

DEKTON UNLIMITED

COSENTINO SEDE CENTRAL

T: +34 950 444 175

e-mail: info@cosentino.com

www.cosentino.com

Descubre más en www.dekton.com

Síguenos:  



Ultra Thickness
(0,8, 1,2, 2, 3 cm)



 **DEKTON®**
designed by **COSENTINO**

La energía que cubre todas las necesidades de tu negocio



Inventemos el futuro



Contrata ahora un depósito de gas propano y llévate un regalo de 250€^[1]



Cuenta siempre con una alternativa energética eficiente gracias al alto **poder calorífico**, que te ofrece:

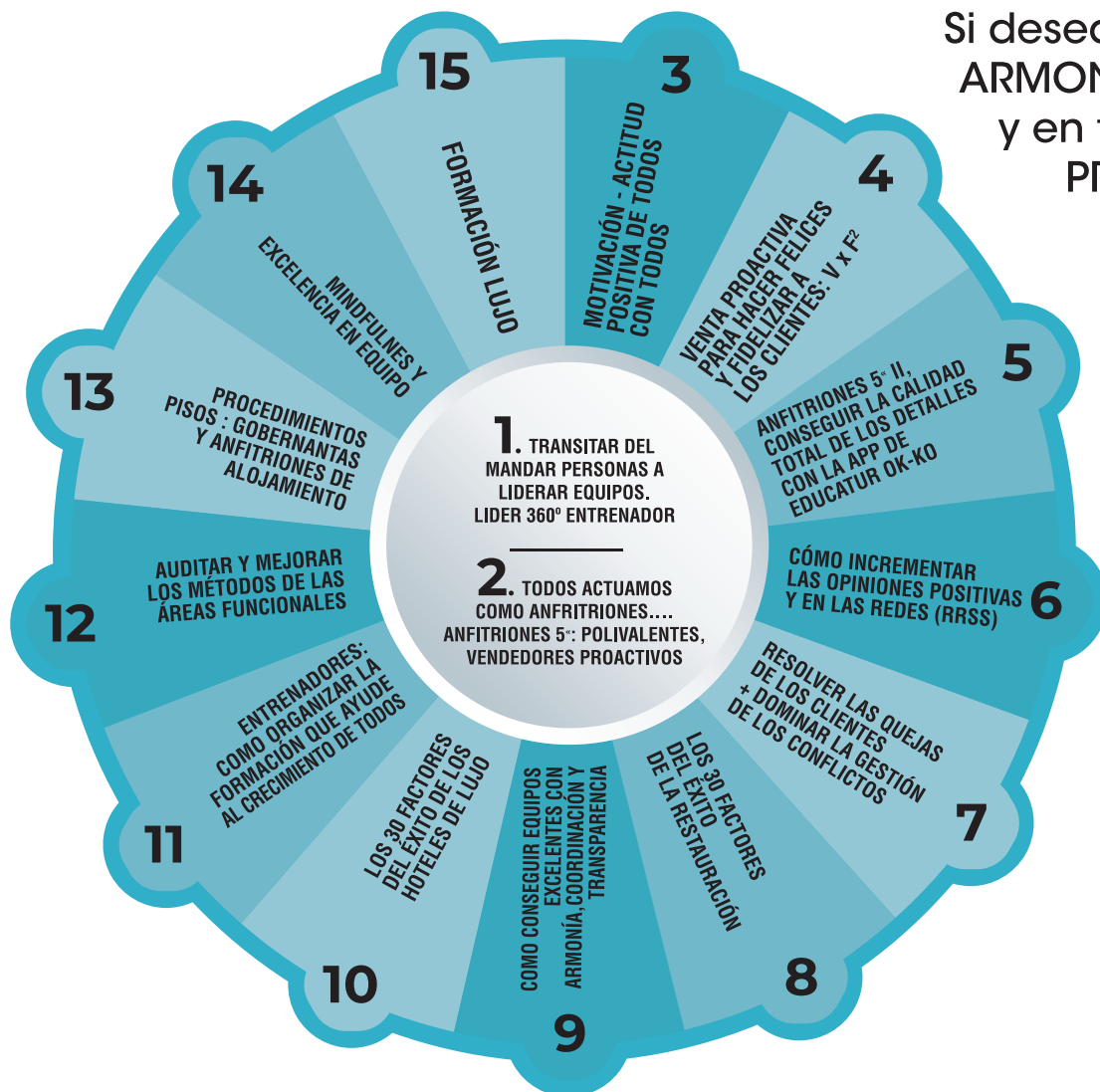
- **Asesoramiento energético gratuito:** te ofrecemos un proyecto llave en mano y **financiación^[2]**.
- Con tu depósito de gas propano, **instalación y mantenimiento gratis^[3]**.
- **Descuentos personalizados** en el consumo del gas.

Llama ya al teléfono gratuito 900 321 900 o infórmate en *repsol.es*

^[1] Promoción válida hasta el 30 de noviembre de 2019 y si el llenado de gas se realiza antes del 29 de febrero de 2020. Los 250€ se entregarán en forma de una Tarjeta Solred Regalo válida en carburante o una tarjeta regalo de El Corte Inglés.

^[2] Financiación pendiente de aprobación por la entidad bancaria. La financiación podrá ser solicitada únicamente por clientes de gas propano a granel de Repsol. Los clientes solo podrán solicitar esta financiación a través de un Colaborador de Repsol que se encuentre adscrito y haya firmado el acuerdo correspondiente con el Santander Consumer Finance, S.A, CaixaBank, BBVA.

^[3] Oferta comercial de Repsol Butano, S.A. [c/ Méndez Álvaro, 44. 28045 Madrid] para contratos de suministro de gas con depósito en comodato firmados hasta el 30 de noviembre de 2019. La cuota de instalación exterior, incluyendo el centro de almacenamiento e instalación receptora exterior, será 0€ para consumos superiores a 800 kg para volúmenes de depósito iguales o inferiores a 4.000 litros. La cuota de servicios correspondiente al alquiler y mantenimiento será 0€ para toda la duración del contrato independientemente del consumo.

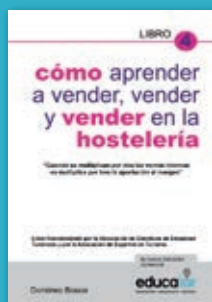
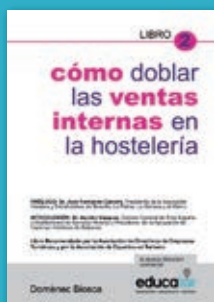


Si deseas **CRECER** en tu **ARMONÍA RELACIONAL** y en tus **HABILIDADES PROFESIONALES...**

"Juega con nosotros"
¡ESCOGE TÚ!

EDUCATUR EDICIONES

Encuentra todos los libros de turismo en nuestra editorial



1ª COLECCIÓN:
LA NUEVA DIRECCIÓN COMERCIAL
AUTOR: Domènec Biosca Vidal

Reportajes

Pensión Luis algo más que un negocio familiar.	8
La comida cruda, moda o tendencia.	10
Textiles para un hotel sostenible.	24
La almohada y la calidad del sueño.	28
Minibares, un clásico hotelero.	30
Lavanderías industriales, un servicio con compromiso.	40

Empresas

COPADE fomenta el desarrollo sostenible	14
Electrolux Professional líder en ergonomía	20
Resuinsa sostenibilidad, innovación y diseño	34
Lavanderías Asfam "La calidad nuestra máxima expresión"	42
Guía Comercial	49

Actualidad

FACYRE	16
Seguridad Alimentaria.	18
AMER.	22
"Nuestro objetivo, crecer en gestión hotelera". Jordi Daban, CEO Daguisa Hoteles	26
AEDH.	32
ASEGO.	36
Llaves de Oro.	44

Noticias

Notas de empresa.	46
Muestrario empresarial.	48



Staff

Hostelería & Restauración H.R.

Revista Técnico Profesional de la Restauración, Hostelería e Industrias Afines.

Director:

Fernando Hidalgo de Morillo - fhidalgo@revistahr.es

Coordinación:

María José Sanz Gallego - mjsanz.biomicral@revistahr.es

Publicidad y Marketing:

Luís Jiménez - publicidad@revistahr.es

Calidad:

biomicral@revistahr.es

Redacción:

Jian Zhang - redacción@revistahr.es

Asesores de Comunicación:

María Jesús Gil de Antuñano.

Diseño y Maquetación:

Enol Álvarez Santana

Suscripciones:

Belinda Sánchez Verbo - suscripcion@revistahr.es

Fotografías:

Redacción, Trimagen Fotografía Creativa.

Redacción-Publicidad-Suscripciones:

C/ Matilde Díez 11, Bajo.

Tel.: 91 510 27 28

www.hidalsa.com

28002 Madrid

Organizaciones Colaboradoras:

Asociación Catalana de Sommeliers, Asociación de Barmans Españoles de la Comunidad de Madrid, Asociación de Directores de Hotel de Madrid, Asociación Española de Antiguos Alumnos de las Escuelas de Hostelería y Turismo, Asociación Española de Directores de Hotel, Asociación Española de Gobiernantas de Hotel y otras Entidades (ASEGO), Asociación de Jóvenes Restauradores de España, Asociación de Jefes de Recepción y Subdirectores de Hotel, Asociación de Las Llaves de Oro Españolas, Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, Asociación de Maestros de Cocina de Castilla y León, Asociación para el Fomento de la Cocina Asturiana, Federación Española de Cocineros (FACYRE), Club de Jefes de Cocina de Madrid (JECOMA), Federación de Asociaciones de Barmans Españoles (FABE), Federación Hostelería de la Comunidad de Madrid (FEHOSCAM), Federación Empresarial de Hostelería de Valencia, Federación Nacional de Profesionales de Sala, Gremio de Restauración de Barcelona, Unión de Asociaciones Españolas de Sumilleres (U.A.E.S.), Unión Española de Catadores (U.E.C.).

Asesores Técnicos:

Doménec Biosca, Mariano Castellanos, Javier de las Muelas, Ana María Dobaño, Antonio Galán, Ignacio Guido, Fernando Gurruchari, José Luis Inarejo, Luis Irizar, Borja Martín, Íñigo Pérez "Urrechú", Ramón Lefort, Custodio López Zamorra, Lorena Moreno, Juan Carlos Muñoz, Carlos Orgaz, Vicente Romero, Paco Roncero, Manuel Ruiz, Mario Sandoval, Ángel Sierra, Roberto Torregrosa y Manuel Vegas.

Corresponsales-Colaboradores:

Asturias-Galicia: Pablo Sanz.

Extremadura-Andalucía: Felipe Damián.

País Vasco: José Luis Valle.

Castilla-La Mancha: Joaquín Muñoz.

Castilla-León: Pilar Rincón.

Cataluña: Guillermo Sanz.

Comunidad Valenciana: Javier Martínez.

Italia: Matteo Gaffoglio.

Profesionales de Hostelería & Restauración:

Ana Acín, Segundo Alonso, Oriol Balaguer, Martín Berasategui, Alicia Castro, Julián Duque, Rafaél Espantaleón, Juan José Fernández, Juan Carlos Galbis, Luis García de la Navarra, Dani García, Hipólito González, Pedro Larumbe, Joan Melchor, Adolfo Muñoz, Juan Andrés R. Movilla, Vicente Patiño, Guillermina Sánchez, Ramon Ramirez Francisco Ron, Koldo Royo y Benjamín Urdiain.

Edita: Biomicral S.L.

Depósito Legal: AS.-767/96

Impresión: Publizona Impresión

Suscripción

Empresa
Nombre y apellidos
D.N.I./N.I.F.
Domicilio N° C.Postal
Población Provincia Tfno
Actividad

☐

Un año

☐

Dos años

Deseo suscribirme a **HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN H.R.**, cuyo importe abonaré según la forma de pago elegida:

☐

Contra reembolso

☐

Banco

☐

Efectivo

También puede suscribirse por tño.:

(+34) 91 510 27 28

609 98 61 87

.....a..... de..... de 2019

DATOS DE DOMICILIACIÓN BANCARIA

Titular de la cuenta
Entidad bancaria
Datos de cuenta:

Entidad	Sucursal	D.C.	Número Cuenta
□□□□	□□□□	□□	□□□□□□□□□□

Domicilio Sucursal Población
C. Postal Provincia.....

(Firma y sello de la empresa)

PRECIO (IVA incluido)	ANUAL	BIENAL
España	60 €	90 €
Extranjero	85 €	120 €

HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN H.R. respeta las opiniones de sus colaboradores y corresponsales pero no se identifica necesariamente con ellos. Autoriza la reproducción citando la procedencia y previa autorización de la Editorial.

Solicitado control OJD y de Calidad.



Simple. Efectivo. De confianza.

TUS MARCAS DE TODA LA VIDA, AHORA EN EL SECTOR PROFESIONAL



VISITENOS EN EL STAND PA-E63

cada **experiencia** cuenta™

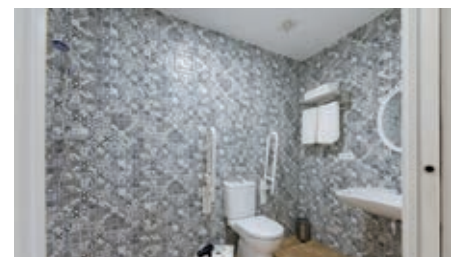
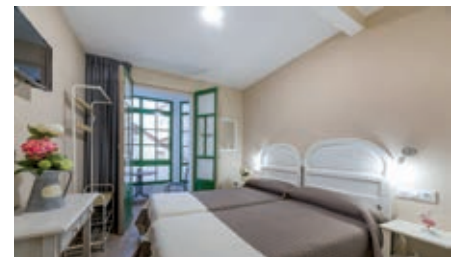
Pensión Luis algo más que un negocio familiar

Existen establecimientos que por sus servicios, equipo humano y relación calidad precio merecen una categoría mayor. Este es el caso de la Pensión Luis, ubicado en uno de los puntos neurálgicos del Camino de Santiago, Arzúa.



La propietaria Nuria Veiga Moscoso hija de dos grandes hosteleros Julio Veiga Mella y Mary Moscoso Rodríguez, plasma su amor por la profesión con la reciente apertura de este establecimiento.

La Pensión Luis se alza en la localidad donde se unen los dos principales trayectos del Camino de Santiago, el





También disponen de una habitación especialmente adaptada para personas con movilidad reducida.

Respecto a las zonas comunes pone a disposición de sus clientes 60 m², entre las que destacan un salón para disfrutar de la lectura y el relax, una recepción y un comedor donde se pueden degustar sus desayunos caseros-gourmet.

Sus instalaciones se completan con un aparcamiento cubierto.

Otros servicios que ofrece el establecimiento son la lavandería, desayuno buffet y una cocina dotada de microonda, menaje de cocina y vitrocerámica.

Pensión Luis

C/ Rúa Alcalde Juan Vidal 5
Teléfono: (+34) 687 58 62 74
15810 Arzúa – A Coruña

del Norte con el Primitivo o francés. El establecimiento se encuentra en una casa de 1920 recientemente rehabilitada y en el centro de la localidad coruñesa de Arzúa.

El hotel destaca por su luminosidad y perfecta distribución, prueba de ello es que todas las habitaciones son amplias, acogedoras y disponen de ventana al exterior. Cuenta con ocho habitaciones dotadas con cuarto de baño equipadas con amenities y secador de pelo.

Además las habitaciones disponen de televisión, Internet por Wi-Fi, calefacción individual, ventilador de techo y armario a la vista. Es decir todo

lo necesario para hacer la estancia de sus huéspedes más cómoda,



La cocina cruda, moda o tendencia

La cocina cruda creativa ofrece disfrutar platos que permiten distinguir la pureza y los matices de cada alimento al tiempo que invitan a gozar del conjunto del plato.



La cocina cruda es una tendencia aportada del otro lado del charco que para sus defensores va más allá de una dieta, lo consideran casi un estilo de vida. Multitud de celebs se han proclamado fervientes defensoras de la raw food y los restaurantes incluyen

propuestas crudas en sus cartas. ¿Cuál es su mayor ventaja? Al no someterse a ningún tipo de proceso, estos alimentos mantienen todas sus propiedades y nutrientes intactos.

Algunas de las características más significativas de los alimentos crudos



es que son antioxidantes, aportan las vitaminas y minerales necesarias para la salud y previenen enfermedades degenerativas. Además el sabor de estos alimentos es original (al no manipular su sabor autóctono), y su conservación es fácil al realizarse en un lugar fresco (neveras), permitiendo mayor supervivencia de los productos a lo largo del tiempo.

Para algunos al utilizar técnicas culinarias que conservan y aumentan al máximo las propiedades nutricionales de frutas, verduras, frutos secos, semillas y granos germinados, algas, setas, hierbas aromáticas y especias ofrece un mundo de posibilidades para disfrutar comiendo mientras se cuida la salud.

Aunque el nombre de «crudívoros» no es muy atractivo, sus recetas sí lo son. La alimentación crudívora es aquella que no cuece porque no quiere destruir las enzimas de los alimentos, lo que ocurre a 40° C, y otras propiedades nutricionales, pero sí utiliza técnicas como la deshidratación, la licuación, el cortado, la germinación, la maceración y la fermentación.

Esta forma de cocinar permite la cocción de verduras o de hacer la carne vuelta y vuelta. Incluso se elaboran panes, pizzas, crackers, sin harina, utilizando una base de semillas y diversas combinaciones de sabores nueces, olivas, ajo, tomates, setas u otras verduras.



Para la cocina cruda encaja muy bien la vaporera de bambú, consiste en un utensilio de cocina de bambú con dos bandejas con el que se pueden hacer platos al vapor en 15 minutos y sin manchar. Lo único que precisa es una perola donde se pondrá a hervir el agua. Sobre ella, se colocará la vaporeta por lo que es importante que ambos tengan un diámetro compatible. Un plus: al tener dos "pisos" se podrá cocinar varios platos al mismo tiempo. En la bandeja de abajo se deberá poner los vegetales más duros (champiñones, judías y patatas por ejemplo) mientras que en la de arriba los más blandos además de la proteína (carne o pescado).

Sugerencias

Corvina Crianza de Nuestro Mares a la plancha con salsa bulgogi y crema

Ingredientes

500 g corvina limpia Crianza de Nuestro Mares.
60 g dash.
20 g shitake.
10 g mirin.
4 g kombu.
1 diente de ajo.
5 dl agua.
30 ml salsa de soja.
24 ml zumo de lima.
5 ml jarabe de ciruela.
Piel de lima rallada.
Sal Maldón.

Elaboración

Limpiar la corvina y cortar en dados de medio centímetro. Hervir el agua con el shitake, el kombu y el diente de ajo hasta reducir a la mitad. Conservar en frío.

Base de calcic

Ingredientes:
1 dl agua.
2 g calcic.

Caviar de hoja lima kafir

Ingredientes:
10 g jugo de hoja de lima kafir.
0,8 g alginato.
Elaboración:
Mezclar los ingredientes con batidora.

Caviar de guindilla picante

Ingredientes:
10 g jugo de guindilla.
0,8 g alginato.
Elaboración:
Mezclar los ingredientes con batidora de mano.

Crema de mandarina

Ingredientes:
7 g xantana.
4 g ácido cítrico.



1l zumo de mandarina.
33 ml aceite de sésamo coreano.
Sal Maldón.

Montaje:

Colocar en los platos el tartar de corvina y cubrir con los caviares. Dar un toque de flores ácido

Ensalada tibia con dorada Crianza de Nuestros Mares escabechada con vinagreta de soja y mostaza



Ingredientes:

500 g dorada limpia Crianza de Nuestros Mares.
100 g azúcar.
20 g pimienta shechuan.
10 g ajo pelado.
5 g clavo.
0.5 g manojo cilantro.
600 ml salsa de soja.
400 ml vinagreta de sidra.
200 ml aceite de oliva.
100 ml aceite de sésamo.
50 ml sake.

Elaboración:

Cortar en trozos la dorada y colocar en una bandeja refractaria honda.

Mezclar en una cazuela la salsa de soja, vinagre, ajo, azúcar y sake. Llevar a ebullición y regar con la mezcla el pescado.

Mezclar el aceite de oliva con el de sésamo, calentar a fuego fuerte. Añadir las especias y rociar al pescado ambas salsas.

Deja enfriar a temperatura ambiente y conservar en nevera 24 horas.

Vinagreta

Ingredientes:

10 g azúcar.
1 g ajo pelado.
60 ml salsa de soja.
40 ml aceite de oliva virgen extra.
40 ml vinagreta de sidra.
20 ml mostaza Dijon.
5 ml sake.

Elaboración:

Mezclar todos los ingredientes y rellenar con ellos un biberón de cocina. Agitar bien antes de cada uso.

Verduras

Ingredientes:

500 g zanahoria.
500 g calabacín amarillo.
2 manojos espárragos verdes.

Elaboración:

Cortar la zanahoria y calabacín amarillo en juliana fina. Laminar los espárragos longitudinalmente.

Hervir agua, al punto de sal; escaldar las verduras hasta que estén al dente; enfriar en agua con hielo.

Arroz inflamado

Ingredientes:

100 g arroz blanco.
Aceite de oliva para freír.

Elaboración:

Cocinar el arroz al vapor y secar. Freír en aceite a 190°C, para inflamar. Conservar en lugar seco.

Montaje

Montar las verduras en los platos como si fuesen espaguetis; aliñar con la vinagreta. Atemperar el pescado escabechado y servir con las verduras.

Lubina Crianza de Nuestros Mares curada con especias con crema de yema, avellana y vinagreta de ajo negro

Ingredientes

500 g lubina limpia Crianza de Nuestros Mares.
100 g avellana.
100 g sal.
100 g azúcar.
5 g clavo.
3 g pimienta Sichuan.
2 g cardamomo.

Elaboración

Limpiar la lubina quitar la piel. Mezclar el resto de ingredientes y cubrir con ellos el pescado.

Curar la lubina 12 horas en frío.

Crema de yema

Ingredientes:

1 huevo.

Elaboración:

Cocinar el huevo a 60°C 20 minutos. Enfriar y sacar solo la parte de la yema.

Vinagreta de ajo negro

Ingredientes:

100 g ajo negro.
20 g azúcar morena.
Hierbas ácidas.
Avellanas picada fina.
50 ml vinagreta de arroz.
Aceite de oliva virgen.

Elaboración:

Triturar todos los ingredientes juntos en una batidora americana o de brazo.



Montaje

Laminar la lubina curada y colocar en los platos. Aliñar con la vinagreta y la crema de yema haciendo una cama. Añadir la avellana, gotas de aceites oliva virgen y hierbas ácidas.



Electrolux
PROFESSIONAL



ÚNETE A LA REVOLUCIÓN COOK&CHILL

**Productividad, facilidad de uso y rendimiento nunca antes vistos.
Los Hornos y Abatidores están perfectamente sincronizados gracias
a la exclusiva tecnología SkyDuo.**

Descubre una experiencia Cook&Chill increíble.

ELECTROLUX SKYLINE, EL NUEVO HORIZONTE EN LA COCINA

**Para más información llame al tel.: 91 747 54 00
o envíe un correo electrónico a foodservice@electrolux.es**



Copade fomenta el desarrollo sostenible

Javier Fernández, Director General de COPADE, reivindica la necesidad e importancia de un Comercio Justo y el consumo responsable a nivel mundial. Dónde todos los integrantes de la cadena de producción alimentaria obtengan el protagonismo que merecen.



COPADE presentando GAIA COAST

Es un proyecto liderado por la ONG con la colaboración de Obra Social La Caixa, AECID, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Importaciones (CORPEI) y la cofinanciación de la Unión Europea.

Los productos se comercializarán en máquinas vending, como venta retail, y en tiendas especializadas. Todos han sido fabricados por empresas que trabajan con pequeños agricultores de zonas desfavorecidas para ofrecerles nuevas oportunidades económicas y sociales.

La Fundación Copade también ha desarrollado una metodología para el cálculo de la huella social de estos productos. Con la elaboración de cada uno de ellos contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Qué es Copade?

La Fundación Copade -Comercio para el Desarrollo- es una entidad privada, apolítica y no lucrativa que fundé en 1998 con Aurora Fernández, con el objetivo de impulsar y desarrollar el Comercio Justo, el Consumo Responsable y la preservación del Medio Ambiente a través de alianzas público privadas.

Copade trabaja con grupos productores de países tanto del hemisferio Norte como del Sur para promover estructuras socioeconómicas sostenibles y respetuosas con el Medio Ambiente, que hagan a estos grupos agentes de su propio desarrollo. Creamos redes participativas entre productores y administraciones públicas, empresas, instituciones y otros agentes sociales, tanto a nivel local como mundial, para impulsar nuevas formas de cooperación económicamente rentables, sostenibles y socialmente responsables.

La Fundación trabaja con entidades de Ecuador, Honduras, Perú incluso

españolas. Los productos lo fabrican empresas que trabajan con pequeños agricultores de zonas desfavorecidas para darles nuevas oportunidades económicas y sociales, y que gracias a nuestros proyectos se han visto beneficiados al obtener certificaciones BIO y de Comercio Justo, formación y maquinaria.

Por ejemplo, entre las entidades ecuatorianas se encuentran la Asociación Mama Murucuna, Asociación de Procesamiento Artesanal de Productos Primarios las Flores, Gobierno de las Comunidades Indígenas y Campesinas Chugchilán Cooperativa de producción agrícola comunitaria granos andinos San Miguel de Chugchilan y Asoalienu.

¿Qué objetivos y proyectos tiene Copade?

Varios, entre ellos el lanzamiento al mercado de Gaia & Coast, la línea de productos bio, de comercio justo y gourmet creada con el objetivo de introducir en el mercado español los snacks más responsables del planeta.



Javier Fernandez, fundador de Copade

2030 de Naciones Unidas. Información que estará disponible para los consumidores en la página web de la entidad, gracias a que en el empaquetado del producto se incluye un código QR. A través de éste se puede obte-

ner información sobre la empresa que elabora el snack y los beneficios que genera sobre los productores con los que trabaja con el objetivo de conocer quién, dónde y cómo se hacen los productos que consumimos.

¿Qué gama de productos conforman Gaia & Coast?

Gaia & Coast incluye snacks de yuca, barritas de cereales, infusiones, téis fríos, zumos naturales, productos bio y de comercio justo, como patatas fritas con aceite de oliva, patatas fritas con aceite de girasol, almendra marcona, barritas de frutos secos, cookies (galletas con pipas de chocolate), ensaladas y cervezas. Son algunos de los 20 productos que están disponibles desde este mes de septiembre.

¿Coméntenos algunas campañas que han realizado y a quien han estado dirigidas (por ejemplo la de la Quinoa)?

En la de quinoa concretamente, la Fundación Copade, gracias a la donación altruista de Arte Latino, ha puesto en marcha una campaña solidaria mediante la donación de quinoa para personas desempleadas, pensionistas y comedores sociales.

Esta quinoa ha sido cultivada en el altiplano andino y procede de la Fundación ecuatoriana Maquita Cushunchic, fruto de un esfuerzo asociativo y solidario de comunidades de base y organizaciones populares para promover la producción sostenible y el Comercio Justo. Se trata de



un producto BIO de Comercio Justo que Fundación Copade importa bajo la marca Tierra Justa y que está disponible a través de nuestra tienda online.

Las donaciones se han repartido en sacos de 5 kilos de quinoa por persona (aunque en el caso de los comedores sociales la cantidad disponible es mayor). Las personas y entidades interesadas han podido beneficiarse de la campaña hasta el 28 de junio aunque todavía pueden contactarnos hasta el fin de las existencias. Para ello pueden contactar con Fundación Copade en el teléfono 914 15 54 05, y en el email pedidos@Copade.org

¿Copade figura entre los finalistas de los X Premios Corresponsables?

Si estamos satisfechos, al ser una forma de ver recompensados nuestros esfuerzos en el ámbito de Responsabilidad Social y de Comunicación Responsable de habla hispana. Además es una forma que se valore la iniciativa Gala & Coast.

La Fundación Corresponsables nos ha incluido entre los finalistas en la categoría de "Entidades sin Ánimo de Lucro y Economía Social (medianas y pequeñas)". Se han presentado 600 candidaturas procedentes de 14 países.

Esta concesión consolida a Copade como una de las ONG más emprendedoras a nivel nacional. Incluso si consideramos el número de candidaturas, podemos decir que nos sentimos ya ganadores por este reconocimiento.

Deseo dar las gracias a todas las personas que se han implicado desde el principio en este proyecto y que contribuyen a que el mundo sea más justo.

Los premios Corresponsables se entregarán el 5 de noviembre en una gala que se celebrará en la escuela de negocios del IESE en Barcelona.

¿Coméntenos las acciones que han organizado para potenciar el Turismo Sostenible?

La ONG ha empezado a impartir de forma gratuita varias formaciones técnicas dirigidas a personas desempleadas de Galicia, Extremadura y Castilla la Mancha, dentro de su proyecto "Empleabilidad y Turismo Sostenible".

La iniciativa forma parte del Programa Empleaverde del Ministerio de Transición Ecológica a través de la Fundación Biodiversidad y está cofinanciada por el Fondo Social Europeo

Cada curso se realizará de manera presencial y contará con una parte teórica y una práctica.

El objetivo es formar a personas desempleadas para que sean capaces de manejar y aplicar dentro del turismo los conceptos fundamentales sobre economía circular y consumo responsable. Para ello, se aportarán conocimientos que les permitan identificar necesidades y ejecutar acciones de mejora en las empresas del sector, así como su comunicación.

Entre los temas destacan los fundamentos de la "Waste Package" (conjunto de leyes aprobadas por el Parlamento Europeo), de la Estrategia Española de Economía Circular, del anteproyecto de ley de Economía Circular de CLM y de la nueva Ley de Contratos del Sector Público (9/2017), además de ejemplos prácticos y casos de éxito de la aplicación de estas medidas en Turismo.



“FACYRE tiene que volver a ser la federación de todos”

José Luis Inarejos no sólo es presidente de ACYRE Madrid si no también su alma mater. Inarejos destaca de la entidad su rejuvenecimiento, evolución e involucración de los socios.

¿Nos puede comentar su trayectoria profesional?

Mi primer contacto con los fogones fue a los 10 años, cuando salía del colegio por las tardes y los fines de semana iba al restaurante Brasilia al estar debajo de mi casa. Me lo tomaba como un juego disfrutando con lo que hacía. Elaboraba gambas orly, boleaba croquetas, pelaba gambas y boquerones.

Con 16 años mientras estudie electrónica de comunicación empecé a trabajar media jornada en la marisquería El Camarote. Ahí aprendí a trabajar el marisco y a elaborar pucheros y guisos.

Continué con mis estudios y empecé Ingeniería Técnica Industrial, pero al año decidí dejarlo y cumplir mi deseo de ser cocinero. Comencé mi formación en la Escuela de Hostelería de Aranjuez, transcurrida una semana empecé en Las Bravas, haciendo tortillas, pulpo y tirando cañas los fines de semana durante los dos años que estudié restauración.

Tuve la suerte de realizar las prácticas en el hotel Husa Princesa de la mano de mi “padrino gastronómico” Vicente Fresnillo, quien también fue presidente de ACYRE Madrid, gracias a él entré a formar parte de la Asociación.

A continuación trabajé en varios restaurantes, como La Sabina y Samarkanda. Ya en el 2000 recalé en el Hotel Santo Mauro, donde crecí como cocinero, entrando de ayudante en la partida de desayunos y terminando cuatro años después como segundo de cocina de Pedro Olmedo.

Después di el salto a jefe de cocina, pasando por Mayte Commodore, el Restaurante Kch, La Taberna Gaztelupe, el Tobador del Grupo Cacheiro y tuve la oportunidad de poner en marcha el Hotel Hilton de Toledo.



“La Asociación ha conseguido involucrar a los cocineros”

Hasta que di el salto a otra experiencia en el ámbito de la cocina, las colectividades. Me convertí en el jefe de cocina de La Clínica la Luz. También conozco el mundo empresarial al haber montado dos cervecerías propias, Tapas Free.

Posteriormente inauguré In Habanera del Grupo Larumba hasta que a los pocos meses comencé un gran proyecto del que soy Chef Ejecutivo y Gerente del Grupo Dingo, en tres años ya hemos abierto cuatro restaurantes en Madrid.

¿Y en la Asociación?

En el año 2000 participé en el Certamen de Cocina de ACYRE Madrid. Entonces me entró el gusanillo de los concursos y repetí participación los dos años siguientes con mi compañera de la escuela, Silvia Nieto. Fue en 2002 cuando con 25 parejas participando obtuvimos la victoria. al elaborar un cocido madrileño y un remix de salmón.

Ese mismo año pasé a formar parte de la junta directiva de ACYRE Madrid

presidida por Clemente López, con el afán de renovar y rejuvenecer la Asociación. También formé parte de la siguiente junta directiva con José de la Rosa como presidente.

Ya en el 2007, con 29 años, salí elegido presidente y formé con una docena de compañeros la Junta Directiva a quienes estoy agradecido porque pudimos sacar adelante la Asociación que no pasaba por una época boyante. Creamos una sociedad con Comisiones Obreras en materia de formación y explotación de la Escuela. Fueron cuatro años muy buenos para ACYRE Madrid al dejarla saneada y con proyección. Para mí personalmente, también fue una buena etapa.

Dejé de ser presidente en 2011, pero continúe formando parte de la Junta Directiva de Manuel Ruiz Trigo hasta que dimité por disconformidad con ella y tener poco tiempo para dedicar a la Asociación.

En 2015 junto con Narciso Barraza y Bárbara Buenache nos presentamos a unas nuevas elecciones y salimos elegidos. Tras el repentino falleci-

miento del presidente Narciso tomó las riendas la vicepresidenta Bárbara Buenache, manteniéndome en la Junta Directiva.

Ahora en las últimas elecciones me han vuelto a elegir como presidente.

Al formar parte de diferentes Juntas Directivas de ACYRE Madrid ¿Cómo valora su evolución?

Con el paso de los años ha evolucionado considerablemente. Ha entrado mucha gente nueva, se realizan múltiples actividades en colaboración con la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid. Así como con numerosas firmas comerciales.

Hemos conseguido renovar y rejuvenecer la Asociación, además de la involucración de los cocineros madrileños.

¿Qué le ha motivado para presentarse de nuevo a la Presidencia?

Mi motivación ha sido transmitir a mi Junta Directiva los valores de nuestra Asociación y que la gran familia ACYRE Madrid crezca haciendo partícipes a todos los socios de los eventos y actividades que organizamos.

¿Quiénes componen su Junta Directiva?

La junta actual de la Asociación está compuesta por una mezcla de sabiduría por parte de nuestros dos maestros y la ilusión de todos. Son personas curtidas y con experiencia en los fogones. Buscamos hacer entre todos lo mejor para nuestra asociación.

Esta puede ser la mezcla perfecta si además la combinamos con juventud y ganas de impulsar la gastronomía

madrileña. Dignificando nuestra profesión de cocineros y reposteros.

¿Qué objetivos, retos y proyectos tiene ACYRE Madrid?

Ser el referente de los chavales que salen de las escuelas, que nuestras instalaciones sean el punto de encuentro de la cocina madrileña y que la mezcla de sabiduría de una Asociación con más de 95 años de historia cuente con la implicación e interés de los nuevos cocineros y reposteros. Este será el caldo perfecto para generar grandes profesionales.

En materia de Formación. ¿Cuáles son sus proyectos?

En la escuela realizamos cursos y talleres para profesionales y también para personas que desean iniciarse en la cocina con la colaboración de Mercados de Madrid.

La Escuela está a disposición de todos los socios para que organicen cursos, seminarios y talleres, al ser ésta su casa.

También impartimos máster como el de Asesor Gastronómico en colaboración con la Universidad Alfonso X El Sabio.

¿Qué vinculación existe entre el Club de Jefes de Cocina y ACYRE Madrid?

El Club de Jefes de Cocina es independiente a la Asociación, pero para ser socio del club es requisito obligatorio ser socio de ACYRE Madrid. Una de las apuestas de esta Junta Directiva es dinamizar el club con nuevos socios y para ello comenzaremos a trabajar en los próximos meses, al estar formado por nuestros maestros.

¿En qué consiste el apoyo de las administraciones a ACYRE Madrid?

La Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento colaboran con la Asociación y nosotros con ellos, en múltiples acciones para ensalzar y promover la cocina y la repostería madrileña.

También contamos con la colaboración de otras entidades, como el IMIDRA y ASEACAM.

¿Cómo se puede potenciar el asociacionismo? ¿Realizan acciones para captar nuevos socios?

El asociacionismo sólo se puede potenciar generando alicientes para que el socio se sienta activo, involucrado y vea que la Asociación le aporta contenido a su vida profesional y vela por sus derechos.

La actividad generada por la propia Asociación es la clave para que el cocinero se haga socio. El socio no se busca tiene que venir solo atraído por nuestros servicios y actividades.

¿Qué opina de FACYRE?

Es la Federación Nacional que engloba a las asociaciones profesionales de cocineros. No olvidemos que FACYRE nació en ACYRE Madrid. Tiene que volver a ser la federación de todos y defender a las ACYRES por encima de todo.

En nuestro proyecto está también apoyar a la Federación para hacer grande la gastronomía a nivel nacional.

¿Hacia donde tiende la Cocina y la Gastronomía?

La cocina tiende a seguir evolucionando, pero ha de respetar el producto por encima de todo. La gastronomía está en un punto muy bueno que esperemos poder dotar de profesionales para seguir con el buen hacer.

¿Desea añadir algo más?

En estos dos años esperamos desarrollar grandes proyectos que tenemos en los fogones y seguir echándole candela a la parrilla para que la gastronomía madrileña siga siendo un referente a nivel mundial y ayudar al motor de nuestra economía, el Turismo.



"El asociacionismo se genera aportando interés para los socios"

La listeria enfermedad emergente

El Ministerio de Sanidad ha lanzado una alerta internacional por los brotes de listeriosis producidos en Andalucía y ha aconsejado no consumir los productos de la marca "La Magudis", "La Montanera del Sur" y "Sabores de Pterna" orígenes de los brotes de listeriosis.

La ministra, en funciones, de Sanidad María Luisa Carcedo, ha explicado que «el origen del primer brote está en la fábrica» de la empresa Magrudis, ubicada en Sevilla y el lugar donde se ha elaborado la carne mechada. Confirmando que «lo que hay que investigar ahora es en qué fase del proceso de elaboración de este alimento se ha producido la contaminación». Se ha incidido en que la fábrica está clausurada y se han retirado de la venta el resto de productos que ésta producía. Una medida que se ha tomado de manera cautelar ante la posibilidad de contaminaciones cruzadas.

La Comunidad de Madrid y Andalucía han sido las regiones donde se han distribuido otros productos de «La Mechá» elaborados en Sevilla por la empresa Magrudis, como el chicharrón andaluz, el lomo al Jerez y el lomo al pimentón.

Se trata de una medida de precaución ante este brote de listeriosis, que sigue en aumento: más de doscientos casos confirmados -la mayoría en Andalucía-, tres muertos y siete abortos, tras consumir la carne contaminada, pero hay cientos de casos que se están estudiando.

Sanidad destaca la posibilidad de «contaminación cruzada» a otros alimentos y por ello pide que se extremen los cuidados en la manipulación, en especial en el caso de que se haya tenido contacto con los productos mencionados.

Respecto a "La Montanera del Sur" quien ha provocado la listeriosis ha sido el chicharrón especial.

¿Qué es la listeriosis?

La listeriosis es una enfermedad causada por la bacteria *Listeria monocytogenes*, que infecta a las personas a través de alimentos contaminados, como ha ocurrido en los brotes detectados en Andalucía.

Es una patología poco frecuente y suele ser asintomática o cursar con una sintomatología gastrointestinal



leve y fiebre alta. En algunos grupos de riesgo específicos, sobre todo en inmunodeprimidos, personas de edad avanzada, niños y embarazadas, puede presentar cuadros graves que incluyen meningitis, septicemia y abortos o partos pre término.

No se transmite de persona a persona, solo al ingerir un alimento contaminado. Lo habitual es detectarla en un análisis de sangre del afectado.

El tratamiento se basa en antibióticos por vía oral. La listeria no se ha mostrado resistente a estos fármacos y no tiene por qué permanecer latente en el organismo.

Los síntomas suelen aparecer entre dos y tres semanas tras la infección, aunque pueden hacerlo desde uno hasta setenta días después. La infección y su tratamiento pueden durar de cinco a siete días en casos leves, mientras que en situaciones graves el tratamiento se prolonga a más de dos semanas.

¿Cómo se origina el brote?

Un brote de listeriosis puede surgir porque el alimento proceda de un animal infectado por la bacteria; porque en la cadena de envasado un alimento puede estar contaminado por otro; o bien porque a la hora de manipularlos se haya podido contaminar. Lo habitual es que la bacteria se extienda en la cadena de procesamiento del alimento.

En el caso del brote con origen en Sevilla, los resultados preliminares del informe encargado apuntan a que uno de los focos de la contaminación se encontraba en dos mechadoras, utensilios que se utilizan para mechar la carne. Sin embargo, las autoridades sanitarias inciden en que se trata de un resultado preliminar del informe y que se seguirán examinando otros elementos de la fábrica donde se pudo originar la infección.

¿Cuáles son los grupos de riesgo?

Son los pacientes con enfermedad crónica y con enfermedades inmunodepresoras; mujeres embarazadas con riesgo para el feto, niños o personas mayores de 65 años. Todos ellos son casos que pueden tener

listeriosis sintomáticas y posibles repercusiones graves.

¿Cuántos productos están afectados?

Hasta el momento, se ha encontrado esta bacteria en tres productos de la empresa Magrudis, bajo la marca «La Mechá»: carne mechada, lomo al jerez y lomo a la pimienta. Así como en el chicharrón especial de «La Montañera del Sur» y la carne mechada de Sabores de Paterna. Todos ellos han dado positivo a la bacteria de listeriosis en los análisis realizados.

La Junta de Andalucía ha ordenado, por prevención, la retirada de todos los productos cárnicos que fabrican las tres empresas. Ante la posibilidad de que el foco de contaminación se haya extendido.



Asimismo, la Junta andaluza ha reconocido que hay carne «La Mechá» sin identificar vendida como marca blanca. Esta «pequeña cantidad de carne» se ha inmovilizado «de manera cautelar». La partida la ha distribuido la empresa sevillana Martínez León.

Toda la información referente al producto y los lotes afectados se encuentra disponible y actualizada en la página web de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

El Ministerio de Sanidad también ha advertido de la posibilidad de «contaminación cruzada» a otros alimentos y por ello pide que se extremen los cuidados en la manipulación, en especial en el caso de que se haya tenido contacto con los productos mencionados.

¿Qué es la contaminación cruzada?

La contaminación cruzada se produce cuando alimentos contaminados por la bacteria entran en contacto, directa o indirectamente, con otros limpios. Puede



suceder a través de las propias manos que manipulan los alimentos, si después no se han lavado debidamente. También cuando se utilizan utensilios como cuchillos o máquinas de corte; así como superficies sobre las que se ha trabajado el alimento, como tablas para cortar; o los recipientes que los han contenido, incluida las cámaras frigoríficas. Las autoridades sanitarias recuerdan que la listeria aguanta bien el frío, pero no el calor. Hay que cocinar los alimentos por encima de 70°C y preservarlos a partir de menos de 4°C grados para así eliminarla.

¿Qué es la carne mechada?

La carne mechada es una forma de cocinar carne de cerdo dentro de su propia grasa. Es un plato típico de Andalucía Occidental. Para su elaboración se utiliza la cabecera de lomo, también llamada cabecada de cerdo. Hay quienes preparan la carne mechada simplemente echando la pieza en una cacerola cubierta de agua con unas cabezas de ajo, unas hojas de laurel, un buen chorro de aceite de oliva, su sal correspondiente y dejándola cocer hasta que se ponga tierna, y luego una vez fría, cortarlas en rodajas y servir las con unas rodajas de tomate. Ésta en realidad era la forma más común de hacer la carne mechada y que aún se sigue haciendo. Pero realmente la carne mechada debe llevar embutido, tiras de zanahorias ancochadas, jamón serrano, huevo duro y tocino salado. Se debe gratinar la cabecera antes de meterla al horno. Esta carne se toma fría en casa y en bares y restaurantes como tapa con un poco de limón, aceite y sal de hielos negra por encima. Comercialmente se presenta envuelta en manteca de cerdo y envasada al vacío.

¿Cómo se previene?

La gran resistencia de la Listeria para sobrevivir en condiciones adversas hace que sea indispensable una higiene correcta en los lugares de producción, distribución, venta y consumo, así como mantener la temperatura de refrigeración por debajo de los 2°C en todo el proceso. A la hora de consumir los productos, es indispensable:

Lavarlos en el caso de las frutas y las verduras; cocinar la carne a 70°C o más. Así como no descongelar ningún producto a temperatura ambiente y evitar consumir productos lácteos o derivados que no hayan sido pasteurizados.

Nunca juntar productos crudos con los cocinados.

¿Por qué han aumentado los casos en los últimos años?

Un estudio realizado por el Instituto de Salud Carlos III y el Hospital Universitario Ramón y Cajal de Madrid, publicado Eurosurveillance, afirma que los casos de listeriosis en España han aumentado entre 1997 -75 notificados- y 2015 -448- con 5.696 hospitalizaciones en total. La mortalidad en este periodo fue del 17%, aumentando al 67,5% en personas de más de 65 años, que representaron el 50% de los afectados.

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), plantea que se trata de una enfermedad emergente en Europa y que está siendo infra-diagnosticada. Entre las causas de este aumento, se encuentra el mayor consumo de comida rápida y lista para tomar, así como el desarrollo de cepas más virulentas de Listeria.

Electrolux Professional líder en ergonomía

Electrolux Professional es la primera empresa del mercado que logra la certificación de cuatro estrellas en Ergonomía en su nueva gama SKYLINE.



La nueva línea de **Electrolux Professional** Cook&Chill SKYLINE, irrumpe en el mercado como la única empresa con certificación ergonómica en sus equipos. Los hornos y abatidores han conseguido esta certificación gracias a su sencilla utilización, diseño fluido y usabilidad, con el objetivo de optimizar el bienestar de los profesionales y el rendimiento de la maquinaria.

¿Por qué es importante un diseño ergonómico en una cocina profesional? ¿Cómo un diseño ergonómico puede ayudar a potenciar la rentabilidad?

A veces se pasa por alto el diseño ergonómico de una cocina al proyectar una nueva de carácter profesional o al elegir los equipos. Cuando se trata de decidir qué comprar en el ámbito profesional o industrial, las funciones avanzadas se suelen valorar en términos de precio y no como un refuerzo del rendimiento.

¿Es cierto, el diseño ergonómico debería convertirse en un objetivo principal en el proceso de compra?

"Eficiencia" y "rentabilidad" son casi lo mismo en una cocina profesional, lo que significa que los beneficios pueden incrementarse cuando la ergono-

mía de un equipo o del flujo de trabajo en la cocina está bien planificada.

El mejor modo de abordar esta cuestión es elaborar una lista de los modos en los que un enfoque ergonómico potencia la rentabilidad, para facilitar la evaluación.

La ergonomía puede crear rentabilidad: reduciendo los costes operativos; aumentando la productividad, reduciendo errores, riesgo y desperdicios; además de reducir tiempo de inactividad en el flujo de trabajo provocado por lesiones y bajas por enfermedad.

Antes de elegir un equipo nuevo, es importante hacer números y calcular el ahorro y/o el menor riesgo que aporta la ergonomía del equipo. Esto permite que se pueda comparar el precio premium y el aumento de rentabilidad previsto. Es importante considerar el aumento de la vida útil total prevista del equipo: "se paga por el equipo una vez, pero se utiliza durante un largo periodo de tiempo".

Una cocina ergonómica puede ayudar a ahorrar tiempo

Un diseño ergonómico de la cocina o unos equipos con diseño ergonómico pueden ofrecer nuevas formas de hacer las mismas cosas, lo que permite que se incorporen nuevas rutinas en el flujo de trabajo de la cocina existente. Estos equipos pueden facilitar una tarea determinada y/o hacer que sea más rápido llevarla a cabo, reduciendo el tiempo y/o el nivel de experiencia necesaria para hacerlos funcionar.

Un diseño ergonómico de la cocina puede ayudar a reducir los errores, el riesgo y los desperdicios

En una cocina profesional con diseño ergonómico, los equipos son programables o controlados a distancia, lo que ayuda a reducir errores, riesgos y desperdicios.

Esto influye de dos maneras en la rentabilidad: a través de sensores, señales y programas que agilizan los procesos e incluso los intercambios entre equipos. La segunda forma optimizando la necesidad de vigilancia.

Un diseño ergonómico de la cocina puede ayudar a reducir los costes de funcionamiento

Un diseño ergonómico de la cocina profesional está estrechamente relacionado con la facilidad de uso de las interfaces de las máquinas. Una interacción y ejecución intuitiva hombre-máquina permite un aprendizaje más sencillo, por lo que un mayor número de personas pueden aprender a utilizarla. La consecuencia es una reducción general del trabajo (es decir, tiempo de preparación, optimización de personal y producción por unidad de tiempo).



Un diseño ergonómico de la cocina contribuye a reducir el tiempo de inactividad en el flujo de trabajo

La ergonomía potencia la rentabilidad porque afecta a todos los aspectos de una cocina profesional, es decir, la forma en que el personal de cocina trabaja, se mueve e interactúa con el conjunto completo de equipos y entre ellos. Ayuda a aumentar la calidad de los flujos de trabajo y la vida laboral al evitar o reducir lesiones y bajas por enfermedad.

Las soluciones **más eficientes** en **limpieza industrial**



GENERADOR DE VAPOR **KGV7000**

Sus altas prestaciones de presión y caudal de vapor, así como su aspiración, hacen de esta máquina la herramienta indispensable para la limpieza y desinfección de todo tipo de superficies y elementos que requieren de una extrema limpieza.

Especialmente indicado para todo tipo de sectores como el hostelero, restauración, alimentario, sanitario, urbanismo, etc.



Asesoría jurídica



La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, desde su creación ofrece el servicio de Asesoramiento Jurídico especializado en Hostelería.

Este departamento desempeña las siguientes funciones:

Asesoramiento jurídico: sobre todas las cuestiones que afectan a nuestro sector. El Departamento de Asesoría Jurídica de AMER ofrece a sus aso-

ciados la posibilidad de obtener asesoramiento integral en todos los asuntos que afectan a la Hostelería.

El asesoramiento abarca cualquier tipo de asesoramiento jurídico, en los diferentes ámbitos del consultivo o judicial, desde la simple consulta hasta el más complejo recurso en

el Tribunal Supremo.

Este servicio supone el compromiso de AMER de disposición permanente, absoluta confidencialidad, respuesta inmediata y adecuada resolución de los conflictos, convirtiendo a este asesoramiento en fiel garantía para quien lo demande y cuantas veces precise.

Información de las novedades legislativas y jurisprudenciales aplicables al sector:

Las tareas de asesoramiento se realizan no solamente a través de las conversaciones y reuniones personales, sino también mediante la información periódica que se remite a los asociados por medio de circulares, relativas a las modificaciones legales que se publican en el Diario de las Comunidades Europeas, Boletín Oficial del Estado, Boletines Autonómicos o trasladándoles las nuevas doctrinas y decisiones de los órganos Jurisdiccionales.

Negociación del Convenio Colectivo de Hostelería y Actividades Turísticas de la Comunidad de Madrid: la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración forma parte de la Comisión Negociadora de este convenio.

AMER ofrece la posibilidad de dar un asesoramiento especializado sobre esta norma convencional. Esta tarea de participación en la negociación colectiva la asume también la Asesoría Jurídica de la Asociación.

AMER celebra su Jornada de la Restauración



La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, entregará el 24 de septiembre en la Jornada de la Restauración Madrileña sus galardones 2019. Estas distinciones las concede la Asociación a aquellos empresarios, instituciones y personalidades que se distinguen por su permanente colaboración, defensa y apoyo al sector de la gastronomía.

(Goyo González); Restaurante El Brillante; el profesor Ángel Sierra; Grupo Pascual y Carmela Rodríguez, con la distinción "José Ramón Gumuzio".

AMER desea agradecer la colaboración de: Cafés La Mexicana, Coca Cola European Partners, Grupo Mahou-San Miguel, Aceites Rafael Salgado, Solán de Cabras, Summa Seguros y Banco Sabadell.

Se prevé que, al restaurante Portonovo, asistan más de 200 personas, entre autoridades locales y autonómicas, representantes de firmas comerciales, de diferentes asociaciones del sector y asociados.

Los premiados en esta vigesimoquinta edición son: Cruz Roja Española; Restaurante Tejas Verdes; Gregorio González

Acuerdo de colaboración AMER - AEPT



El Presidente de la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER y el Presidente de la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT), Santiago Aguilar, han suscrito un acuerdo de colaboración con el objetivo de fortalecer las relaciones entre ambas asociaciones y desarrollar acciones conjuntas como la organización de actos turísticos conjuntos, promover seminarios, jornadas y foros de interés.

La rúbrica del acuerdo se ha realizado el 18 de julio, en una "agradable y cordial reunión" como la califican ambas entidades.

Reunión con el Delegado de Economía de Madrid

El Presidente de AMER, Antonio Galán, junto con su Vicepresidenta Primera, Carmela Rodríguez, se han reunido el 11 de septiembre con el Delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, Miguel Ángel Redondo, y con el Coordinador General de Economía y Comercio.

Los directivos de la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, y los representantes económicos del Ayuntamiento de

Madrid han tratado cuestiones que afectan al sector. Comprometiéndose Miguel Ángel Redondo a analizar estos problemas y a buscarles solución satisfactoria para la Hostelería con el fin de que no afecte a su competitividad.

El Delegado de Economía también ha ofrecido a la Asociación los servicios que desde el Ayuntamiento prestan en la Agencia para el Empleo, orientados a mejorar la formación y profesionalidad de los trabajadores. Asimismo ha manifestado que



el gobierno municipal tiene interés especial en fomentar y promocionar la actividad económica de Madrid.

Alerta sanitaria

La Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) ha recibido, a través del Sistema Coordinado de Intercambio Rápido de Información (SCIRI), una notificación trasladada por las Autoridades Sanitarias de la Comunidad Autónoma de Andalucía relativa a la ampliación de la alerta a todos los productos de la marca "Sabores de Paterna".

Como resultado de las actuaciones y en aplicación del principio de precaución, se han intervenido cautelamente todos los productos elaborados por "Sabores de Paterna" ordenándose la retirada de su comercialización.

También se ha indicado a la empresa que debe retirar del mercado todas las existencias del producto de cualquier naturaleza e indicar a sus clientes la orden

de no venderlos, debiendo acreditarle las cantidades en existencias y el compromiso de no comercialización.

Aunque la distribución principal se ha realizado en Andalucía, los productos, para los que precautoriamente se ha dado orden de no comercializar, se han distribuido en todas las comunidades autónomas, excepto en Asturias, Ceuta y Melilla.

Esta información ha sido transmitida por el Sistema Coordinado de Intercambio Rápido de Información (SCIRI) a los puntos de contacto de la Red de Alerta de las comunidades autónomas y se ha contactado directamente con las autoridades de seguridad alimentaria afectadas por la distribución. Ya se ha procedido a la retirada de los productos.

Con la información disponible, no se ha confirmado ningún caso asociado a esta alerta.

En el caso de estar embarazada, se recomienda consultar las recomendaciones de consumo durante el embarazo realizadas por la AESAN relativas a prácticas de higiene alimentaria importantes para las mujeres gestantes, así como una relación de los alimentos que se deben evitar durante el embarazo por estar asociados a determinados peligros biológicos (entre los que destaca *Listeria monocytogenes*).

Se recuerda la importancia de extremar las medidas de higiene para evitar la contaminación cruzada a otros productos.

Su solución en:



Calidad.

Implantación y seguimiento de programas de autocontrol APPCC.

Trazabilidad.

Análisis Microbiológicos.

Consultoría en Dietética y Nutrición.

Desarrollo de Proyectos formativos.

Prevención de Riesgos Laborales.

Formación bonificada.



Textiles para un hotel sostenible

Los textiles para un hotel sostenible son un dilema para los editores que están en continua investigación, trabajan en nuevos prototipos y apuestan por nuevos productos que el mercado decidirá su continuidad.

Loli Moroño Directora Creativa PF1 Interiorismo. – Fotografías Hotel Lux Santiago de Compostela



Tanto en lencería (sábanas, toallas y uniformes) como en tapicería (cabececos, sofás y pufs, por ejemplo) la tendencia consiste en utilizar textiles de fibras naturales, como linos o algodones orgánicos, cultivados mediante métodos y materiales responsables que tienen un bajo impacto medioambiental; sin pesticidas, insecticidas o herbicidas. Mi propuesta para su utilización en tapicería es hacerlo mediante fundas, por su fácil mantenimiento.

Asimismo se pueden utilizar tejidos de poliéster reciclado de calidad. Realizados a partir de materiales reciclados, como poliéster, redes de pesca y telas de PET 100% procesados (las telas fabricadas a partir de botellas PET, es una de las maneras más adecuadas de reciclar las botellas plásticas y prevenir su acumulación).

Al elegir tejidos de poliéster reciclado, se consigue el mismo rendimiento técnico que otras fibras de poliéster pero dejando una menor huella ambiental. Consiguiendo fabricar los mismos artículos pero mejorados, siendo sostenibles.

Cada vez más editores y fabricantes textiles están concienciados con esta causa uniéndose a diferentes campañas

para promover el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Cuando se desee reponer lencería en los hoteles siempre hay factores que tenemos que tener presentes, como son la durabilidad y los inventarios. El sistema RFID es un método de control útil para la identificación de las prendas a través de radiofrecuencia. Todas las prendas irán provistas de una etiqueta RFID adherida al tejido mediante un aplicador térmico, asegurándonos un control más exhaustivo de los inventarios.

Otros aspectos que no debemos descuidar son el proceso de lavado, cambio de ropa sustituyéndola por ropa limpia, el buen estado y conservación de los tejidos así como su aroma agradable a limpieza. Son factores determinantes ante una nueva compra o reposición.

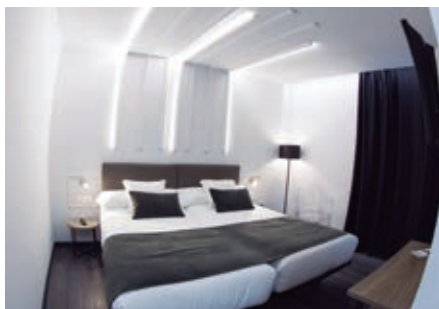
Cada hotelero puede crear su propio producto, personalizándolo, mediante la selección de materias primas adecuadas y el acabado estético de la pieza. El hotelero tiene la obligación de proporcionar una estancia saludable y placentera a sus huéspedes, para ello es necesario un equilibrio entre la lencería bella, limpia y práctica en el marco de cada inversión.

Las propiedades de los tejidos a tener en cuenta, para ofrecer la mejor cama a nuestros huéspedes son: Evaporación de la humedad, que sea transpirable y que posea una adecuada absorción.

Habitualmente los hoteleros recurren para sus lencerías de cama a tejidos de poliéster y algodón. Cuanto más poliéster en su composición mayor resistencia y mejor planchado tendrá el producto pero su tacto no será tan agradable. Una buena opción son las sábanas de percal. El percal es una técnica en la que la estructura del tejido se entrecruza con la misma cantidad de hilos tanto en su urdimbre como en su trama. De hecho, está considerada como una de las técnicas de mayor calidad, en la que los hilos están tejidos consiguiendo un patrón muy ajustado. La composición habitual en la que se confeccionan este tipo de sábanas son 100% algodón, aunque también se realizan en mezcla (algodón/poliéster), linos entre otros.

Me gustaría destacar su excelente resistencia, fácil lavado y planchado y sobre todo su durabilidad superior al resto, dado a los hilos entrelazados que componen cada una de sus pulgadas aportan una suavidad extra que resulta agradable para el huésped.

Actualmente el mercado ofrece para Hotelería sábanas de 200 hilos/pulgada, tienen mayor consistencia, duración y confortabilidad. No obstante, su elevado coste no las hace rentables en pequeños establecimientos hoteleros, donde el coste de la habitación es reducido. Estas sábanas son tan duraderas que se pueden utilizar como fundas o protectores cuando su aspecto no sea el deseado pero aún esté en perfecto estado. Pero tenemos que ser conscientes de su elevado coste, aproximadamente de un 30 a 50% con respecto a las sábanas de 180 hilos, así como que su vida útil se eleva únicamente un 15%.



En su lugar, se utiliza el super-percal, con 180 hilos por pulgada de características similares, gracias a su proceso de fabricación y es bastante más económico.

Recordar siempre seleccionar tejidos con tratamiento anti-pilling para evitar que se formen, esas antiestéticas y molestas, bolitas.

Para que nos podamos hacer una idea de la durabilidad del material, los ciclos de vida normalmente ronda unos 240 lavados, aproximadamente entre seis y ocho meses.

En cuanto a los tonos, el blanco es casi siempre el indicado, aunque

a veces para romper la monotonía se pueden utilizar colores suaves, que resisten mejor los lavados que los tonos oscuros. Una buena opción es la personalización de los blancos de hotel mediante el bordado de algún símbolo identificativo del establecimiento, lo que aporta distinción sin elevar los costes.

Un gran aliado en cuanto a la durabilidad de las sábanas es la utilización de sábanas planas, es decir las que carecen de las esquinas elásticas. Se planchan mejor, se doblan fácilmente y lo mejor es que se pueden usar tanto como sábanas bajas como encimeras, eso hace que el desgaste sea menor dado a su rotación en sus usos. Por otra parte, la gran desventaja de los elásticos es su goma látex, al lavarse y plancharse se estira.

Para un buen tratamiento de los tejidos no debemos olvidarnos de seguir siempre las instrucciones de lavado del etiquetado.

Otra de las grandes preguntas es ¿Cómo se calculan los stock?

Fácil, hay que multiplicar la ropa de la cama por cuatro (con lavandería interna) o cinco (con lavandería externa), para asegurarse de que tiene uno en uso, otro en lavandería y dos para reposición.

Tipos de textiles para confeccionar sábanas

Sintético: económico, resistente y fácil de planchar.

Percal: es un tejido ligero, fresco, resistente, con fácil planchado, extra-suave y resistente al agua.

Lino: de coste elevado, es duradero e ideal para clima cálidos.

Algodón: el de mayor calidad, es el algodón 100% egipcio, que tiene fibras extra-largas y duraderas. También es el de coste más elevado.

Algodón Pima o Supima: de fibras medias a extra-largas discontinuas es conocido por su brillo y suavidad. Su coste es más comedido.

Otros tejidos: satén, ultra-suave y brillante, y la franela, con una textura de panal perfecta para climas más fríos.

SEBASTIAN
SUITE

ÁRTICULOS DE DECORACIÓN PARA EL CANAL CONTRACT

cojines · esculturas · jarrones · centros de mesa · espejos · figuras · lámparas · cuadros · cajas · tibores · decoración de pared · candelabros · puffs

WWW.SEBASTIANSUITE.COM

“Nuestro objetivo, crecer en gestión hotelera”

Jordi Daban, Vicepresidente de Turismo de la Cámara de Comercio de Andorra y CEO de Daguisa Hoteles, afirma que la Hostelería andorrana vive un buen momento pero hay que solventar algunas cuestiones. como el laboral.



¿Nos puede presentar Daguisa Hoteles?

Nuestra cadena comenzó en 1957, cuando mi abuelo Nicolau Daban inauguró el primer hotel en Escaldes-Engordany (Andorra). En once años, inauguró dos establecimientos más en la misma localidad, uno de ellos es el actual Hotel Kyriad Andorra Comtes d'Urgell, de tres estrellas.

En 1971, constituimos la sociedad patrimonial y gestora de establecimientos DAGUI, S.A. administrada por mi padre. Ya en 1981, inauguramos el que es hoy Hotel Tulip Inn Andorra Delfos, de cuatro estrellas, y en 2003 el Hotel Golden Tulip Andorra Fènix también de cuatro.

Hace cinco años, firmamos un contrato de colaboración y cooperación con la cadena internacional Louvre Hoteles Group y, gracias al posicionamiento de la marca que conseguimos con este acuerdo, así como a la reputación y credibilidad del grupo,

consolidada a lo largo de todos estos años, propietarios hoteleros de Andorra nos confiaron la gestión de sus establecimientos en distintas poblaciones andorranas de montaña. Así, a finales de 2014, asumimos la gestión del Hotel Euro Esquí (ahora EuroSki Mountain Resort), en Canillo y, un año después, incorporamos a nuestro portfolio tres nuevos establecimientos, de los que, el Hotel Font d'Argent Canillo y el Hotel Font d'Argent Pas de la Casa continúan en la cadena, sumando los seis hoteles que tenemos actualmente (tres de propiedad en ciudad y tres de gestión en montaña).

¿Qué representa Daguisa Hotels para Andorra y Andorra para Daguisa Hotels?

Para Andorra, Daguisa Hotels es la segunda cadena hotelera, por número de habitaciones - en estos momentos tenemos 750 - y supone contar con un grupo hotelero con 62 años de historia, que posiciona el Principado a nivel internacional desde 2014, gracias a nuestro acuerdo con Louvre Hotels. En temporada alta, además, damos trabajo a 300 empleados.

Daguisa Hotels, sin Andorra, no sé si tendría razón de ser, porque nuestros alojamientos se sostienen gracias a una oferta turística del Principado que es completa, en cualquier época del año, en el que se puede optar por turismo cultural, de bienestar, naturaleza, compras, congresos, gastronomía y, por supuesto, deporte. Los principales protagonistas de nuestras montañas son el ciclismo y la nieve, en verano y en invierno, respectivamente.

¿Cuáles son las claves del éxito de Daguisa?

Las claves de nuestro éxito son la ubicación privilegiada de nuestros

hoteles, tanto los tres que tenemos en ciudad (en Escaldes-Engordany) como en montaña (en Canillo, Pas de la Casa y El Tarter). Así como la garantía de cumplir con unos estándares de calidad, que demanda un cliente internacional cada vez más exigente, y el trato familiar, que intentamos ofrecer a nuestros clientes para que se sientan cómodos.

¿Qué tipo de clientela tienen?

Los clientes son especialmente familias y esquiadores, que cuentan con un presupuesto bastante elevado. Las principales nacionalidades que se han alojado en los hoteles de Daguisa Hotels en el último ejercicio son la española (55% del total), de diferentes países de Europa del Este (11%), británica (8%), francesa (7%) y portuguesa (6%), como así refleja la anterior temporada de nieve.

¿Qué vinculación tienen con Golden Tulip y el Grupo Louvre?

Nuestra vinculación es con el Grupo Louvre y con sus distintas marcas, no sólo Golden Tulip, sino Tulip Inn, Kyriad y, desde este mes de agosto, Hotels & Preference para dos de nuestros tres hoteles de montaña (el de Canillo y el del Pas de la Casa). Es un acuerdo de colaboración y cooperación que supone adecuar nuestra oferta a los estándares de calidad que cada vez demanda más el viajero.

Además con esta vinculación podemos internacionalizar más Daguisa Hotels -al formar parte de la quinta cadena mundial con más de 6.000 establecimientos- y manifestarlo a nivel de marca, con los nombres de nuestros hoteles.

¿Qué objetivos tiene para Daguisa Hotels? Entre

ellos, ¿existe algún plan de expansión?

El principal objetivo que tenemos para la expansión de Daguia Hotels es crecer en gestión hotelera, que es una fórmula que nos funciona muy bien desde hace cinco años y que estoy seguro que muy pronto nos ofrecerá la posibilidad de inaugurar algún hotel más, ya sea en Andorra o en el extranjero.

¿Siguen algún plan de sostenibilidad Daguia Hotels?

En febrero, presentamos nuestro nuevo programa "Think be Green by Daguia Hotels" que tiene como objetivo eliminar el uso de plásticos en los hoteles de la cadena. Se trata de una iniciativa pionera en el sector hotelero andorrano y un programa muy ambicioso. Los responsables de los departamentos de compras y de marketing del grupo empezaron a trabajar de manera conjunta durante el último trimestre para su desarrollo. En concreto, desde noviembre de 2018 hasta enero de 2019 incluidos, hemos dejado de adquirir 10.834 latas y 8.500 unidades de cañitas de plástico, que se han sustituido por botellas de cristal y cañitas de bambú, respectivamente.

Desde el pasado invierno, además, estamos analizando otros factores como por ejemplo los amenities de los cuartos de baño, para reducir al máximo los plásticos en la gestión de nuestros hoteles, con el objetivo de seguir aportando nuestro grano de arena a la mejora medioambiental y más en un país como Andorra, donde la naturaleza es una de sus principales fortalezas.

Respecto a la cuestión laboral, ¿desarrollan algún tipo de actuación concreta? ¿Cuáles son los principales problemas hoteleros que sufren en Andorra?

Somos conscientes de que venir a Andorra para unos meses (tenemos 180 trabajadores y, en temporada alta, 300) es un hándicap que, además, viene agravado por las condiciones laborales que marca el Gobierno del Principado -que delimita el número de licencias de trabajo que ofrece- y por unos alquileres de los pisos que son muy elevados en Andorra y, más aún, si sólo se viene a pasar una temporada. Por este motivo, en Daguia Hotels favorecemos la llegada de nuestros trabajadores, porque contamos con numerosas habitaciones disponibles para que puedan alojarse durante un tiempo y sus inicios con nosotros sean más confortables.

Otro aspecto que cuidan es el gastronómico, como es pertenecer al "Club des Chefs" de Golden Tulip. ¿Lo puede explicar?

A comienzos de año, nuestro chef ejecutivo, Narcís Allué, se incorporó al "Club des Chefs", un selecto club formado por ocho chefs que trabajan en diferentes hoteles del Golden Tulip en Francia y Daguia en Andorra. Este Club tiene como objetivos buscar la excelencia culinaria para que forme parte del ADN de esta marca hotelera, así como adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes. Para conseguirlo, los chefs

que forman parte del club cocinan especialidades locales, con recetas actualizadas y productos saludables, consiguiendo platos innovadores.

Por lo tanto, es símbolo de la excelencia culinaria del Golden Tulip, la marca del grupo francés Louvre Hotel que cuenta con 190 hoteles de alta gama de cuatro estrellas en 44 países, entre los que se encuentran nuestros hoteles.

También deseo realizar un reconocimiento al chef Narcís Allué que, desde que trabaja con nosotros, hace ya siete años, está trabajando siempre para conseguir la mejor calidad y creatividad gastronómica para los restaurantes de nuestros hoteles.

¿Desea añadir algo más?

Sí que este año hemos cerrado la temporada de nieve con un crecimiento total del 2% con respecto al mismo período del año anterior, al alcanzar unos ingresos de 7.848.305,61 euros. Con cerca de 5 millones de habitaciones reservadas (+ 3%), 129.692 clientes se han alojado en alguno de nuestros hoteles, reservando un total de 60.674 habitaciones, en el período comprendido entre el primero de diciembre de 2018 y el treinta de abril de este año.

Y, son aún más positivos, si tenemos en cuenta los datos que ha hecho públicos la Unión Hotelera de Andorra, que ponen de manifiesto que la media de ocupación global de los hoteles del Principado ha sido del 61,97%, un 6,13% menos con respecto a la anterior temporada de nieve.



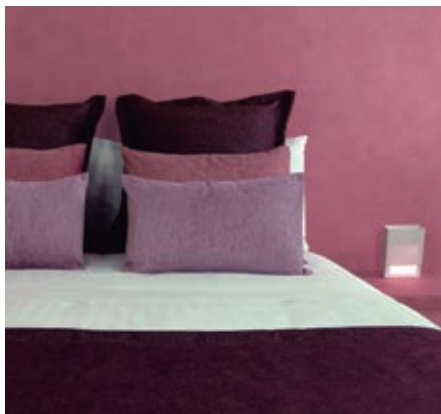
implantación de la norma ISO 50001
comercialización de energía verde
soluciones para la monitorización de consumos energéticos
modelos BIM para la gestión de su negocio
especialistas en eficiencia energética

911 41 06 73 -www.grupoenerdex.com- comercial@grupoenerdex.com



La almohada y la calidad del sueño

La calidad de sueño está comprometida por diversos factores como enfermedades, estrés, hábitos de vida y jet lag. Sin embargo, un factor en el que nadie piensa es la almohada.



Unos centímetros de más o de menos entre la cama y el cuello, pueden alterar la postura, el sueño y traer todo tipo de problemas de salud. Una simple almohada puede reducir la calidad del descanso e impactar negativamente en nuestra vida. Algunas cadenas hoteleras están especialmente sensibilizadas sobre cuándo es el momento de cambiar de almohada, tienen en cuenta su tamaño adecuado y los aspectos qué hay que tener presente para comprar una nueva.

El objetivo de usar una almohada es mantener la cabeza en una posición de alineación neutral (sin estar doblada hacia adelante o hacia atrás), el tamaño de la almohada es absolutamente vital. Si la almohada es demasiado alta hará que los músculos del cuello se estiren y la columna se curve en la parte superior, el cuello estará rígido y dolorido al despertar y puede presentarse dolor de cabeza. Además, la respiración se puede ver obstruida y aparecer ronquidos (que no sólo pueden interrumpir el sueño del que ronca sino también de las personas con las que comparte habitación). Si la almohada es demasiado baja hará que los músculos del cuello se hundan y la columna vertebral se curve hacia abajo en la parte superior causando dolor de cuello, rigidez y de cabeza.

Dormir sin almohada, como sucede en ocasiones cuando se duerme boca

abajo, provoca dormir toda la noche con el cuello girado y si estamos boca arriba, el cuello se arqueará hacia atrás pudiendo provocar lesiones en discos vertebrales y en la raíces de los nervios cervicales.

Raramente pensamos en cambiar de almohada pero es importante cambiarla cada 12-18 meses. Una almohada vieja puede contener miles de células de la piel y los ácaros del polvo, que puede causar graves problemas para los que sufren asma, afecciones de pulmón y alergias.



Para comprobar si una almohada necesita reemplazarse dóblela por la mitad y suéltela después de uno o dos segundos. Si vuelve a su forma normal sigue estando en buen estado, si no, es hora de sustituirla.

En el mercado hay dos tipos de almohadas, las naturales y las sintéticas. Las primeras rechazan las partículas de polvo, ácaros, con lo que se previenen las alergias. Las de pluma, por ejemplo, pueden modelarse con facilidad según la posición que se adopte y permanecen frescas mucho tiempo.

Las segundas, las sintéticas están fabricadas en diversos materiales como látex y espuma. Tienen el inconveniente de no perder la forma y al cambiar de posición puede producir incomodidad.

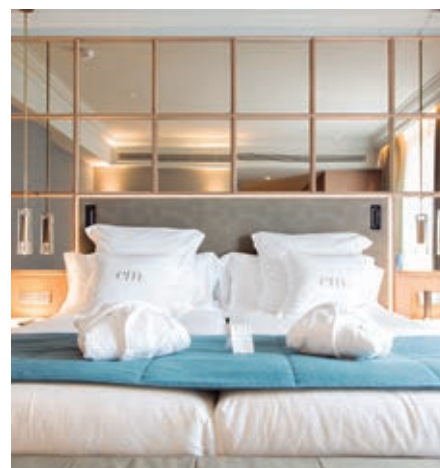
Las almohadas de plumas son cómodas y elegantes, pero hay que advertir que algunas personas son alérgicas a ellas.

Las personas que duermen de costado, deben tener en cuenta que la almohada permita que exista una distancia adecuada entre los hombros y las orejas, al tiempo que se mantenga alineado el cuello.

Las personas que duermen boca arriba tienen un rango mayor de soporte en todo el cuerpo. Pero al mismo tiempo deben evitar una almohada muy baja o una demasiado alta.

Al dormir boca abajo, lo ideal es dormir sin almohada o con una muy fina, para evitar que la cabeza se eleve más de lo normal y pueda producir dolor en el cuello.

El calor, por ejemplo, es otro factor que puede interferir en el descanso y las almohadas de materiales naturales son las mejores para mantener un sueño fresco. Las almohadas de espuma son ideales para personas con alergias pero su material sintético atrapa el calor corporal, ocasionado sudor.



Si, de todos modos, prefiere las almohadas de espuma, pero sufre calor cuando duerma, entonces busque marcas que contengan gel de enfriamiento arriba para evitar el sobrecalentamiento.



ELIJA LA CERTIFICACIÓN «EUROPEAN HEAT PUMP» Y OFREZCA A SUS CLIENTES UN CONFORT CERTIFICADO.

Con más de 7000 bombas de calor certificadas y registradas en Europa desde 2008, *Eurovent Certified Performance* cuenta con la más amplia gama de soluciones certificadas para su proyecto. Ofrecemos sistemas de climatización interior con una clara diferencia, una certificación que beneficiará tanto a usted como a sus clientes. Llévesela a casa.

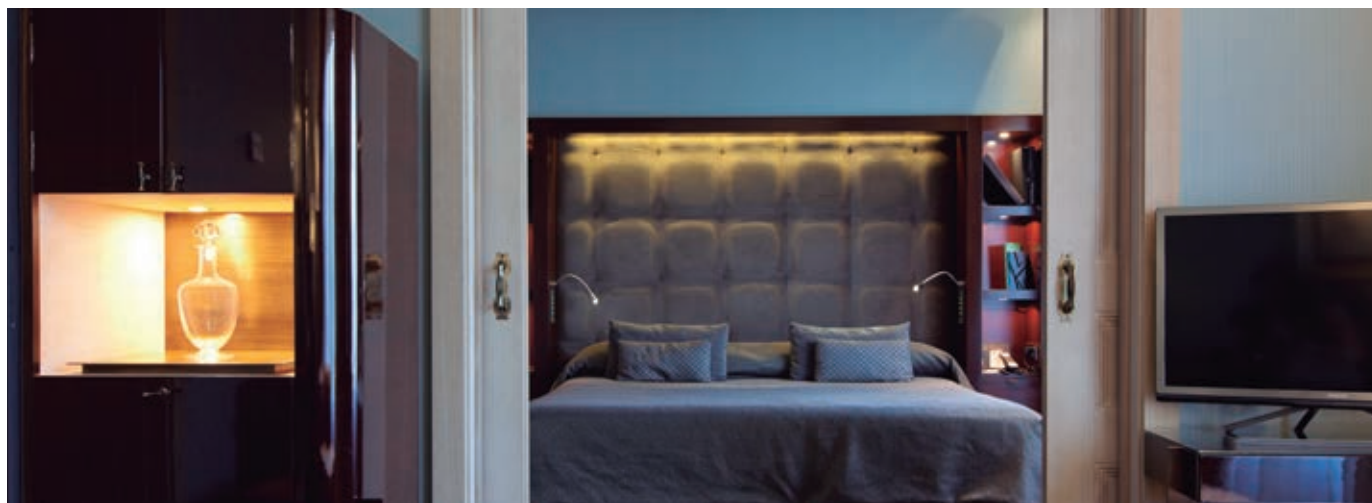
A la hora de buscar proveedores locales para su equipamiento podrá elegir entre una lista de **10 líderes del mercado en su zona**, pero *Eurovent Certified Performance* le dará acceso a una base de datos las **24 horas del día y los 7 días de la semana** donde podrá comparar y comprobar online las prestaciones certificadas.



Descargue su solución certificada personalizada en
www.eurovent-certification.com

Minibares, un clásico hotelero

La evolución del minibar integrado en las habitaciones de hoteles de cuatro y cinco estrellas desde hace 60 años despierta adeptos y detractores, pero lo cierto es que existe por normativa y constituye un valor añadido para el cliente.



Cuidar hasta el mínimo detalle en un hotel es fundamental, y en las habitaciones se amplía esta dedicación con la instalación de ciertos dispositivos, como minibares, teteras y cafeteras, para que el bienestar esté garantizado.

Cualquier noche de hotel puede convertirse en una experiencia en sí. Por ello, los hoteles son cada vez más conscientes de la necesidad de involucrarse en la vida de sus clientes para que se sientan “como en casa”. Por ello, para que el usuario esté a gusto, los establecimientos garantizan el



descanso, el silencio, la buena gastronomía, la atención personalizada, una exquisita decoración y la comodidad han de cuidar todos los detalles de las habitaciones, incluidos el minibar.

El minibar es un electrodoméstico al que algunos le tienen “respeto” por su afamado alto precio, y no se atreven ni a acercarse, otros lo hacen por “curiosidad” y aunque abren la puerta deciden no tocar nada por si luego se incrementa su precio. En cambio otros sucumben para poder calmar su sed o ese antojo nocturno.

El minibar lleva casi sesenta años siendo un elemento más de las habitaciones de hotel.

El primer establecimiento en incorporarlo fue el Madison de Washington en los años 60. Fue considerada una innovación y un servicio increíble al alcance sólo de los sitios más lujosos.

En un inicio, este cajón “de los secretos” solo contenía comida, pero a partir de los años 70 se añadió la posibilidad de mantener satisfecho al cliente con su demanda de bebidas alcohólicas. El primer hotel en hacerlo fue el Hong Kong Hilton, y desde entonces, las posibilidades del minibar son casi infinitas. Batidos, refrescos, combinados, chocolatinas, frutos secos, snacks o incluso sándwiches, aparecen en las cartas de los minibares.

Existen por normativa

Los minibares no existen por suponer un ingreso para los establecimientos hoteleros (que no son tan altos como se puede suponer) ni están por su voluntad. Pero sí por la existencia de una normativa que exige que en cada habitación haya





méstico, control al mantenerlo, y emplear a nuestro personal para que se involucre en su comprobación diaria”.

Los conflictos vienen con el pago

Los trucos de los clientes para evitar pagar sus encuentros con

un minibar para poder complacer a los clientes de los hoteles de cuatro y cinco estrellas. De hecho, en muchos hoteles resulta un servicio deficitario que, sin embargo, hay que garantizar. Y es que, para los hoteles, más allá de una inversión, supone numerosos gastos adicionales. Algunos hoteleros manifiestan que. “el mantenimiento al que se somete a estos dispositivos requiere, además de la compra del electrodo-

el minibar pasan desde hasta rellenar con agua las botellas de alcohol a negar que han consumido nada cuando realizan el check out. Algunas cadenas han comenzado a emplear un sistema más avanzado y tecnológico de cuenta, como un sensor por movimiento de forma que contabilizan cada vez que se abre la puerta del frigorífico, y con eso monitorizan el consumo. De esta forma, el cargo se añade a la cuenta del cliente, aunque

otros creen que no es el momento para llegar a este sistema.

Las infusiones ganan la batalla al alcohol

En un principio, la comodidad que suponía para el cliente contar con un frigorífico en el que preparar una copa en sus momentos de descanso era vital. Está dando paso cada vez más el servicio de contadores de agua y cafeteras, para poder prepararse cafés e infusiones en sus respectivas habitaciones. Al optar los clientes estar acompañados en sus momentos de relax y descanso con un té o una infusión más que de una copa.

En definitiva, el minibar sigue ocupando un importante lugar al venir siendo compañero de los clientes de las habitaciones de hotel desde hace unos cuarenta años. Es cierto que el precio es elevado, pero también es verdad que el servicio es insitu cómodo, rápido y variado. También cumple con el objetivo de los hoteleros de ofrecer a los clientes todo lo que necesiten en su habitación.

Especialistas en Proyectos de Interiorismo Hotelero



www.pf1interiorismo.com

Consultas: info@pf1interiorismo.com
T +34 981 979 284

El éxito de la innovación es la suma de pequeñas mejoras

Todos los días leemos, escuchamos y vemos en los medios de comunicación declaraciones pomposas sobre la fórmula mágica del I+D+I que se van añadiendo a medida que se populariza la economía sostenible cómo una suerte recién nacida.

Domenec Biosca Vidal Presidente Educatur.



Quizá trasladando a la opinión pública la sensación de que el éxito de la nueva economía radica en importantes inversiones en la gran innovación, madre de los grandes inventos.

Con esta reflexión obviamente no voy a negar la importancia de las dotaciones para la investigación; lo que sí quiero es popularizar a través de mis conferencias, seminarios, reuniones empresariales, artículos, libros y apariciones en los medios de comunicación "La Importancia de las pequeñas mejoras" que aportan a mayor velocidad con alta competitividad, mejores niveles de orientación relacional con los clientes, novedosos y útiles servicios a los clientes que ayudan como se ha hecho siempre a convertir a las empresas frente a los clientes en "La Mejor" por ser percibida como "Única y distinta".

Las empresas hoteleras y sus directivos llevan más de cincuenta años invirtiendo en "La Cadena de Innovaciones" pequeñas y medianas de forma constante, año tras año para poder seguir siendo la mejor oferta hotelera en el mix calidad-precio en el competitivo y, en consecuencia complejo mercado hotelero de oferta global y mediática. Para facilitar al lector las veinticinco últimas innovaciones que hemos puesto en marcha entre nuestros clientes se las concreto en forma de cuestionario para que pueda auto-chequear y así averiguar

a cuantas mejoras se ha apuntado para asegurarse el éxito sostenido que ahora,

como si fuera un juego de manos, aparece como la nueva economía sostenible:

Los clientes opinan	SI	NO
Ha desarrollado la Formación oportuna para conseguir reconvertir a sus Directores de hotel del plácido mercado de demanda en unos proactivos "Líderes en ventas" y de la Rentabilidad?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para conseguir reconvertir a sus antiguos jefes de departamento en unos Líderes de equipo?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para conseguir la reconversión de sus empleados en unos Verdaderos anfitriones 5*- Vendedores - Proactivos - Polivalentes para poder hacer más con menos y conseguir la total satisfacción de los clientes para fidelizarlos y convertirlos en recomendadores?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para conseguir doblar las ventas internas para satisfacer a los clientes, incrementando la aportación al margen y la tesorería inmediata y segura?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para conseguir incrementar las ocupaciones y los precios medios diversificando las acciones comerciales?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para conseguir hacer más con menos bajando los costes sin afectar la atención a los clientes?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para conseguir asegurar la Fidelización de los clientes en esta economía de guerra de costes?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para desarrollar los treinta y tres atractivos para atraer clientes consumidores a un hotel para conseguir ser únicos y distintos?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para poder aplicar de forma excelente "Los cien detalles gratuitos para ser los mejores y sorprender a los clientes"?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para conseguir que "Todos los empleados apliquen desarrollar las 25 conductas de un verdadero anfitrión" para satisfacer y sorprender a los clientes y provocando su fidelización?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para reconvertir "Los Mostradores en puntos de venta fijos y móviles"?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para aplicar las reglas del éxito de las ventas del Room Service?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para aplicar las diez reglas para convertir La recepción en la "boutique de la felicidad" orientada a la venta?		

¿Ha desarrollado la Formación oportuna para aplicar los diecinueve motivos para hacer sentir a los empleados el orgullo de pertenecer a su empresa reduciendo la rotación?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para aplicar los doce motores de la Ilusión para ir a vender cada día en lugar de ir a trabajar una vez ya reconvertidos los empleados en verdaderos Anfitriones- Vendedores?		
¿Ha desarrollado la Formación oportuna para aplicar los 10 factores del éxito del trabajo en equipo con eficacia y armonía?		

Le deseo que su auto-examen le sirva para que el actual complejo mercado de oferta le de muchas oportunidades para demostrarse que es el líder de los cambios por sus convicciones por su sentido común y por su inteligencia emocional.

Todas ellas puestas al día, le ayudarán a "creer que el éxito de su empresa depende de la "cadena diaria de pequeñas mejoras-innovaciones" y que la formación constante, positiva e inteligente es la gran oportunidad para visualizar "lo que está y seguirá pasando" y en consecuencia, cambiar la mentalidad de cobrar por trabajar a la que lo único que nos paga el sueldo son las ventas.

Le recomiendo que huya de los gurús del miedo, excusas y cazadores de culpables y se orienten a las siete "P" para domar al éxito con:

*Pasión en el esfuerzo.
Presión en la excelencia.
Precisión en la calidad.
Personalización en las relaciones.
Profesionalización en el rigor económico.
Puntualidad con los compromisos
Polivalencia en las soluciones.*

Ojalá esta reflexión le sea útil y a los miembros de su equipo porque compartiéndola estará construyendo "Su partitura común" que le facilitará "Las conductas transversales compartidas".

HR comienza a editar la revista de Directores de Hotel

Hostelería & Restauración, HR, y la Asociación Española de Directores de Hotel han llegado a un acuerdo para editar la revista AEDH. Esta se presentará en FITUR y contará con la colaboración de prestigiosos profesionales como Domenec Biosca, Fernando Gallardo y Manuel Vegas.

AEDH recogerá artículos de opinión, reportajes de actualidad y todas las actividades que ha organizado la Asociación Española de Directores de Hotel.

La revista AEDH también estará abierta a los profesionales y firmas comerciales del sector a los que les invitamos a participar activamente en ella.

Nos pueden contactar a través de ediciones@hidalsa.com , todas las redes sociales y el teléfono: (+34) 91 510 27 28.



Grupo Limpex

Limpieza en seco de moquetas y alfombras
Sin agua ni espuma
Sin tiempos de secado

Más higiénico y saludable que otros sistemas
Inversión rentable
Limpieza en seco de tapicerías

Grupo Limpex
Tel.: 639 558 832 - 609 034 244
mail: info@grupolimpex.es

Grupo Limpex
Servicios de Limpieza y Mantenimiento

Resuinsa sostenibilidad, innovación y diseño

Resuinsa, con más de 40 años a sus espaldas, trabaja día a día en tres ámbitos fundamentales para la Hostelería: sostenibilidad, innovación y diseño.

Resuinsa, compañía internacional valenciana, que se ha consolidado sobre estos pilares, viste establecimientos de los cinco continentes, distribuidos en 115 países a través de sus más de 8.000 clientes. Todo ello ofreciendo la mejor calidad de sus productos para que sean aptos en los lavados industriales.

Vanguardia tecnológica en el sector textil

El sector hospitality es cada vez más exigente, avanza de forma rápida y requiere de compañías, como **Resuinsa**, que apuesten por la investigación en los productos textiles. Así, **Resuinsa** es pionera en los llamados textiles inteligentes, que integran el sistema RFID, tras implantarlos en 2014; una innovación que presenta múltiples facilidades en su uso, al permitir, entre otras ventajas, digitalizar la gestión de estos artículos, controlar la trazabilidad de las prendas, conocer cuántos lavados acumulan y saber dónde se encuentran en cada momento.

Hay que destacar que los textiles deben estar acompañados con la certificación correspondiente.

Resuinsa es la única empresa que cuenta con el certificado '*Textiles aptos para lavados industriales*', con lo que sus textiles tecnológicos están preparados para soportar estos procesos tan agresivos. Incluso, el control de calidad de los artículos también se desarrolla en sus propios laboratorios y con entidades de prestigio como el Instituto Tecnológico Textil (AITEK) con quien colabora estrechamente.

El valor de la sostenibilidad

Resuinsa es un ejemplo de todo lo que se está desarrollando en el terreno de la sostenibilidad en Hostelería, al desarrollar una apuesta que lleva tiempo poniéndola en práctica en materia de reciclaje y políticas medioambien-



tales. Además, en los últimos meses ha comenzado a *reducir el plástico derivado del sistema de embalaje* de las prendas, con una reducción hasta el momento de 7,2 toneladas de este material, superando todas las expecta-

tivas. La previsión es que los clientes de **Resuinsa**, que han aceptado satisfactoriamente esta importante medida, reduzcan en un 60% el uso anual de plásticos, pasando de unas 37,5 toneladas a 14,5.



Las empresas deben garantizar mediante certificados estas políticas de sostenibilidad. Por ello, **Resuinsa** fue la primera en Hostelería en obtener el prestigioso *certificado STeP*, que acredita, entre otros aspectos, la producción sostenible. Este avala, a través de la asociación OEKO-TEX®, la compati-

bilidad a nivel internacional de criterios estandarizados que continuamente se evalúan y auditan íntegramente. En este sentido, permite un análisis exhaustivo y fiable del alcance de sostenibilidad en seis áreas: gestión de productos químicos; protección del medio ambiente; gestión ambiental; salud y seguridad; responsabilidad social, y calidad.

Esto le diferencia de otros certificados que, en su mayoría, exclusivamente tienen en cuenta ciertos aspectos individuales de la sostenibilidad.

Asimismo, **Resuinsa** lleva renovando de forma consecutiva desde hace más de 20 años el *certificado Oeko-Tex Standard 100*, que cuenta con un apartado que asegura la ausencia de productos químicos y sustancias nocivas para la salud en todos sus artículos textiles, más allá de los requisitos legales estipulados por las leyes.

También dispone del certificado GOTS, sello internacional que avala la sostenibilidad en el sector textil. Se trata de una de las principales normas en el mundo que certifica, de forma independiente, que el algodón con el que se trabaja tiene su origen en la agricultura orgánica/ecológica. Además, la compañía valenciana ha conseguido el certificado *Made in Green by Oeko-TEX®*, una etiqueta que garantiza que los productos

sean seguros en términos de ecología humana y producidos de manera sostenible y socialmente responsable.

Diseños únicos para crear experiencias

El diseño de los textiles resulta fundamental para que el cliente obtenga la impresión de haber vivido momentos únicos en un establecimiento. La tendencia de la personalización en el sector hospitality ayuda a crear ambientes únicos en los que todos los elementos conviven de forma coherente.

En este sentido, elegancia, calidez, personalización y confort son las premisas bajo las que trabaja el servicio 'Atelier' de **Resuinsa by Carmela Martí**, que ofrece la personalización y el desarrollo de textiles que potencian la singularidad e identidad de un hotel o restaurante con un equipo de interioristas y diseñadores.



Resuinsa

Telf.: (+34) 96 391 68 05

www.resuinsa.com

resuinsa@resuinsa.com



La cualificación profesional y externalización problemas del Departamento

El Departamento de Pisos es esencial en cualquier establecimiento hotelero independientemente de su categoría y tipología. Tres grandes gobernantas coinciden en la importancia que la metodología de trabajo ha de girar alrededor de los clientes ofreciéndoles un servicio de calidad.



Lorena Moreno.



Alicia Castro.



Concha Valera.

Hemos elegido tres reconocidas gobernantas, de hoteles madrileños y miembros de ASEGO, para repasar desde tres puntos de vista diferentes, en función de su tipología de Hotel, la actualidad del Departamento de Pisos. De esta forma, Lorena Moreno, presidenta de ASEGO y gobernanta del Hotel Madrid Marriott Auditorium, representa los hoteles MICE; Concha Valera, del Hotel Claridge, los de carácter urbano; y Alicia Castro del Hotel The Principal Madrid; los establecimientos de lujo.

¿Nos puede describir las características de su hotel?

Lorena Moreno (Hotel Madrid Marriott Auditorium): Trabajo en un hotel único de 869 habitaciones, con 56 salones de reuniones, un auditorio para 2000 personas, 1000 plazas de aparcamiento y 36 plazas para autobuses. Posee unas instalaciones actualizadas y un equipo humano de primera del que aprendo diariamente y del que me siento afortunada de pertenecer.

Concha Valera (Hotel Claridge): El Claridge es un hotel céntrico funcional y de cuatro estrellas. Ofrece unos servicios e instalaciones personalizados enfocados al turismo y a los negocios, para ello cuenta con salas de conferencias y business center excepcionales. También está concebido para clientes que buscan disfrutar de sus habitaciones e instalaciones deportivas.

Cuidamos al máximo todos los componentes del hotel desde los colchones

y sábanas de las habitaciones hasta los desayunos de calidad en el buffet teniendo en cuenta a celíacos, intolerantes y alérgicos.

El Claridge apuesta por la sostenibilidad siendo el primer hotel en instalar un equipo de microgeneración que permite obtener luz para nuestro propio consumo logrando importantes ahorros energéticos. Somos el primer hotel de España que utiliza geotermia para calentar el ACS, por ello nos han distinguido en los premios Asprima a la iniciativa

innovadora en rehabilitación energética de edificios.

Alicia Castro (Hotel The Principal Madrid) El hotel es un establecimiento de lujo ubicado en el centro de Madrid. Es un oasis de calma, elegancia y buen gusto. Está diseñado por la propietaria Pilar García Nieto. Tan solo cruzar las puertas del lobby se puede sentir la esencia de un lugar cuya personalidad se transmite en cada rincón y donde las vistas más impresionantes de Madrid se asoman por la ventana, dotando a cada espacio un ambiente auténtico y único.

Somos un equipo con la misión de crear una experiencia hecha a medida. Un lugar donde el protagonista siempre es el cliente y donde el objetivo es atender sus gustos y preferencias para hacer de cada estancia una experiencia memorable, diferente y exclusiva.

Tenemos una propuesta gastronómica natural e informal del chef Ramón Freixa,

Vocalías Galicia

La Vocalía de ASEGO en Galicia ha organizado el 4 de septiembre en Hotel Santiago Apóstol de Santiago de Compostela una jornada de trabajo en la que ha desarrollado el perfil de la Gobernanta y los valores que ha de tener un buen líder para llevar a un equipo. Entre las asisten-



tes se encontraban Ana María Dobaño, Secretaria General de ASEGO, y María Maroño, Vocal de ASEGO de Galicia.

Madrid

Las asociaciones con el nuevo Director de Turismo

Las asociaciones profesionales de Hostelería, entre ellas la Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO, la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid, ACYRE Madrid, y la Asociación Española de Directores de Hotel, A>EDH, han asistido a la toma de posesión de los altos cargos de la



Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid. Entre ellos el del Director General de Turismo, José Ramón Castiñeira Sobrido.

que invita a descubrir sabores mediterráneos innovadores y atrevidos.

¿En que consiste su forma de trabajar y metodología de trabajo?

L.M. Llevo varios años aplicando con éxito los siguientes valores a la hora de trabajar: humildad, concentración y sonrisa.

Humildad para reconocer errores, para analizar qué cosas podemos hacer mejor, para reconocer que tenemos que seguir formándonos porque si no caducamos.

Concentración en el cliente, en lo que necesita y sobre todo en el equipo. Al final, las camareras de pisos son las que tienen el contacto directo con el cliente y son quienes transmiten el ambiente que se respira en el departamento. Nunca hay que olvidar que trabajamos para hacer felices a los demás.

La sonrisa, ese lenguaje internacional. Para que el personal sonría hay que hacerle cosquillas. Tenemos que fomentar dar la mejor versión de nosotros mismos y valorar las fortalezas y trabajar en las áreas de mejora.

Trabajar en este hotel me ha ayudado a empoderarme y pensar en grande. Con organización, planificación e indicando al personal que es lo que quieres y cómo quieres las cosas, consigues buenos resultados.

C.V.: Mi función principal es marcar unas pautas, establecer unos estándares de calidad y limpieza. Además de dirigir, controlar y presupuestar los gastos del departamento e interactuar con la recepción.

A.C.: el centrarnos en ofrecer una experiencia exclusiva al cliente nos obliga a cambiar la forma y metodología de trabajo diariamente. Las gobernantas tenemos una premisa, el confort de los clientes en todas las estancias del establecimiento, por esto tenemos que supervisar la limpieza, iluminación y el ambiente. Sobre esta base actuamos con las camareras de pisos, utilizando siempre un listado de nombres para dirigimos a nuestros huéspedes personalizando y haciendo "importante" a cada uno de ellos. "Se ha de mimar al cliente"

¿Cuáles son las principales carencias y virtudes de la

Hostelería, especialmente del Departamento de Pisos?

L.M. Trabajar en hoteles es apasionante. No hay ningún día igual.

En general, faltan profesionales. Tenemos que trabajar para que los jóvenes vean el departamento de Pisos como un lugar donde desarrollarse profesionalmente. Tenemos que exigir que las gobernantas sean un personal cualificado y con una determinada trayectoria porque el intrusismo que hemos y seguimos viviendo sigue haciendo mella.

C.V. La principal carencia de la Hostelería y del departamento de pisos es la falta de profesionales cualificados, creo que hemos acabado siendo el sector refugio, especialmente durante la crisis. Es imprescindible la formación a todos los niveles.

Respecto a las virtudes, la movilidad y polivalencia son la clave de un buen profesional.

A.C.: Nuestra principal carencia tanto en Hostelería como en nuestro departamento, es el personal cualificado. La rotación y la escasez de medios hace difícil mantener el nivel exigido.



ELIMINE LOS MALOS OLORES EN HABITACIONES DE HOTEL CON OZONO

- Con nuestros Generadores de Ozono eliminara el 100 % de malos olores
 - Sea cual sea la procedencia (TABACO, HUMEDAD, ...)
 - Elimina virus, bacterias, hongos y ácaros
 - Le entregamos certificación de "Habitación anti-alérgica" y de "Hotel Saludable"
- ### **TOTALMENTE GRATUITOS**

10 DÍAS DE PRUEBA GRATUITA

NECEN OZONO, S.L.

www.maquinasdeoazono.es

Tel. 932.433.200 comercial@necen.es



En cambio nuestras mayores virtudes son la pasión por el servicio, del saber hacer y la inquietud de mejorar cada día.

¿Qué características y cualificación profesional ha de reunir una gobernanta, subgobernanta y camarera de pisos?

L.M. Trabajar con y para personas requiere habilidades que sólo se consigue con formación continua. Un jefe de departamento tiene que estar formado y ser formador.

C.V. En el departamento de pisos es importante ser organizados, resolutivos, saber trabajar bajo presión, tener un alto nivel de exigencia y sobre todo enfocar nuestros esfuerzos al cliente.

A.C.: Una persona está cualificada cuando en el desarrollo de su trabajo obtiene unos resultados al nivel demandado por el sistema productivo, es decir obtiene los resultados esperados, con los recursos y el nivel de calidad debido. La competitividad de una persona abarca la gama completa de sus conocimientos y sus capacidades en el ámbito personal, profesional o académico, adquiridas por diferentes vías y en todos los niveles, del básico al más elevado.

¿Qué opina de la externalización de servicios y del renting?

L.M. Estoy a favor de la externalización de servicios pero no de la externalización de personas y menos, en los términos que se ha hecho. Externalizar servicios de lavandería, tintorería, limpieza de moqueta, floristería/jardinería, soluciones verticales, entre otros, ha sido y sigue siendo una ayuda. Además por espacio, no todos los hoteles, por ejemplo, pueden gestionar una lavandería propia.

Con la externalización de las personas que forman los equipos de pisos se pierde dominio de negocio y ese sentido de pertenencia que tiene una persona contratada directamente con el hotel. Si la dirección decide tener externalizado el personal con una empresa de limpieza, qué menos velar por la calidad laboral de las personas que vienen a prestar servicio por que al final externas o no, el consumidor final es nuestro cliente.

C.V. Para un establecimiento hotelero la decisión de externalizar algunos servicios es cada vez más habitual.

Los pros de externalizar son principalmente la reducción de costes fijos y la obtención de un determinado nivel de calidad, que debe ser controlada en el desempeño de una labor especializada. Sin embargo, se deben analizar todos los aspectos relacionados para confirmar que además de un ahorro de costes se sigue ofreciendo un buen servicio.

El hotel debe tener la seguridad de que la empresa externa cumple sus obligaciones y no es un riesgo para la calidad del servicio ni para la imagen del establecimiento, porque todo lo positivo de esta externalización se puede volver en contra.

A.C.: Desde hace años ha existido la externalización en algunos servicios como limpiezas de zonas, acristalamiento, pulimientos y moquetas por ejemplo. Los recursos de algunos establecimientos no son los adecuados para realizar dichos trabajos al suponer mayor inversión en inmovilizado (maquinaria, químicos especiales y profesionales).

En un hotel el "core business", su producto principal, son las habitaciones. La entrega de este departamento a una empresa externa supone la pérdida del control sobre el producto más importante que vende el hotel. A ello se le ha de sumar la pérdida de los valores del hotel y la pérdida de imagen que cada establecimiento desea ofrecer.

Las gobernantas de los hoteles, como jefe de sección, están haciendo verdaderos esfuerzos para conservar la esencia de nuestro departamento y la calidad que se ofrece a los clientes. Realmente supone un gran reto por el cambio continuo de personal, las condiciones laborales que se ofertan y la falta de formación mínima que se necesita.

El renting tiene sus ventajas e inconvenientes dentro de la calidad que quiere ofrecer un hotel, debe valorarlo. Desde hace años nuestro departamento utiliza este sistema para la lencería plana y rizo del hotel.

Debemos mejorar nuestra gestión, pero sin perder nuestra profesión. Confundiendo en el progreso de la Hostelería.

Respecto a las nuevas tecnologías y sistemas de limpieza. ¿Cuáles han sido sus últimas incorporaciones?

L.M. Hemos incorporado dispositivos en el equipo de supervisión para que

Celebración de Santa Marta



El 29 de julio con motivo de la festividad de Santa Marta, patrona de Hostelería, se ha celebrado una misa en Gran Canaria con representación de ASEGO a las que han asistido numerosas asociadas entre ellas la vocal Ciona Rodríguez.

También la Vocalía de ASEGO en la Comunidad Valenciana se ha reunido para celebrar la Patrona.

las averías y peticiones de clientes se vuelquen directamente en el sistema.

C.V.: Las nuevas tecnologías y sistemas de limpieza nos facilitan el trabajo. Maquinaria y productos más respetuosos con el medio ambiente. Productos que minimizan el riesgo de las sustancias corrosivas y reducen los tiempos de limpieza. Mejoran la productividad y por supuesto la eficiencia. Todo son beneficios.

A.C. Los hoteles deben seguir ciertas normas de limpieza básicas sin importar su categoría, tamaño ni ubicación. Las normas no sólo incluyen qué y cómo se debe limpiar, sino también los materiales especialmente fabricados para desinfectar y evitar la acumulación de polvo. Me preocupo por conocer los nuevos sistemas, pero dependiendo del hotel y los materiales, podremos utilizar lo nuevo o quedarnos con lo que sabemos que funciona.

Evidentemente los sistemas y químicos que utilizamos a diario, han mejorado inmensamente en relación calidad/precio, en las etiquetas Eco, en los formatos concentrados y en su rendimiento.

También los consumibles han avanzado en su tecnología, haciendo la tarea diaria más productiva sin necesidad de tener un gran almacén de productos.



Hygienalia
+ **PULIRE**



GET MOVING

12 | 13 | 14 noviembre 2019

Recinto Ferial Casa de Campo · Madrid

www.hygienalia-pulire.com

Contacto: hygienalia-pulire@au-de-events.com

#hygienalia2019

 Hygienalia + Pulire |  @hygienalia

Organiza



Promotor



ASFEL
Asociación de Fabricantes Españoles
de Productos de Limpieza e Higiene

Lavanderías industriales, un servicio con compromiso

La externalización de servicios de lavandería es fundamental hacerlo en una empresa de confianza capaz de solucionar sus necesidades de limpieza, de forma eficaz y eficiente. Al ser el apartado textil del hotel una de las imágenes del establecimiento.

Alba Irigoyen – Fotografías Electrolux Professional



Las empresas especializadas en tratar prendas industriales tienen la responsabilidad de ofrecer un servicio de calidad, ya que de ello dependerá la valoración del cliente o usuario final. Además de la calidad, deben demostrar la capacidad de mantener una alta productividad para conseguir la satisfacción de los clientes. Pero también entran en juego otros valores como la personalización, que jugará un papel importante en la diferenciación de la empresa que ofrece un servicio de lavandería industrial.

El valor de la especialización

Existen empresas especializadas en el tratamiento de prendas industriales, como uniformes corporativos, batas, uniformes, ropa de hostelería y hospitalares, alfombras o cortinas, entre otros. Son prendas que requieren tratamientos de limpieza específicos, según los requisitos del lugar donde se utilicen, el tipo de ropa y otros factores. La evolución de una empresa de lavandería está ligada a la diversificación de servicios y a la inversión en I+D, para ofrecer soluciones rentables e innovadoras.

El objetivo de las empresas especializadas es liberar a sus clientes de la gestión ajena, de modo que puedan poner toda la atención en su actividad principal.

El servicio de lavandería

El servicio de lavandería comprende la recogida y entrega de prendas en el centro cliente. Con lo que este se ahorra el transporte, el lavado, el secado, el planchado, el doblado y la clasificación de cada prenda. La mayoría de las empresas de lavandería disponen de una amplia superficie, facilitando destinar parte de esta al almacenamiento de las prendas y suponiendo una ventaja para los clientes, al poder ahorrarse este espacio. El sistema es personalizado permite controlar y

registrar el número de lavados al que se somete cada una de las prendas, lo que permite valorar el estado, la amortización y la vida útil de cada una de ellas. También se tienen en cuenta las características de cada prenda (color y tejido) así como el grado de suciedad, para ajustar el tipo de programa, de modo que sea respetuoso con las fibras. Pero el servicio de las empresas de lavandería va más allá al ofrecer una amplia gama de servicios añadidos consistentes en:

Lavado y planchado de batas y uniformes de trabajo.

Renting de uniformes de trabajo.

Lavado y planchado de sábanas y ropa de hoteles, residencias, clínicas y hospitales.

Lavado y renting de alfombras y mopas.

Lavado y planchado de cortinas.

Lavado y planchado de mantelería para restauración.

¿Por qué el renting de vestuario laboral o alfombras?

Existen casos de empresas que no pueden correr con el gasto de hacer una inversión inicial en vestuario o ropa para hotel. Es aquí donde algunas lavanderías y empresas de renting aportan un valor añadido en sus servicios. Su objetivo es facilitar el día a día de las empresas clientes, que no se tengan que preocupar, por ejemplo, de si las prendas están listas para emprender una nueva jornada o, bien, si hace falta reparar o sustituir una prenda. Este tipo de detalles son los que conducen el servicio a la excelencia.

La diferencia está en la personalización

Cuando un cliente confía en el servicio ofrecido por una de estas



empresas basa sus expectativas en la calidad. Pero la capacidad de la firma para ofrecer un servicio personalizado va a reforzar el vínculo de confianza que el cliente deposita en el proveedor. En el caso de las lavanderías más todavía, al tratarse de un tipo de prendas que son la imagen corporativa del cliente o usuarios de ese servicio de Hostelería, por ejemplo. Se trata de la

primera impresión, pero también de la higiene y seguridad. Esto implica tratar las prendas con el máximo cuidado, protegerlas. Con esto también se consigue reducir la velocidad de rotación de las prendas y alargar su vida útil. Además, se promueve la sostenibilidad y se contribuye a reducir gastos por reemplazo. Incluso algunas empresas refuerzan este apartado,

al ofrecer un servicio de costura de determinadas prendas para mantenerlas en perfecto estado, ya sea cosiendo botones, arreglando cremalleras y remendando roturas.

Contar con instalaciones propias facilita el servicio personalizado al aplicar un sistema de identificación de prendas desde el inicio del contrato del servicio a petición del cliente, con lo que los empleados saben que siempre van a disponer de la misma prenda, importante en el caso de los uniformes. Este sistema también

permite hacer un seguimiento de la trazabilidad. Durante todo el proceso se registra el volumen de ropa tratada por cliente, a quien se le presenta el correspondiente registro en el momento de la entrega. Tener en cuenta las frecuencias y requisitos del cliente final facilita la planificación, con lo que se optimizan los servicios y ambas partes salen ganando.



Sistema de Lavado All Wet.

El sistema de lavado más rentable para Wet Cleaning.

All Wet es un un paquete de soluciones creado por Girbau y Bufa para conseguir el máximo rendimiento y optimización del proceso de Wet Cleaning, garantizando el mejor cuidado de la ropa, tanto para su personal como para sus clientes.

Solución todo en uno. Equipos, programas, productos químicos, procesos de trabajo.



LA SOLUCIÓN DE LAVADO
MÁS RENTABLE PARA
HOTELES Y CADENAS HOTELERAS

“La calidad, nuestra máxima expresión”

A. Ouarbya, Director General de Lavanderías Asfam, apuesta por ofrecer la máxima calidad de servicio, tanto en la ropa utilizada y personalizada para cada establecimiento como en la atención personal a los clientes.



esta actividad, acompañado de una buena gestión y esfuerzo, puede aportarnos oportunidades de crecer en el mundo empresarial. Mi sueño siempre ha sido tener mi propia empresa. Así que, teniendo un know How de base, me quedaba la barrera de conseguir la maquinaria, entonces como cualquier joven emprendedor tuve que acudir a la financiación bancaria para empezar el negocio.

¿Cuándo se decidió y que le impulsó hacerlo?

En los noventa empezó el boom de las lavanderías, la creciente demanda relacionada con el auge de la Hostelería en Madrid me impulsó a plantearme montar una lavandería industrial. En 1999 empecé

con una lavandería pequeña y familiar, entonces nos dedicábamos a procesar exclusivamente mantelería de restaurantes.

¿Describanos su lavandería?

En la lavandería, de 1.000 m² de superficie, procesamos más de diez toneladas de media diaria, con una capacidad superior a 1.000 /kg hora. Contamos con un túnel de lavado, 2 líneas de planchado para ropa plana y 2 plegadoras de felpa, además de secadoras y lavadoras de gran capacidad, varias enfajadoras, entre otros equipos.

¿Cómentenos su evolución de negocio?

En los casi 20 años que llevamos nuestra lavandería ha tenido un crecimiento constante a lo largo de este tiempo. Empezamos procesando mantelería de restaurantes con una media de 400 kg/diarios. En el primer año la incorporación de nuevos clientes nos empujó a cambiar de instalaciones, en la nueva lavandería llegamos a procesar unos 2.000 kg/diarios obligándonos de nuevo a cambiar de local para poder atender la continua incorporación de restaurantes.

En 2007 estando en el tercer local, fue cuando nos planteamos empezar en el segmento hotelero, esta nueva línea de negocio incrementó nuestro volumen de forma considerable. Haciéndonos cambiar de instalaciones y nos mudamos a la sede actual de Daganzo, dónde procesamos diez toneladas diarias.



¿Coméntenos su vinculación y trayectoria con la lavandería y Hostelería?

Como hijo de una Gobernanta General y un Director de hotel siempre he tenido relación con la Hostelería. Mi madre fue la que me indujo a vincularme a la lavandería.

En las escuelas de Hostelería, la lavandería es una parte esencial en la formación de una gobernanta.

¿Qué motivos le indujeron a abrir una lavandería?

España es un país de servicios, cualquier negocio relacionado con



Es la mejor forma para que el cliente sea consciente del costo que le supone la lavandería en su ratio por habitación, al ser una de las partidas de mayor gasto para los hoteles.

¿En qué se diferencia Lavandería

¿Qué servicios ofrece a Hostelería?

A parte del servicio de lavandería industrial de recogida de ropa sucia y entrega de limpia, ofrecemos Renting de lencería adecuado a las necesidades particulares de hoteles y restaurantes, siendo la base fundamental de nuestro modelo de negocio. De hecho, toda nuestra cartera de clientes se beneficia de las ventajas del renting de lencería.

Asfam de sus competidores?

Nuestra forma de trabajar. Con un buen stock de ropa (5 juegos de sábanas para las camas) y un control constante haciendo recuentos frecuentes en las instalaciones del cliente para reponer las mermas que suelen sufrir los materiales textiles y por tanto evitar su rotura. Hacemos que el cliente se despreocupe totalmente de la ropa y se dedique 100% a atender las necesidades de su establecimiento.

Entendemos que la única forma de bajar el nivel de incidencias es dar un servicio de calidad. De forma que cuando ocurran las podamos atajar en un intervalo de tiempo no superior a dos horas. Un hotel es un flujo constante de huéspedes con un servicio de 365 días al año, por lo tanto la atención y la respuesta inmediata a las complicaciones que puedan surgir es un pilar fundamental de nuestra manera de entender la lavandería.

¿Qué objetivos y proyectos tiene Lavandería Asfam?

Crecimiento y expansión, siendo fieles a nuestra política de estos veinte años. Es la única manera de no quedarse fuera del mercado.

Deseamos duplicar nuestra capacidad de producción de aquí a 5 años, es el objetivo que nos hemos marcado. Nuestra idea es invertir en todas las herramientas de marketing para damos a conocer más en el sector hotelero e incrementar nuestro volumen de clientes.



UNA MANERA DIFERENTE DE ENTENDER EL RENTING

“La Conserjería se está modernizando”

David Veguillas, Jefe de Conserjería de Gran Hotel Inglés, es un conserje con gran proyección y perfecto conocedor de la profesión, de la que destaca su alto nivel de servicio.

¿Nos puede comentar su trayectoria profesional?

Tras estudiar Historia e Historia del Arte y trabajar para formarme de cara al público y el mundo turístico, me trasladé en 2012 a Londres para mejorar mi nivel de inglés y conocer otra forma de vida.

Fue allí, en Londres, dónde descubrí la Hotelería de lujo al trabajar como Conserje para Como Hotels & Resorts cinco años.

En 2017 tras viajar por Asia regrese a España. Al poco tiempo tuve la fortuna de pasar a formar parte, como Jefe de Conserjería, del Gran Hotel Inglés durante su preapertura.

¿Por qué motivos se ha inclinado por la Conserjería?

Esta profesión es ella quien te elige no tu a ella. Te enamora, te cautiva, te atrapa y consigue que **no te plantees** tu vida sin tu dosis diaria de retos.

Llegué a la Conserjería de casualidad, pero tras mi primer día vi que encajaba como un guante con todas mis inquietudes. Es una profesión donde se unen el mundo del arte, la gastronomía, la historia, la psicología, las habilidades sociales y en la que predomina el carácter resolutivo. También ser conserje aporta un concepto de servicio del más alto nivel, consecuencia directa de nuestra inteligencia emocional.

La Conserjería es entender las necesidades del cliente y adaptarse a ellas, escuchar de forma activa y marcar la diferencia para sorprender a los que ya lo tienen todo.

¿Existen diferencias entre la Conserjería en Inglaterra y en España?

Desgraciadamente para nosotros sí, aún existen notables diferencias entre ambos países. Aunque he de reconocer la labor que está desempeñando Las Llaves de Oro Españolas para conseguir

reducir ese salto de reputación que existe en nuestra profesión comparado con otros países europeos.

Me gustaría animar a las cadenas hoteleras y a los Directores Generales que apuesten por nuestra figura, que apuesten por un concepto de personalización y mayor profesionalización del sector. Veo un error mayúsculo que la misma persona que realiza un *check in*, por ejemplo, sea también la que desempeña nuestra labor, no por desmerecer a nuestros compañeros sino por dar un salto en la calidad del servicio en nuestro país.

Para hacernos una idea de las diferencias entre Inglaterra y España, basta con decir que allí es impensable no disponer de la figura del Conserje en un hotel de cinco estrellas. Nuestra imagen está impregnada de peso y prestigio, aportando un sentido de elegancia muy británico al organigrama del hotel.

Por otro lado, Inglaterra y en especial Londres es uno de los tres centros neurálgicos más importantes del mundo. El perfil del cliente es de un nivel adquisitivo extremadamente alto, con una mezcla variada entre *business* y *leisure* y generalmente muy exigente. En mi caso veo cómo Madrid está mejorando sustancialmente, siendo un destino de lujo claramente en auge. Nuestra ciudad que tiene mucho que ofrecer a nivel cultural, gastronómico, negocios, compras, vivencias y sensaciones está despertando poco a poco pudiendo llegar a ser un referente para el lujo. Está apareciendo una nueva corriente con dinámicas encaminadas a convertir Madrid en un espacio cosmopolita y muy atractivo.

Los nuevos modelos hoteleros nacionales deben apostar por las Conserjerías como elementos fundamentales, solo así se conseguirá que la ciudad se asiente como referente del turismo de lujo internacional.

Personalmente estoy entusiasmado con nuestro futuro más cercano.



¿Se puede considerar su cadena hotelera un ejemplo para otras en el tratamiento de la Conserjería?

Tengo la inmensa fortuna de que *Hidden Away Hotels* y Javier Polo, Director General de Gran Hotel Inglés, creen firmemente en la labor que desempeñamos desde Conserjería. Que una empresa de reciente creación y sin el músculo de una gran cadena apueste por nuestra figura es algo que me temo que aún no es la norma en nuestro país, por lo que les estoy muy agradecido y valoro su concepto del sector hotelero. Desde el primer momento nos hemos sentido pieza fundamental para conseguir ese objetivo infinito que es proporcionar el mejor servicio, una experiencia única e irrepetible, de guante blanco.

¿En qué distinguiría el Gran Hotel Inglés?

Gran Hotel Inglés fue el primer hotel de lujo cuando abrió sus puertas en 1886. Desde entonces muchas cosas han cambiado, pero *Hidden Away Hotels* ha querido recuperar el viejo esplendor de aquellos años dorados y devolver la institución al lugar que le corresponde. Con 48 habitaciones y espacios únicos, como el lobby bar *Lobbyto*, mimamos a nuestros huéspedes y personalizamos



su estancia hasta el mínimo detalle. Cada persona tiene unas características, unas necesidades específicas, y queremos que sientan lo importante que son cada uno de ellos para nosotros, esa es la clave. Lamento repetirme pero creo que la inteligencia emocional y la calidad humana de nuestro equipo es lo que marca la diferencia, y ahí está nuestro posicionamiento en portales como *TripAdvisor* que lo demuestra. Creemos que cada miembro de nuestro staff es ese gran valor añadido y adaptamos nuestro servicio para que al final el cliente se pueda sentir en casa.

¿Hacia dónde evoluciona la Conserjería?

Como muchas otras profesiones necesitamos adaptarnos a las nuevas tecnologías, y reitero adaptamos porque luchar contra el progreso creo que es completamente inútil. La Conserjería se está modernizando paulatinamente, pues la tecnología ayuda y complementa, aunque pienso que jamás podrá sustituir el toque humano que un Conserje puede ofrecer. Además, la información necesita ser filtrada y, sobre todo, individualizada, esto marca la diferencia entre una buena experiencia y otra que te cambie la vida. En base a nuestras aptitudes, podemos personalizar cualquier petición para que encaje con lo que nuestros huéspedes esperan, anticipando sus necesidades.

Tenemos que proteger nuestra labor y sentimos orgullosos de nuestra profesión, transmitir estos valores a los más jóvenes y que las altas esferas del sector comprendan el valor que añade la figura del Conserje a un hotel, el cual va mucho más allá del *revenue*. Soy optimista y estoy convencido de que si seguimos por este camino, no sólo posicionaremos nuestra profesión como indispensable sino que nos situaremos en el mismo escalafón que nuestros colegas europeos en cuanto a prestigio e importancia.

¿Qué les diría a los jóvenes estudiantes para que se inclinen por la Conserjería?

Lo más importante es el amor por la profesión, el cariño y la dedicación para que nuestros huéspedes puedan tener

una experiencia vital inolvidable, vivencias que cambien sus vidas o permanezcan siempre en el recuerdo. Si tienes esta vocación, solamente debes esforzarte en adquirir conocimientos y formarte de forma ininterrumpida. Es fundamental disfrutar de todo lo que tu ciudad puede ofrecer y vestir con orgullo el traje de Conserje.

Habilidades sociales, conocimientos culturales, curiosidad, perseverancia son algunas claves de nuestra profesión. También requiere una serie de aptitudes variadas y exige también entrenamiento, estudio y dedicación constantes. Sobre todo muchos recursos, al estar obligados a saberlo casi todo, cada día es un reto diario. Sin embargo, por muy formado que estés, si no eres capaz de escuchar activamente a los demás, comprender sus necesidades y adaptarte no podrás desempeñar este trabajo.

¿Coméntenos su vinculación con Las Llaves de Oro?

En Inglaterra realicé cursos como *Young Conserje* y pude asistir a eventos de *Les Clefs d'Or*, entrando paulatinamente en la Asociación y siendo consciente de su importancia. Al llegar a Madrid tuve la suerte de ser Conserje de Las Llaves de Oro y poder lucir con orgullo las llaves doradas en mi traje. Cuando conoces a sus miembros aprendes que, más que una asociación profesional, se trata de un grupo internacional de amigos que nos ayudamos para conseguir la mejor experiencia para nuestros huéspedes.

Que un huésped necesite asistencia en la otra punta del globo y podamos conseguirlo gracias a colegas de otros países es algo magnífico.

¿Haría alguna sugerencia a la Junta Directiva Nacional de Las Llaves de Oro Españolas?

No una sugerencia, sino un mensaje de ánimo y de gratitud. Creo que la labor de Las Llaves de Oro Españolas está siendo excelente e impecable. Tanto el presidente nacional, Ramón Lefort, como el vicepresidente Borja Martín, están realizando un trabajo exquisito e imprescindible.

La LVIII Asamblea Nacional en Girona

La Asociación Nacional de Conserjes de Hoteles Españoles, Las Llaves de Oro Españolas, celebrará del 27 al 30 de noviembre su LVIII Asamblea Nacional en el Hotel Carlemany de Girona. Se estima que asistan unos 100 conserjes procedentes de distintos puntos de España.

El programa contará con actividades lúdicas y sesiones de trabajo como la asamblea y encuentro de la Junta Directiva nacional.

Todavía el programa no está configurado totalmente, pero si podemos adelantar que:

Miércoles 27: Llegada de miembros de la Junta Nacional de Las Llaves de Oro Españolas.

Jueves 28: Llegada de resto de asambleístas.

Reunión de la Junta Nacional Master Class de Las Llaves de Oro Españolas y Simposio de Turismo en la Universidad de Girona (para el resto de asambleístas, estudiantes y profesionales de la zona).

Viernes 29: Asamblea Nacional por la mañana y almuerzo en el Hotel Carlemany con la asistencia de personalidades y directivos de instituciones y empresas catalanas.

Sábado 30: visita a pueblos medievales (Ullastret, Peratallada y Pals) y Cena de Gala en el Hotel Alábriga (5* GL).

Esta LVIII cuenta con la colaboración de la Casa de Cultura, Girona Convention Bureau, la Universidad de Girona y firmas comerciales catalanas.

¿Desea añadir algo más?

Daros las gracias, tanto por vuestro excelente trabajo por el sector como por permitirme hablar de la profesión y del Gran Hotel Inglés. Animo a todas las personas que no nos conozcan a que nos visiten, Estaré encantado de mostrarles toda la historia de este emblemático establecimiento.

Electrolux por la sostenibilidad



todo el mundo para el año 2030.

La base de Electrolux en Suecia ha presentado el Programa Better Living, un plan para hacer posible una vida mejor y más sostenible para los consumidores de

En este año de su centenario Electrolux mantiene un ambicioso objetivo que centra su atención en una mejor alimentación, un mejor cuidado de las prendas y un mejor entorno doméstico, la iniciativa amplía el alcance del compromiso de Electrolux con la sostenibilidad y permite a la empresa y sus marcas hacer una valiosa aportación a los principales retos globales.

Delikia crea un concurso

Delikia presenta el concurso "El sándwich más bueno del mundo" con el objetivo de identificar el emparedado más sabroso elaborado por estudiantes de los dos últimos cursos de Hostelería de España y recién titulados. Un jurado profesional, liderado por el chef Pepe Rodríguez, valorará la originalidad de la elaboración, la capacidad de poder trasladar la receta a un proceso estandarizado, la presentación del sándwich, la facilidad del manipulado durante la elaboración y el mantenimiento de las condiciones organolépticas con el paso del tiempo.

También hay importantes premios metálicos y el vencedor podrá realizar



prácticas en las instalaciones de Delikia en Madrid.

Los diez finalistas tendrán que realizar una demostración de sus propuestas en una gala final que tendrá lugar en el mes de noviembre.



Suntory Beverage eliminará el plástico

Suntory Beverage Food Europe (SBFE) ha definido su hoja de ruta para utilizar materiales totalmente reciclados o de origen vegetal

en todas sus botellas de plástico y alcanzar la ambición global de Suntory Group de que sus botellas de PET sean totalmente sostenibles en 2030. Todas las marcas de bebidas del Grupo comercializadas en Iberia, incluidas Schweppes, La Casera, TriNa, Sunny Delight y Joi, se fabricarán con envases de plástico sostenibles.

Nestlé amplía su programa de formación



Nestlé amplía su programa de formación para jóvenes en el área de

Foodservice a todo el mundo. Está englobada en la iniciativa "Nestlé needs YOUTH", el programa "Young Culinary Talents" (YOCUTA) que pretende apoyar a jóvenes talentos culinarios.

Este programa ya ha apoyado a más de 2.000 estudiantes en América Latina, región en la que se lanzó en 2015.

Nueva web de Carmela Martí



Carmela Martí Decoración, empresa experta en diseño e interiorismo textil, ha creado su nueva página web en la que muestra una imagen renovada y más visual para que se convierta en un auténtico escaparate de sus productos y servicios. También ha incluido un apartado en el que los clientes pueden descargar los catálogos en los que se muestran las últimas tendencias a nivel mundial.

A través de este nuevo portal, Carmela Martí muestra su entusiasmo por el interiorismo y la pasión con la que desarrollan todos y cada uno de sus proyectos. Así, el usuario puede acceder a algunos de ellos para conocer cómo trabaja la empresa.

Pulpo Pasión



Marisquería Oportño se ha alzado con el primer premio al mejor plato del pulpo del III Concurso Mejor Pulpo de Madrid. Este concurso se enmarca dentro de la IV edición de Pulpo Pasión, que se ha celebrado en 66 restaurantes de la Comunidad de Madrid.

El premio al Mejor Maridaje de Pulpo con Alba Martín ha sido para Vinolio, de Coslada.

El sabor, el punto de cocción del pulpo, la originalidad y la creatividad han sido los puntos que se ha basado el jurado para la puntuación. Este ha estado configurado por reconocidos profesionales como Juan Pozuelo.

La ruta gastronómica Pulpo Pasión está organizada por Nacho Sandoval Estrategias y Marketing y patrocinada por Bodega Martín Codax



DECORACIÓN DE NEGOCIOS

COSTAGROUP.NET

COSTAGROUP SRL VIA VALGRAVEGLIA ZAI 19020 RICCÓ DEL GOLFO (SP) ITALY T./F. +39 0187 769309/08 INFO@COSTAGROUP.NET
DELEGACIONES COMERCIALES EN ESPAÑA, ISLA BALEARES, CANARIAS Y PRINCIPADO DE ANDORRE; INFO@COSTAGROUP.NET // +39 348 6018784

Heineken amplía su portfolio

Heineken España ha lanzado al mercado en seis meses catorce nuevas variedades de cerveza y cider. Entre las novedades se encuentra la cerveza El Águila, que más de 100 años después de su nacimiento vuelve a elaborarse con una receta inspirada en sus orígenes y con dos variedades, una de ellas sin filtrar, recuperando los métodos de elaboración del siglo XX,

Los Maestros Cerveceros de Cruzcampo han creado una nueva gama de

cervezas tipo Ale compuesta por tres variedades: Cruzcampo APA (Andalusian Pale Ale), Cruzcampo IPA (India Pale Ale) y Cruzcampo Trigo.

Otras novedades son El Alcázar, cerveza especial, con cuerpo y sabor intenso, que se equilibra con el amargor ligeramente floral y cítrico del lúpulo; y 18/70 lager rubia con más cuerpo. También ha llegado a España la cerveza californiana Lagunitas, la IPA número uno de Estados Unidos; Little Sumpin' Sumpin' Ale y 12th of Never Ale.



En el segmento de cerveza artesanal destaca la alianza de Heineken con La Cibeles. Entre sus variedades figuran La Cibeles Rubia, Imperial IPA y Trigo.

Guinness ha sacado la Guinness Nitro IPA, una India Pale Ale a la que se añade nitrógeno para obtener un acabado suave y equilibrado, y Hop House 13.

Muebles buffets Guerrero Claude

El fabricante italiano Rocam, representado en España por Guerrero Claude, es un especialista en muebles de buffet modulares. Con líneas diferenciadas, pueden tener un diseño moderno o un estilo clásico.

Sus muebles de buffet ofrecen todas las configuraciones necesarias para presentaciones en frío, en caliente



o neutras. Cada mueble puede estar equipado con múltiples complementos como puertas, cajones y estantes para autoservicio. Puede elegirse entre las

numerosas tonalidades de madera laminada combinada con acero inoxidable para encajar en la decoración de las salas.

Cada pieza o módulo de buffet puede usarse de forma individual, como una isla, o creando un "freeflow" de autoservicio. El carácter modular aporta flexibilidad y versatilidad.

Nueva serie Chromica de Dekton

Cosentino presenta la nueva serie de colores Chromica de Dekton, compuesta inicialmente por los innovadores Baltic y Feroe. Ambas propuestas monocromáticas mate y de base oscura se han desarrollado en colaboración con el arquitecto y diseñador Daniel Germani, alineándose con las tendencias decorativas más vanguardistas.

El carácter y la intensidad que presentan el tono azulado de Baltic y el tono verdoso de Feroe favorecen



la creación de proyectos elegantes, sofisticados, armoniosos y llenos de personalidad. Inspirados en los colores de la naturaleza más recóndita y salvaje, Baltic y Feroe son sinónimo de fuerza y seguridad.

Minex de Zumex

La exprimidora Minex de Zumex, pequeña de tamaño, pero grande en



prestaciones y de fácil manejo, exhibe su potencia y estilo multicolor en espacios reducidos, convirtiéndola en una exprimidora ideal para ofrecer zumo en self-service.

Además esta exprimidora automática, que cuenta con la eficiencia y nanotecnología pionera Zumex ASP® antibacterias, permite servir el zumo de dos formas, directamente en el vaso o con una jarra integrada. Lleva incorporada una cubeta de residuos integrada.

La versatilidad y la explosión de color de Minex, ha llevado a Zumex a integrarla en la gama Chameleon Style.

Altro Ensemble



El sistema de suelo modular Altro Ensemble™ ofrece la sensación cálida de la madera, con 15db de atenuación acústica y un sencillo mantenimiento. Así como múltiples posibilidades estéticas para el diseño de interior gracias a su amplia paleta de colores y patrones geométricos.

Su condición modular, con cuatro tamaños diferentes, permite combinar distintos colores y modelos para crear hasta 57 patrones, con diseños de imitación madera y piedra, inspirados en la naturaleza, y bloques de color. Tiene 2,6 mm de espesor y una capa de desgaste de 0,55 mm, es flexible y ligero, por lo que es fácil de transportar, cortar e instalar.

Guía Comercial

Accesorios para vinos



Starvinos, Popy Wine
C/ Guzmán el Bueno 68
Tel.: 91 544 22 53
Fax: 91 544 74 01
starvinos@starvinos.com
www.popywine.com
28015 Madrid

Aceites

Compañía Oleicola Siglo XXI

Pol. Industrial Dehesa de los Caballos
Avda. de Alemania, 9
Tel.: 927 417 958
Fax: 927 417 935
www.mistercheff.com
10600 Plasencia, Cáceres

Agua mineral



C. Navalpotro, S. L.

Ctra. de Soria, s/n
Tel.: 975 300 455
Fax: 975 300 761
montepinos@montepinos.com
www.montepinos.com
42200 Almazán, Soria

Armarios bodega



Adolfo Esteban

Polígono Industrial Villalongueja
C/ Condado de Treviño, 12
Tel.: 902 25 77 22
Fax: 947 25 77 52
09001 Burgos

Bases preparadas



Confiletas

Camino de las Parcelas, Parcela 6
Tel.: 968 62 71 88
Fax: 968 62 63 64
30565 Las Torres de Cotillas, Murcia

Bodegas

Grupo Freixenet, S. A.

C/ Joan Sala, 2
Tel.: 93 891 70 00
Fax: 93 818 30 95
08770 Sant Sadurni D'Anoia, Barcelona

Osborne

C/ Fernán Caballero, 7
11500 El Puesto de Santa María, Cádiz
Tel.: 91 728 38 80
Fax: 91 708 38 88
www.brandymagno.es
C/ Salvatierra, 6
28034 Madrid



Consejo Regulador Denominación de Origen Ribera del Duero

C/ Hospital, 6
Tel.: 947 54 12 21
Fax: 947 54 11 16
09300 Roa, Burgos

Bollería prefermentada

Bellsolá, S. A.

Avda. Príncipe de Asturias, 66 4ª Planta
Tel.: 93 367 17 00
Fax: 93 217 76 04
08012 Barcelona



Buffets

King's Buffet

Polígono Industrial tecnológico Andalucía
C/ Severo Ochoa, 43
Tel.: (+34) 952 02 03 00
www.kings-buffets.com
29590 Campanillas, Málaga



Cafés

Cafento

Pol. Ind. La Curiscada
Entrada Sur, Parcela 1
Tel.: 902 11 72 30
www.cafentoshop.es
33877 Tineo, Asturias

Carnes

Consejo Regulador Denominación de Origen Específica Cordero de Extremadura

Avda. Juan Carlos I, 47
Tel.: 924 310 306
Fax: 924 387 278
06800 Mérida, Badajoz

Cash&Carry y Deliver

Grupo Miquel (GM Cash)

Polígono Empordà Internacional.
C/ Germans Miquel, s/n
Telf. 900 300 097
sac@miquel.es
www.gmcash.es
www.miquel.es
17469 - Vilamallà - Gerona



Climatización

Samsung Electronics

Parque empresarial Omega, Edificio C
Tel.: 91 714 39 51
www.samsung.es
28108 Alcobendas, Madrid



Colchones y somieres



Eurocolchón

P. L. La Garena
C/ Alonso Barba, 16
Tel.: 91 728 38 80
info@eurocolchon.es
28806 Alcalá de Henares, Madrid

Distribución de pescados

La Astorgana, S. L.

Polígono Ind. Sur
Avda. Los Pirineos, 17-19
Tel.: 91 659 13 00/ 15 15
Fax: 91 659 15 30
28703 S. Sebastián de los Reyes, Madrid



Equipamiento



Electrolux Professional S.A.U.

Av. De Europa 16, 2 pl.
Tel.: 91 747 54 00
els.info@electrolux.es
www.electrolux.es/professional
28108 Alcobendas, Madrid

Embutidos

Simón Martín Guijuelo, S. L.

Pol. Ind. Agroalimentario
C/ Siella Herreros, parcela 17
Tel. - Fax: 923 580 129
37770 Guijuelo, Salamanca



Enseñanza profesional

Escuela Superior de Hostelería y Turismo

Avenida del Ángel, s/n
Tel.: 91 463 11 00
Fax: 91 463 12 51
28011 Madrid

Hotel Escuela de la Comunidad Autónoma de Madrid

Ctra. de Colmenar Viejo, Km. 12,800
Tel.: 927 417 958
Fax: 927 417 935
28049 Madrid

Instrumentos de medición

Instrumentos Testo, S. A.

Zona Industrial, C/B, nº 2
Tel.: 937 539 520
Fax: 937 539 526
info@testo.es
www.testo.es
08348 Cabrils, Barcelona



Lavandería

Lavandería Asfam

C/ Isaac Peral 9, 28814 Daganzo de Arriba - Madrid
Telf.: 91 887 59 10
www.asfam.es



Lavavajillas comerciales

Miele S. A. U.

Miele S.A.U.
Avenida de Bruselas, 31
Tel.: 91 623 20 00
info.professional@miele.es
www.miele-professional.es
28108 Alcobendas - Madrid



Limpieza profesional

Ecolab

Avda. del Baix Llobregat, 3-5
Tel.: (34) 934 758 900
www.es.ecolab.eu
08970 San Joan Despi, Barcelona



IPC Hospitality Solutions

Pol. Ind. Vallmorena
C/ Salvador Albert i Riera, 7
Tel.: 902 116 563
comercial@ipcleaning.net
www.ipcleaning.net
08339 Vilassar de Dalt, Barcelona



Vileda Professional

C-17 Pol. Ind. Can Colart km. 15,5
Tel.: 935 739 900
Fax: 935 739 913
vileda.professional.spain@fhp-ww.com
www.vileda-professional.es
08150 Parets del Vallés, Barcelona



Wetrok España

C/ Virgen de las Angustias, 3
Tel.: 902 157 753
www.olandiawetrok.com
14006 Córdoba



Masas congeladas

Europastry, S.A.

Plaza Xavier Gugat, 2 Ed. C Planta 4
Tel.: 934 70 33 11
Fax: 934 99 04 47
frida@frida.net
www.frida.net
08190 Sant Gugat del Valles, Barcelona



Personal temporal

Workhotel ETT

Personal especializado en Hostelería
C/ Puerto Rico, 3
Tel.: 91 458 61 45
www.workhotel.es
28016 Madrid



Platos precocinados

Calvo Distribución Alimentaria, SLU

División Hostelería
Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 6ª planta
Tel.: 91 782 33 00
Fax: 91 782 33 12
calvo.hosteleria@calvo.es
28020 Madrid



Productos de Higiene



SCA Hygiene Products

Avda. de Europa, 22
Tel.: 91 657 84 00
www.tork.es
28108 Alcobendas, Madrid

Productos de un solo uso

García de Pou

C/ Antonio López 236
Tel.: 91 737 74 30
comercial@garciadepou.com
www.garciadepou.com
28026 Madrid



GARCIADepOU

Quesos

Kraft Food España

C/ Eucalipto, 25
Tel.: 91 519 59 90
Fax: 91 510 04 66
28016 Madrid



Renting Tecnológico

Econocom

C/ Cardenal Marcelo Spinola, 4
Tel.: 91 411 91 20 / 934 703 000
marketing.efs.es@econocom.com
www.econocom.com
28016 Madrid

econocom

Tapicerías

Gancedo

(C/ Velazquez 21
Telf.: 91 576 710
web: www.gancedo.com
28001 Madrid

GANCEDO

1945

Textiles

Resuinsa

Av Mare Nostrum, 50
Te: +34 96 391 68 05
resuinsa@resuinsa.com y
www.resuinsa.com
46120 Alboraya, Valencia.



TPV

Casio

C/ Camí del Colomer, local 10
Tel.: 93 485 84 00
casiospain@casio.es
08019 Barcelona

CASIO.

Uniformes

velilla

disvel

Velilla Confección Industrial

C/ Juan de la Cierva, 19
Tel.: 91 669 96 25
www.velillaconfeccion.com
28823 Coslada, Madrid

Zumos

Zumos Pago

Pol. Ind. Agroalimentario
C/ Siella Herreros, parcela 17
Tel.: 91 655 93 70
28830 San Fernando de Henares, Madrid





dyson

Tecnología para su hotel

Dyson presenta su gama de productos tecnológicos diseñados para mejorar la experiencia de sus huéspedes.

Máxima higiene, mínimo esfuerzo

Diseño centrado en las personas para lograr una productividad extraordinaria con un mínimo esfuerzo.

Los sistemas que mejoran la higiene protegen a tu personal y a los usuarios finales para que disfruten de una tranquilidad total.

Mayor beneficio, menos esfuerzo.



Descubre la Excelencia
professional.electrolux.es

