



Paradores de Turismo apuesta por los “textiles inteligentes” de Resuinsa



RESUINSA
HOTEL LINEN EXPERIENCES

Portavoz oficial:



DEKTON UNLIMITED

NEW INDUSTRIAL COLLECTION

ORIX - INDUSTRIAL Collection

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

Comuesta 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 eficiente.

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)



GARANTÍA



DEKTON
designed by COSENTINO

#MAKROPLUS

ACCEDE A UNA NUEVA FORMA DE COMPRAR EN MAKRO.

Disfruta de los beneficios y ventajas que hemos pensado para ti en la reapertura.

1. Atención personalizada.
2. Precios individualizados.
3. Compromiso de nivel de servicio.
4. Crédito y financiación a tu medida.

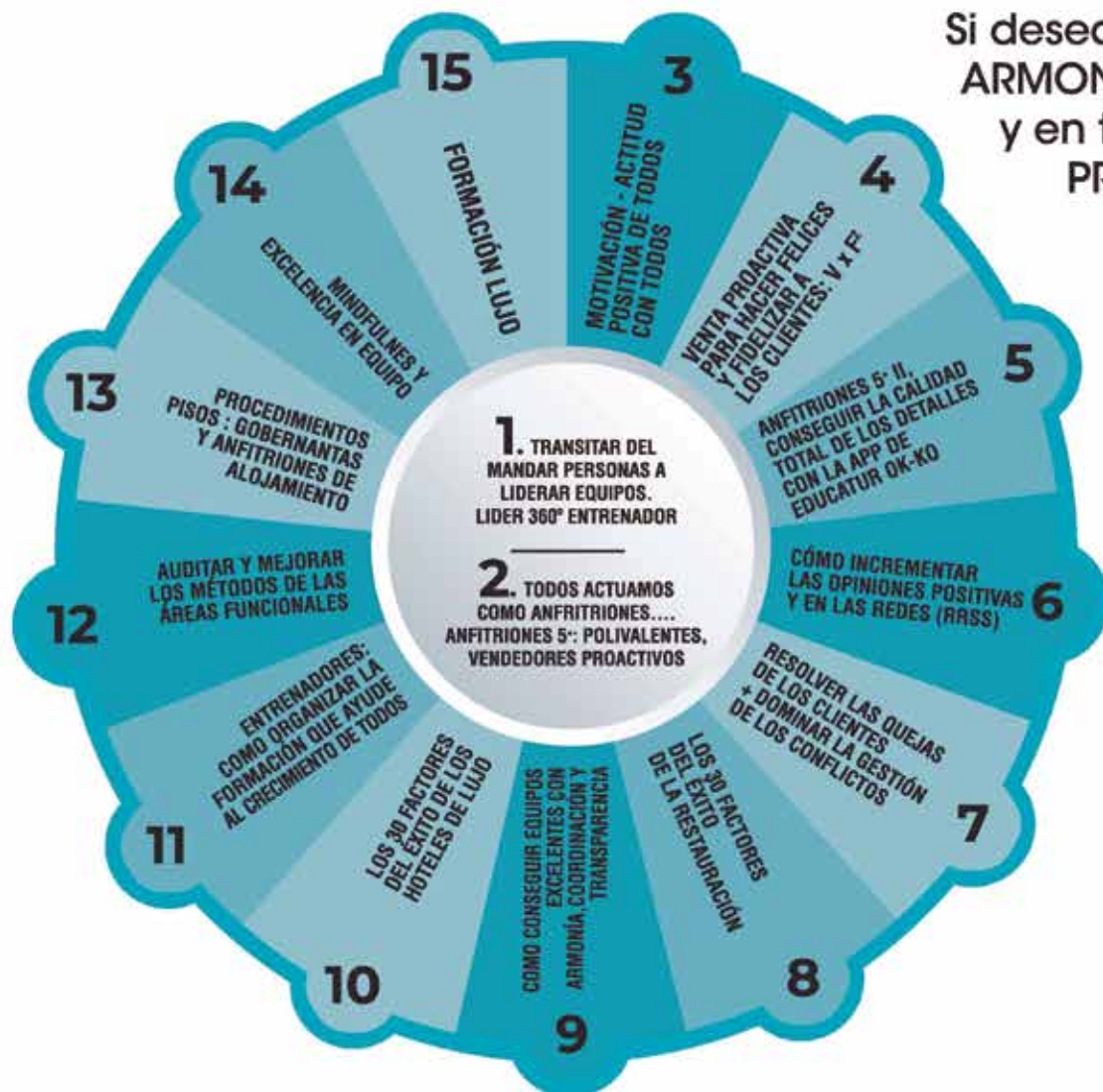
En Makro estamos COMPROMETIDOS SIEMPRE contigo y con tu negocio

Infórmate en [Makro.es/makroplus](https://makro.es/makroplus)

makro

TU ÉXITO ES NUESTRO COMPROMISO

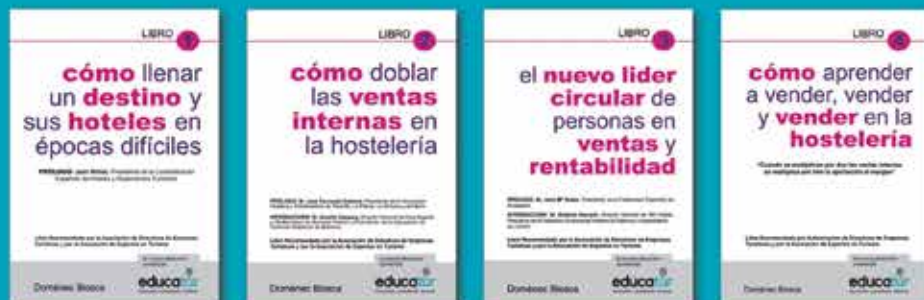
Si deseas **CRECER** en tu
ARMONÍA RELACIONAL
y en tus **HABILIDADES**
PROFESIONALES...



"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

Sumario

Presentaciones HR

Hostelería & Restauración, HR,
se abre a otros sectores. 8

Reportajes

Habitaciones inteligentes reto
del sector hotelero. 10

Sistemas de producción, la línea fría. 14

¿Hasta que punto es interesante
el Delivery?. 18

La Gastronomía canaria rica y variada. 22

Tendencias decorativas para cuartos
de baño. 34

Actualidad

Cocina paso a paso. 12

El hielo protagonista en los cocktails. 20

AMER. 28

La magia está en la sala. 30

HIP 2021, una vuelta a la normalidad. 32

Reflexiones sobre el marketing turístico. 38

AEDH. 40

ASEGO. 42

Empresas

Hoshizaki, la importancia del hielo. 21

Pescados Basilio fusión de tradición y
modernidad. 26

Tres Grifería, garantía anticovid-19. 36

Paradores de Turismo apuesta por los
textiles inteligentes de Resuinsa. 39

Electrolux Professional avalado por
HACC International. 44

Posidonia de Carmela Marti. 47

Muestrario empresarial. 48

Guía Comercial. 49

Noticias

Notas de empresa. 46



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:

Luis 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:

Álvaro Díaz Hernando

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.revistahr.es

28002 Madrid

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

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 Zamarrá, Lorena Moreno, Juan Carlos Muñoz, Carlos Orgaz, Vicente Romero, Paco Roncero, Manuel Ruiz, Mario Sandoval, Ángel Sierra, Roberto Torregrosa y Manuel Vegas.

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 Urdiaín.

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 Gobernantes 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 Hostelera 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.).

Edita: Biomicraml S.L. Depósito Legal: AS.-767/96 Impresión: Exce.

Suscripción

Empresa
 Nombre y apellidos
 D.N.I./N.I.F.
 Domicilio Nº C. Postal
 Población Provincia Tfn
 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 tlfno.:

(+34) 91 510 27 28

609 98 61 87

..... a de de 2021

Titular de la cuenta

Entidad bancaria

Datos de la cuenta:

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

Domicilio Sucursal Población

C. Postal Provincia

Precio (IVA incluido)	Anual	Bienal
España	60€	90€
Extranjero	85€	120€

(Firma y sello de la empresa)

HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN H.R. respeta las opiniones de sus colaboradores 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.

Síguenos:   



m

MEIKO

The clean solution

MEIKO DESACTIVA EL COVID-19



Desactivación
efectiva del
coronavirus



Hostelería & Restauración, HR, se abre a otros sectores

Hostelería & Restauración, HR, en su apuesta por estar al lado del profesional y presentarles interesantes soluciones, continua organizando presentaciones, en esta ocasión con Electrolux Professional, aparte de potenciar sus formaciones con nuevos cursos a través de su consultoría.

Hostelería & Restauración, HR, conjuntamente con Electrolux Professional, han organizado dos seminarios *online* para presentar la nueva línea de Lavavajillas Hygiene&Clean y la Línea 6000 de lavadoras.



Electrolux Professional nos muestra sus novedades.

La Directora de Marketing, Verónica Molina, y Arancha Valeros, Responsable del producto de lavado de vajilla de Electrolux Professional, han presentado de forma *online*, el 28 de enero, Hygiene&Clean, primera gama completa de soluciones de lavado de vajilla para el servicio de comidas que desinfecta e higieniza según las normativas europeas, como demuestra su certificación por el organismo independiente UL.

El segundo seminario *online*, celebrado el 10 de marzo, dirigido a hoteles con lavandería, residencias y lavanderías, se ha centrado en los sistemas de cómo desinfectar en la gestión del ciclo de lavandería y en la aplicación de buenas prácticas de higiene. Los ponentes, el Director Nacional de Ventas de Lavandería de Electrolux Professional, Juan Prado, y la Directora de Marketing de Electrolux Professional, Verónica Molina, han presentado la nueva Línea 6000.

Las nuevas lavadoras Línea 6000 están diseñadas de modo que consuman el mínimo de agua, energía y detergente. Las secadoras Línea 6000 se sitúan muy por delante de otras secadoras en términos de velocidad y ahorro de energía.

Ambas sesiones han sido un éxito al asistir más de ochenta profesionales. Entre los asistentes se han encontrado Jefes de Hostelería de importantes residencias y hospitales de España, como Gregorio Maraón y La Paz, de Madrid; y la Fé, de Valencia. Además de responsables de compra de diferentes Lavanderías a nivel nacional.



La Línea 6000, una de las lavadoras más completas.

Biomical, con la formación

Biomical también ha reforzado e incrementado los cursos que imparte en residencias y colegios mayores en diferentes puntos de España, como en Granada, León, Madrid y Salamanca. El último curso presencial organizado ha sido para el Colegio Mayor Santo Tomás de Aquino, de Madrid. La formación, que ha estado dirigida al personal de limpieza del centro, se ha centrado en la limpieza, higiene y desinfección.

El curso se ha estructurado en dos jornadas. La primera impartida, el 11 de febrero, por la licenciada química Lara Ubiera Pérez, que ha mostrado la composición, uso y disolución de los productos de limpieza, centrándose en los detergentes, desinfectantes e higienizantes, con su división en alcalinos y efectos higiénicos. Asimismo ha explicado cómo rentabilizar su uso para una limpieza y desinfección perfecta, acorde con la normativa sanitaria actual, y garantizar espacios seguros.

El segundo ciclo del curso, celebrado el 18 de febrero, ha estado impartido por la gobernanta del centro, María del Mar González. Esta ha formado al personal de limpieza en la aplicación de técnicas y uso de materiales en diferentes espacios.

Biomical, además de la formación continua de manipuladores de alimentos, que organiza para Hostelería, colegios mayores y residencias (enmarcados dentro del control higiénico sanitario), imparte formación de actuación frente al Covid-19 en los que analiza los medios de transmisión, puntos críticos de contagio, forma de actuar durante la cuarentena e higienización de los espacios de los establecimientos.



Biomical incrementa sus planes formativos.



PESCADOS **BASILIO**

Tu pescado más fresco directamente del Mar Cantábrico

Te servimos directamente y en tiempo record el producto que desees desde las principales lonjas de Asturias: Cudillero, Ribadesella, Llanes, Lastres, Avilés, Gijón, Luarca, Puerto de Vega, etc..

Tú eliges el momento en que quieres recibir en tu negocio el **pescado más fresco y marisco vivo** de nuestra propia cetarea, y nosotros nos encargamos del resto, para el disfrute de tus clientes con la máxima calidad desde el origen **directamente a la mesa, sin intermediarios.**

Pide pescado fresco calidad de Asturias

"Te lo ponemos así de fácil: contacta con nosotros por cualquiera de estos medios y tú eliges el momento y forma en que quieres recibir nuestras cotizaciones diarias"



985 260 166



WHATSAPP: 661 22 75 85

fresco@congelados-basilio.es info@congelados-basilio.es



EL PRODUCTO MÁS FRESCO
Pescados y mariscos
directamente de la mar



CUSTODIA DE FRÍO
Paquetería refrigerada



EMPRESA CENTENARIA
Con la mejor calidad

CONGELADO

FRESCO



CONSULTA NUESTRA LISTA DE CONGELADOS Y FRESCOS



www.pescados-basilio.es



Habitaciones inteligentes, el reto del sector hotelero

Eficiencia energética, confort e innovaciones como habitaciones en modo noche son algunas de las ventajas de hacer que la estancia en un hotel sea *smart*.

Ubicado en el Geoparque de la Cataluña Central, Mas de la Sala es un hotel de cuatro estrellas con restaurante de cocina tradicional, un complejo rodeado de campo de secano y de los viñedos de la Denominación de Origen Pla de Bages, donde se ha iniciado un importante proyecto de automatización.

El objetivo es que, igual que territorio, gastronomía y vino van de la mano en este privilegiado entorno, también lo haga la tecnología. Así, en este ambiente rústico, que inspira calma y tranquilidad, ahora se pueden encontrar en algunas de sus habitaciones las últimas innovaciones de Loxone, fabricante de soluciones completas para automatizar edificios y viviendas. El proyecto, que se adapta a las valoraciones y

requerimientos del hotel, ofrece una mejor experiencia a sus clientes, que pueden sentir de primera mano el placer de dormir en una habitación inteligente y automatizada.

Habitaciones inteligentes

En la primera fase del proyecto se han remodelado por completo dos habitaciones: una de las *suites* principales y una habitación doble estándar. Se trata de una tecnología que no es exclusiva de las habitaciones de lujo. Los beneficios que aporta son perfectamente adaptables en habitaciones funcionales donde se busca confort y bienestar para los clientes y para los propietarios del hotel, ahorro energético y eficiencia.

Un objetivo común para los huéspedes y los propietarios del hotel es

la facilidad de control de esta tecnología. Es por ello por lo que las habitaciones inteligentes del Mas de la Sala tienen un principio básico: la automatización. Los huéspedes no necesitan tocar nada, ya que los sensores y detectores conocen el estado, activando y desactivando todo lo necesario.

Las persianas funcionan con sombreado automático. En el momento en que entra el sol, si es verano y se está sobrecalentando la habitación, se bajan automáticamente. Y en cuanto no incide el sol en el interior, se suben también automáticamente. Esto representa una reducción importante en el gasto energético de la habitación, al no obligar a activar el aire acondicionado o la calefacción a más potencia.





yor potencia. Igualmente, en invierno facilita que el sol pueda dar soporte al sistema de calefacción en las horas punta.

El mejor confort: modo noche

La rehabilitación de las habitaciones ha venido acompañada de un incremento del confort para los clientes. La automatización mejora la experiencia en la estancia, combinando ambientes de iluminación, especialmente en la *suite*, donde se pueden combinar los colores de la habitación con los de la bañera de hidromasaje, viviendo momentos únicos.

Una característica especial de las habitaciones inteligentes del Mas de la Sala es el modo noche. Cuando el cliente va a dormir, simplemente debe pulsar un botón y las persianas bajan automáticamente, todas las luces se apagan (evitando la situación recurrente e incómoda de volver a levantarse para apagar alguna luz que se ha quedado encendida) y se regula la temperatura. Si por la noche se levanta, se activará una tenue iluminación azul que permite ver perfectamente el camino sin molestar.



La iluminación se enciende al paso del cliente y se apaga transcurrido el tiempo necesario (sin apagarse cuando el huésped aún está en la habitación, un error común de muchos detectores de movimiento y presencia).

El control de la temperatura es otro aspecto fundamental en un proyecto de automatización. Si la habitación está reservada, el sistema de climatización se activa automáticamente con la temperatura objetivo. Si no hay nadie en la habitación, pero ésta está reservada, no se apaga por completo, sino que se cambia a temperatura de ahorro. Si la habitación no está reservada, la climatización se apaga, evitando descuidos y gastos innecesarios.

Otro *must* es el audio integrado con función de bienvenida al huésped, activación de la música en el baño y elección de la música a través de pulsadores acorde con los diferentes ambientes de iluminación.

Si los clientes desean o precisan cambiar de ambiente de iluminación, subir o bajar las persianas de forma manual o gestionar el audio, se pueden realizar a través de los pulsadores. Estos pueden integrarse debajo de superficies de madera, vidrio, cerámica o piedra, pasando casi inadvertidos, y del pulsador Touch

Nightlight permite disponer de la luz y del despertador.

Eficiencia energética

Controlar el sistema de climatización (una de las partidas que mayor gasto energético supone para un hotel), automatizar persianas, la iluminación y los accesos facilita gestionar siempre las funciones necesarias para no incurrir en sobrecostes energéticos.

La gestión de la temperatura puede realizarse de forma exhaustiva según reservas. Además, si no hay nadie en la habitación, se regula la temperatura automáticamente. La iluminación se apaga de forma automática en las áreas que no hay nadie, especialmente cuando los clientes no están en la habitación, sin depender de que hayan podido dejar algún objeto en el tarjetero, simulando su presencia. Cuando se abren las ventanas, si la calefacción o el aire acondicionado están activados, se regula automáticamente la temperatura.

Por otro lado, la automatización de las persianas facilita activar el sombreado automático en verano, evitando que entre el sol en la estancia y suba la temperatura desmesuradamente, necesitando después activar el aire acondicionado a ma-

Cocina paso a paso

“Existen platos sencillos de elaborar cuyo éxito se basa en la calidad del producto, como la merluza. Otros en cambio, fáciles también de elaborar, sobresalen por la mezcla de ingredientes.”

Martín Berasategui



Merluza rebozada con mayonesa de ostras

Merluza

Ingredientes:

1 lomo de merluza.
2 dientes de ajo.
Huevo batido.
Sal.

Elaboración:

Deshuesar la merluza y preparar unos lomos sin piel.

Sazonar los lomos de merluza; freír cada lado por 90 segundos en abundante aceite caliente con ajos. Pasar los tacos sólo por huevo batido; no necesita enharinarse.



Mahonesa de ostras

Ingredientes:

150 g de ostras.
18 g de perejil.
150 ml de aceite de oliva.
Jugo de limón.
Jugo de ostras.

Elaboración:

Abrir las ostras, escurrir el agua y colocarlas en un bol.

Lavar y secar el perejil para agregar a las ostras. Mezclar en batidora, a velocidad máxima. Agregar el aceite de oliva poco a poco para emulsionar, como una mahonesa. (Si la consistencia es muy espesa, agregar un poco de agua de las ostras para aligerar).

Sazonar con el jugo de limón. Reservar en recipiente frío.



Montaje:

Rebozar los lomos de merluza con huevo, sin harina.

Acompañar con la mahonesa de ostras colocada en uno de los lados del plato o en una salsera.

El sabor intenso de las ostras resalta la mahonesa. También se pueden sustituir las ostras por berberechos.



Cuajada de frutos rojos

Ingredientes:

50 g de chocolate negro 66%.
40 g de azúcar.
5 g de gelatina (2 hojas).
435 ml de leche.

Otros ingredientes: Cuajada
Frutos rojos diversos (frambuesas, arándanos...)

Frutos secos (almendra, cacahuete o nueces).

Hojas de menta.

Elaboración:

Calentar la leche con el azúcar en una cazuela.

Agregar la gelatina previamente hidratada en agua fría.



Volcar sobre el chocolate picado y mezclar bien (con la varilla).



Rellenar tres cuartas partes de los botes de yogur.



Introducir en cámara por 180 minutos. Reservar el resto de ingredientes.

Salsa de chocolate

Ingredientes:

40 g de miel de acacia.
120 g de chocolate negro 66%.
150 ml de leche.

Elaboración:

Hervir la leche y la miel en una cazuela.

Volcar sobre el chocolate picado. Mezclar bien con la varilla.

Montaje:

Sacar los yogures de la nevera.

Poner 2 mm de espesor de la salsa de chocolate sobre los yogures, cubriendo la superficie. (La salsa ha de estar fría para evitar que la ablande y la derrita).

Repartir por encima frutos rojos y una hoja de menta fresca.



Sistemas de producción: la línea fría

“Existen diferentes técnicas de producción alimentaria. La aconsejable es realizarla y desarrollarla en línea fría, cocinando los platos de manera tradicional por encima de 70°C.”

Rubén Tabernero, Catering Doménico.



La línea fría permite que los platos se puedan almacenar hasta un máximo de 5 días sin pérdida de sus principales cualidades nutricionales. Para ello exige que tras su cocinado los platos se racionen en barquetas o envases y abatir hasta 4° C de temperatura.

Cuando las empresas deseen aumentar esa vida útil, normalmente se utilizan conservantes y productos químicos; sin embargo, en Catering Doménico, por ejemplo, para alargar la vida útil de los productos elaborados, optamos por introducir al final del proceso un envasado termosellado en atmósfera modificada y consiguiendo así una caducidad de hasta 10-12 días sin recurrir al uso de conservantes o productos químicos.

Nuestras elaboraciones las porcionamos e introducimos en barquetas para envasarlas al vacío en atmósfera protectora o modificada.

Estas barquetas las mantenemos refrigeradas en nuestras instalaciones y según los pedidos, las trans-

portamos al cliente en temperatura regulada, llegando al destino final en perfecto estado, bastando para su consumo que se proceda a una regeneración mediante el uso del horno tradicional o microondas y calentando el producto hasta la temperatura deseada por el cliente.

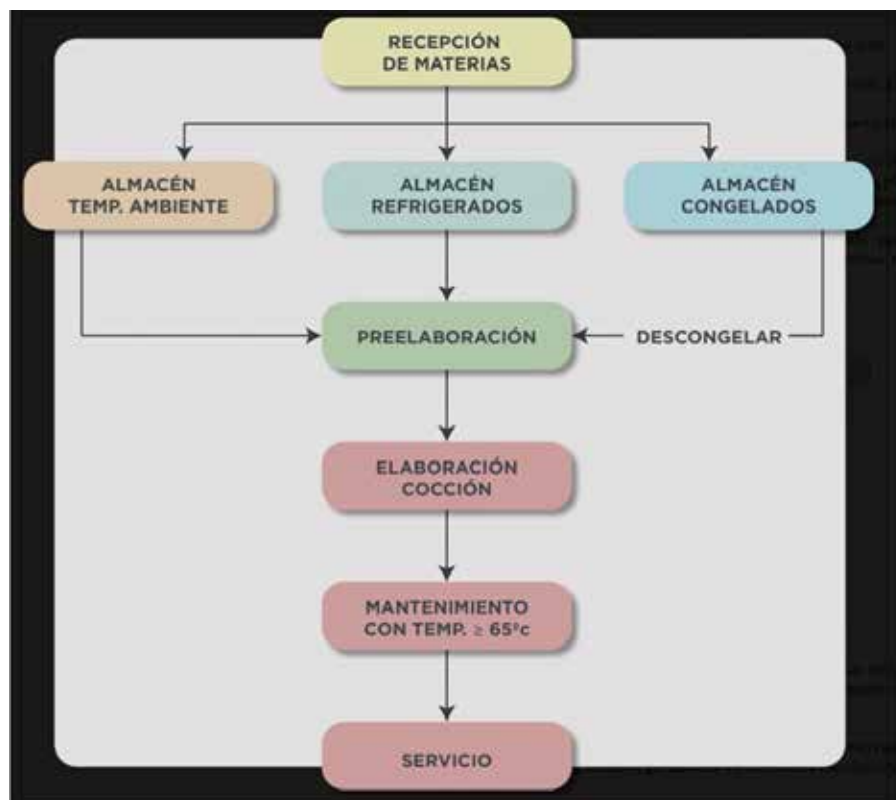
Modos de elaboración.

Línea caliente

Desde el punto de vista de producción alimentaria, podemos destacar el desarrollo de los platos en

superior en el corazón del producto de al menos 70°C. Generalmente el servicio de estos platos elaborados se realiza *in situ* a los clientes o comedores, siempre manteniendo la temperatura por encima de los 65°C, como puede ser el caso de los bares, restaurantes, cafeterías y comedores escolares. Este método de trabajo es el más usado y muestra analogías con el desarrollo del proceso realizado en los hogares.

El proceso de línea caliente seguiría este esquema:



línea caliente, que es el sistema de carácter tradicional de trabajo donde el sistema consiste en la elaboración de los platos usando diferentes técnicas para alcanzar una temperatura

Línea Fría

A nivel técnico existe otro método de trabajo que es la línea fría. Es un sistema más novedoso usado por muchas empresas de Restauración.

Los sistemas de línea fría combinan la cocina tradicional con los modernos sistemas de conservación, en los que tras la elaboración del plato, éste se enfría rápidamente mediante abatidores de temperatura, manteniéndose en refrigeración hasta el momento del consumo sin romper la cadena del frío, hasta que se vuelve a calentar a través de regeneradores y hornos.

El abatimiento rápido de temperatura es fundamental en este proceso, al permitir reducir el riesgo de crecimiento de microorganismos patógenos y de formación de toxinas. También resulta indispensable, además de no romper en ningún momento la cadena del frío, que el plato se consuma inmediatamente después de su regeneración que, por tanto, deberá realizarse en el mismo centro de consumo.

-Pasos de ejecución:

Selección de materias primas frescas y de primera calidad. Manipulación del personal cualificado, cumpliendo las máximas garantías de higiene.

Elaboración de los menús mediante tratamientos térmicos que garanticen temperaturas mínimas de 70°C en el centro de los alimentos.

Enfriamiento rápido a través de abatidores. Estos equipos son capaces de reducir la temperatura de los productos de 70°C a 8°C (en su parte central) en aproximadamente 90 minutos. Esta reducción debe llevarse a cabo siempre, y por seguridad, en un tiempo inferior a las dos horas.

Envasado con garantías higiénico-sanitarias utilizando diferentes sistemas de termosellado (vacío, atmósfera modificada, entre otros) dependiendo del tiempo programado de conservación.

Identificación de los envases.

Refrigeración de los envases a 4°C.

Transporte en vehículos refrigerados hasta el lugar de consumo. Refrigeración a 4°C hasta



el momento de consumo.

Regeneración o calentamiento hasta 70°C mediante hornos de convección o aire, o baño maría inmediatamente antes de su consumo.

Ventajas del sistema de línea fría

Las ventajas que este sistema aporta frente a otros procesos de restauración colectiva, especialmente en los usuarios de los comedores colectivos, son:

Altos niveles de seguridad alimentaria (con incidencia en los riesgos microbiológicos) debido a que los rangos de temperaturas en los que se trabaja (siempre por debajo de 8°C y transporte, 4°C) minimizan el riesgo de crecimiento microbiano.

Mejora la dieta de los comensales al permitir preparar mayor variedad de platos tradicionales y conservar su calidad sensorial (sabor y textura) y sus cualidades nutricionales, resultado de la utilización de bajas temperaturas junto a sistemas de envasado y regeneración.

Mayor flexibilidad al permitir no sólo una perfecta planificación de los menús acondicionada a cada comedor, admitiendo distanciar la elaboración de las comidas de su consumo, sino que además eliminan las horas punta de distribución y los imprevistos al existir producto de reserva.

Línea fría refrigerada

La línea fría está vinculada al transporte. La logística de los alimentos, desde la cocina en la que se producen hasta el punto de servicio, se basa en el abatimiento del producto nada más terminarse de cocinar (> 70°C) y mantenerlos refrigerados durante todo el transporte.

Esta técnica consiste en bajar la temperatura del producto de 70°C a 8°C en el centro, en un tiempo máximo de dos horas, gracias a un abatidor. A continuación, los alimentos se conservan en una cámara fría a 4°C. La estancia del producto en esa cámara no excederá de 5 días. La vuelta a la temperatura de consumo o regeneración ha de efectuarse de 4°C a 70°C en menos de una hora.

Abatimiento:

El proceso se realiza en células de enfriamiento forzado, conocidos también como abatidores de temperatura. En el mercado existen diferentes equipos que se ajusten a nuestras necesidades, desde equipos estándar con una capacidad de 3 bandejas GN1/1, a abatidores con capacidad de hasta 3 carros de 20 bandejas GN 1/1.

Conservación:

Tras el proceso de enfriamiento, los alimentos elaborados se conservan perfectamente tapados y



etiquetados en refrigeración a menos de 4°C, a la espera de la regeneración para su posterior servicio. Es importante que la temperatura no supere los 4°C para evitar la proliferación de microorganismos patógenos.

Regeneración:

La regeneración consiste en llevar los alimentos desde la temperatura de refrigeración a una temperatura superior a 70°C en el corazón de producto para consumirlo inmediatamente. Este proceso debe aplicarse cuidadosamente, al depender de él el resultado final y por ello se debe diseñar conjuntamente al de cocinado, ajustando los tiempos y las temperaturas de cocción para que el proceso de regeneración sea la finalización del plato.

Para parametrizar perfectamente este proceso, es imprescindible la elaboración de fichas técnicas, en las que se recogen todos los datos de producción y regeneración, detallando los procesos, tiempos, temperaturas, envases y recipientes.

La línea fría cada vez se utiliza más tanto en restauración comercial (sobre todo restauración organizada) como en restauración social (hospitales, residencias y comedores de empresa, entre otros).

Ventajas de la línea fría sobre la caliente:

Mayor vida útil del alimento; no es necesario consumir en el mismo día.

Mayor posibilidad de planificación y mejora de la gestión económica y de recursos.

Mayor seguridad alimentaria.

Mayor calidad organoléptica si se ha estudiado bien el sistema.

Características de este sistema de producción:

Exige gran inversión en la implantación de equipamientos de enfriamiento, almacenamiento en frío y regeneración.

Mejora la gestión de las compras al permitir realizar compras importantes y globalizadas de productos. Exige espacios de almacenamiento de materias primas mayores que los necesarios en la línea caliente.

Se aplica un mayor control de elaboraciones y se establece una organización adecuada a la producción necesaria.

Se obtienen productos con mayor calidad, mejor acabado y presentación, al estar dissociada la producción de la distribución y servicio y no existir las horas punta de "servicio".

Se realiza una producción con cociones tradicionales, adaptando las recetas a este modelo productivo.

El personal manipulador necesita una formación específica y una mejora continua que le aporta el trabajo diario y los programas formativos adecuados.

Los sectores de restauración que suelen utilizar este sistema son: restaurantes comerciales, franquiciados, *caterings* aéreos, ferroviarios y marítimos, cocinas centrales, hospitales, centros geriátricos, comedores escolares y universitarios.

Línea fría congelada o ultracongelada

La línea o cadena congelada y ultracongelada se basa en confeccionar las elaboraciones y mantenerlas en conservación a baja temperatura durante un periodo de tiempo a largo plazo comprendido entre tres y seis meses.

En el caso del sistema productivo

basado en la congelación, una vez cocinadas las elaboraciones se enfrían progresivamente de +70 °C a -18°C en el centro del producto, en menos de 4 horas y media, mediante el uso de grandes abatidores. Congeladas, pasan a una conservación por congelación y se mantienen en este estado entre tres y seis meses, aunque es preceptivo no pasar de los cuatro meses.

Ultracongelación: es una técnica que radica en abatir en menos de 90 minutos los platos elaborados a +70°C hasta alcanzar una temperatura inferior de +3°C. Posteriormente, se debe seguir abatiendo hasta alcanzar -40°C en el centro de los alimentos en un periodo de tiempo menor a cuatro horas según la textura y el grosor de los productos, que se recomienda que no sea superior a 6 cm de grosor.

Para su posterior expedición, los platos se transportan en vehículos frigoríficos que aseguran una conservación a temperatura inferior o igual a -18°C, sin romper en ningún caso la cadena de frío. Anteriormente al servicio y consumo, las elaboraciones se deben regenerar de -18°C a +70°C en un tiempo inferior a una hora.

Cook and chill y Cook and freeze

El concepto *Cook and chill*, del inglés, cocinar y enfriar (línea refrigerada), y *cook and freeze* (línea congelada y ultracongelada), cocinar y congelar, basan sus técnicas en el enfriamiento controlado de los productos tras su elaboración a temperaturas de refrigeración o congelación según el caso, envasándolos y conservándolos a temperaturas adecuadas hasta el momento de su regeneración, expedición y servicio.

Si al proceso anterior se suma la utilización de envasado al vacío o atmósfera modificada, es posible conservar los alimentos cocinados hasta 20 días (desde su fecha de elaboración).

Cook and Chill

Son sistemas productivos similares a la línea o cadena fría refrigerada y a la línea o cadena fría congelada y ultracongelada, según el caso, aunque existen ciertas diferencias.

Algunas empresas especializadas en restauración colectiva afirman que la línea o cadena fría refrigerada se diferencia del *cook and chill* en que el primero se corresponde únicamente con el transporte refrigerado (+4°C) de los productos recién elaborados (+70°C) y abatidos, mientras que el segundo se basa en un sistema integral de producción y logística culinarias. Este sistema es el que se aplica en la mayoría de los establecimientos de platos cocinados.

Línea de vacío (*sous vide*)

Este sistema de producción se desarrolla mediante la sucesión ordenada de las siguientes técnicas:

- Preelaboración o preparación previa de los alimentos: proporcionar o racionar los alimentos teniendo en

cuenta la uniformidad del corte o fraccionado necesario para obtener una calidad óptima del producto.

- Envasado y sellado dentro de bolsas y barquetas adecuadas: es necesario contar con una envasadora de campana para envasar bolsas o termoselladora para envasar barquetas.

- Etiquetado: hay que hacer un etiquetado correcto indicando el nombre de la elaboración, la fecha de producción y fecha de caducidad, así como el peso neto de la ración, ingredientes y otros datos secundarios.

- Abatimiento y conservación: el enfriamiento ha de ser lo más rápido posible y ha de establecerse en 90 minutos si se va a refrigerar. Consiguientemente, el corazón del producto debe llegar a +3°C, y en menos de cuatro horas si va a congelarse, a -18°C. Se



utilizará un enfriamiento hasta los 3°C o -18°C si se establece la refrigeración o la congelación como método de conservación o transporte.

El tiempo de caducidad estará condicionado al método empleado para la conservación (refrigerado +4°C, de 6 a 21 días; congelado -18°C hasta doce meses) y a la intensidad del vacío.

Los sectores de restauración que suelen utilizar este sistema son: la industria alimentaria, restaurantes comerciales y colectivos, cadenas de restauración, cocinas de ensamblaje, satélites y cocina 45.



ELIMINA 99,99% DE LOS VIRUS ENCAPSULADOS*



P&G Professional cada experiencia cuenta™

*Según normativa EN 14476. Incluido en Listado Virucidas Ministerio de Sanidad. Antes de usar consulte Ficha técnica del producto.

¿Hasta qué punto es interesante el Delivery?

¿Qué vendo a través de *Delivery*? ¿Pierdo identidad? ¿Puedo vender la oferta que me identifica, o por contrario tengo que reinventar en otro concepto?

Jesús Almagro, chef y asesor gastronómico.



Son las preguntas que muchos de los empresarios y cocineros nos hacemos a lo largo y ancho de la pandemia. El *delivery* es una de las alternativas que tenemos para solventar restricciones, cierres temporales y toques de queda, entre otros aspectos.

Esto me genera la primera duda. ¿Puedo adaptar toda mi carta al servicio de *delivery* y *take away*, seleccionando productos y precios?

El análisis de la propuesta está encima de la mesa. La respuesta es de momento "NO" no todos los productos de mi carta actual pueden formar parte en un principio de nuestra oferta.

¿Por qué? Porque hay que hacer una elección de la oferta dependiendo del proceso de elaboración, acabado y *packaging*.

Lo que tenemos claro es que desde el momento que se decide optar por el *delivery* nuestra inquietud por ampliar la oferta está abierta y con los cinco sentidos puestos en las necesidades de nuestro cliente.

La siguiente pregunta que nos hacemos antes de lanzar el proyecto es cómo posicionar la oferta, ¿Cómo *fast food*, *premium food*, *healthy food*, catering o simplemente como arteria del negocio o una posibilidad de poder dar servicio a "nuestros clientes más fieles que precisen nuestros servicios"?

Nosotros decidimos que por marca y viabilidad sería una nueva arteria de negocio el *delivery*.

Para nosotros ha sido y es una de las vías de generación de ingresos, dando salida a productos en *stock*, y a día de hoy, con unas restricciones menos estrictas en estos momentos de pandemia es un complemento ideal al servicio en el propio restaurante.

El siguiente paso es fijar los precios de la carta de *delivery*. Han de ser competitivos y rentables. En esta fase nos planteamos cuál es el ticket medio de venta, mayor o menor al que tenemos en la carta.

Aconsejamos bajar sensiblemente los precios, al faltar la puesta en escena y lo más importante, el factor humano.

Pero fijar los precios no sólo está relacionado con estos factores que siendo importantes no desmerecen a la "rentabilidad".

¿Es rentable el Delivery?

Hay que tener en cuenta los costes de productos, de producción, *packaging*, costes de transporte, comisiones, plataformas e IVA entre otros aspectos.

Todo es rentable si está sujeto a un volumen determinado y a una regularidad en la venta.

Este es el momento en el que se buscan fórmulas para el *packaging*, se busca el envase idóneo para el transporte y la presentación de la





comida: envases sostenibles desde el punto de vista medioambiental, envases desarrollados y diseñados para un producto en concreto.

¿Cómo distribuir el trabajo dentro del equipo entre el servicio habitual y el delivery/take way? ¿Necesitamos más personal para desarrollar la actividad?

Las franjas horarias cumplen un

papel importante, junto con la infraestructura del establecimiento; el objetivo es obtener el máximo rendimiento al espacio en una horquilla de horas determinadas sin que se solape con el grueso del servicio.

En cuanto a personal, tan solo necesitamos crear un equipo polivalente.

La base del *delivery* está hecha con personal, oferta, elaboración y *packaging*.

La siguiente pregunta es ¿cómo ofrezco la oferta de *delivery*?. Además, ¿canal propio o plataformas digital?

La oportunidad de crear un canal propio, es decir, promover la venta a domicilio entre nuestros propios clientes está relacionada

directamente con la marca, dejan mayores márgenes, control del servicio y una larga lista de beneficios.

A continuación contactaremos con empresas de transporte hasta localizar una que nos facilite la logística necesaria para un transporte correcto, responsable y seguro. Así obtendremos reputación e imagen de marca.

Si optamos por plataformas digitales para ofrecer nuestros servicios, estas serán las encargadas de crear una página web con nuestra oferta, dándole visibilidad, y desarrollándonos un estudio de competidores por el segmento de producto de venta. Con imágenes digitales, para dar mayor soporte.

La página web estará conectada al servicio de reparto. Desarrollarán un servicio de promociones que estarán vinculados a los posibles clientes a través, por ejemplo, de SMS.

host | Milano
INTERNATIONAL
HOSPITALITY EXHIBITION



22-26
OCTOBER
2021

fieramilano

NEW SHAPES OF
HOSPITALITY

host.fieramilano.it

f t i in p y

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY


FIERA MILANO

El hielo protagonista en los cocktails

El coñac tiene un incalculable valor en la Coctelería. Su carácter intenso y personal, junto con la amplia gama de marcas en las que se encuentran matices enormemente variados, proporcionan la base para todo tipo de cócteles.

Presentamos en esta ocasión tres grandes cócteles en los que se combinan tres protagonistas: el co-

ñac o *brandy*, frutos rojos y el hielo. Todos ellos aportan sus particulares características organolépticas a

nuestras sugerencias, como Valentine, Very Special y Bramble Henny.

Valentine

Ingredientes:

5 cl de coñac Hennessy VS.
5 hojas de menta.
4 frambuesas.
2 cucharaditas de azúcar blanco.
2 cl de zumo de lima.
2 golpes de Angostura Bitter.
Top de *ginger beer*.

Elaboración:

Mezclar en vaso alto las frambuesas con hojas de menta y aplastar con un mortero, procurando no romper la menta.

Agregar coñac, zumo de lima y azúcar. Sumar hielo picado, remover con una cuchara y completar con *Ginger Beer*.

Decorar con frambuesas y gotas de Angostura Bitter.



Very Special

Ingredientes:

5 cl de coñac Hennessy.
2 cl de puré de frambuesa.
2 cl de zumo de limón.
Top de *ginger ale*.
Hielo.
Hielo pilé.

Elaboración:

Mezclar en una coctelera con hielo el coñac con puré de frambuesa y zumo de limón; agitar bien.

Servir el cóctel en un vaso alto con hielo y terminar con *ginger ale* hasta completar. Decorar con *stick* de frambuesas.



Bramble Henny

Ingredientes:

5 cl de coñac Hennessy.
2 cl de licor Crème de mûres.
2 cl de zumo de lima.
Top de soda de frutos rojos.
Hielo picado.

Elaboración:

Mezclar en un vaso bajo coñac con zumo de lima. Agregar hielo picado, soda de frutos rojos y remover. Sumar licor Crème de mûres. Decorar con frambuesas.



Hoshizaki, la importancia del hielo

El hielo es para el barman, lo que el fuego para el cocinero. Esta es una de las principales premisas para Hoshizaki al ser consciente de que el frío es la clave del *cocktail*.



dilución es crucial para que la mayoría de cócteles y refrescos conserven el aroma y el sabor durante un largo periodo de tiempo.

No todas las recetas de cocteles buscan una baja dilución o un hielo que aguante el

características y diluciones diferentes que se adaptan y ajustan a las necesidades de los más exigentes. Formatos exclusivos como el hielo esférico o el cubito XXL, de 120g. Formatos que no sólo aportarán el frío y dilución perfecta, sino que contribuirán a desmarcarte, diferenciarte y destacar.



Esta afirmación se puede demostrar al cobrar el hielo un protagonismo especial cuando está en manos de un barman. Todo buen *bartender* sabe que contar con un hielo de calidad, compacto, seco y de baja

frío eternamente. Hay elaboraciones que exigen, por ejemplo, un rápido enfriado con una leve pero continua dilución.

Hoshizaki dispone de una extensa gama de formatos de hielo, con

¿QUIERES DIFERENCIARTE?

*Disponemos de la más amplia gama de formatos de **hielo** del mercado.*



HOSHIZAKI



La Gastronomía Canaria rica y variada

Canarias es una de las principales despensas de España; prueba de ello es la diversidad de ingredientes y productos autóctonos que posee, como las papas o el gofio. Esto está avalado por un gran nivel culinario de sus profesionales.

Durante demasiado tiempo, hablar de gastronomía en Canarias parecía limitarse a las papas arrugadas y al mojo picón. Eso era así, hasta que el viajero llegaba a las islas y se sentaba en un restaurante o se paseaba por uno de sus mercados. Entonces descubría que la comida tradicional canaria se podía describir en dos palabras: sencilla y deliciosa, pero en ningún caso monótona y aburrida.

Con énfasis en la frescura, los platos canarios de todos los días comprenden carnes a la brasa, a la parrilla o a la plancha. Además de pescados a la parrilla, sancochados o guisados, sopas, guisos y verduras, por supuesto que también papas y mojos como complementos.

Las Islas Canarias, situadas cerca de la costa oeste de África, han sido durante siglos el cruce de caminos entre Europa y América, creando un crisol de influencias culinarias culturales de sus suelos volcánicos que dan a sus productos de cosecha

propia un sabor singular. Históricamente, las islas han sido la primera parada en suelo español cuando los barcos regresaban de las Américas, comenzando así a cultivar e incorporar alimentos de allá a sus dietas, como patatas, judías, tomates, aguacates, papayas, maíz, cacao y tabaco.

La cocina de las islas es una mezcla de algunos elementos nativos guanche, así como comidas españolas, africanas y latinoamericanas. La mejor manera de descubrir una auténtica experiencia culinaria es comer como y con los lugareños.

En la cocina canaria tienen gran presencia algunos ingredientes característicos como el millo (nombre que le dan los canarios al maíz), las papas, que debido al origen volcánico de la tierra tienen una textura distinta, y una gran variedad de pescados propios de la zona, como la vieja, el mero, el cherme, pez naufragio, la damisela, el dentón, la lubina, el besugo, la boga, la caballa y el pez

loro. Y, por supuesto, el reconocido internacionalmente plátano de Canarias, una de las frutas más completas y sabrosas que existen.

Pero si algo eleva la gastronomía canaria son sus productos con denominación de origen. Como el resto de países de Europa, España cuenta con determinados productos a los que se les concede la etiqueta de Denominación de Origen Protegida (DOP) para proteger y promover la calidad y autenticidad de determinados platos y alimentos regionales. Ya en el siglo XVI, los colonizadores importaron una variedad de cepas no autóctonas a Canarias, que luego se adaptaron a la naturaleza volcánica de la tierra. Como resultado, existe una gran variedad de vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) exclusivos de las Islas Canarias. En casi todas las islas hay deliciosos vinos con los que poder sentir la fuerza de los volcanes en cada sorbo. También, sus quesos de cabra y oveja elaborados tradicionalmente, que cuentan con un amplio reconocimiento en todo el mundo.

Aunque cada isla tiene sus propios productos y platos característicos, algunos son comunes a todas ellas. Estos son algunos de ellos:

“Papas *arrugás*” (patatas): es un descubrimiento español en América. Las de Canarias no se parecen en nada a las de la península. La tierra volcánica y el clima en el que se cultivan producen las famosas papas, que son más pequeñas, con una textura y un sabor únicos.

La forma tradicional de cocinar estas papas es hervidas con su piel y mucha sal y aderezadas con una cobertura de mojo picón. No hay que



Papas Arrugadas y Mojo.

pelarlas ya que se despreciaría la mayor parte de su sabor.

Mojo Picón: es una salsa picante compuesta de ajo, aceite de oliva, pimiento rojo o verde, comino, sal y vinagre. Esta salsa tradicional se sirve con casi todos los platos de las islas. El mojo verde incluye cilantro o perejil.

Rancho canario: es una sopa de fideos hecha con pollo, cerdo, garbanzos y una selección variada de verduras y papas.

Ropa Vieja: consiste en un guiso hecho con pollo, cerdo o ternera con verduras; incluye garbanzos y papas. Su nombre proviene de que tradicionalmente se elabora con sobras de otras comidas, sobre todo del tradicional puchero. Es difícil probar la misma receta dos veces ya que cada restaurante hace la suya de manera diferente.

Pollo y conejo al salmorejo: es pollo adobado con ajo, cocinado en vino blanco y sazonado con comino, orégano, pimentón y tomillo. Conejo al salmorejo sigue la misma receta, pero con conejo.



Conejo al Salmorejo.

Adobo de cerdo: es una salsa marinada de pimentón, orégano, ajo, sal y un generoso trago de vinagre de Jerez. La carne de cerdo cocida a fuego lento es tan tierna que se desprende del hueso con facilidad.

Puchero canario: es similar al cocido madrileño en el que el caldo del guiso se escurre y se toma como



Puchero Canario.

sopa en un primer plato, mientras que el segundo plato es la carne y las verduras del guiso. La diferencia entre los dos cocidos radica en los ingredientes. El puchero canario incluye calabaza, repollo, batata, cerdo y vaca.

Gofio: es el ingrediente más reconocido de la gastronomía canaria. Es una harina elaborada a partir de granos tostados de trigo o millo con múltiples usos. Se utiliza para hacer desde bolas de masa para sopas, salsa y hasta helados.

Uno de los platos más conocidos a base de gofio es el escaldón, que es gofio mezclado con un caldo a base de pescado.



Gofio.

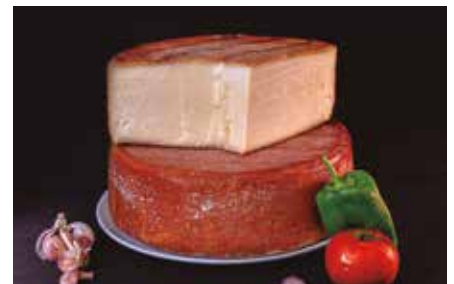
Sancocho canario: está elaborado con pescado fresco cocido, salado y condimentado. Se sirve con una mezcla de gofio y papas arrugadas con mojo picón. Este último es imprescindible para saborear el contraste entre el dulzor, picante y el toque salado.

La receta del sancocho canario se exportó a varios lugares de Latinoamérica debido a los enormes

movimientos migratorios que sufrió la población de Canarias.

Cabrito adobado: está elaborada con carne de cabrito o baifo, como también se le conoce. El adobo está impregnado de hierbas aromáticas como orégano, laurel y tomillo, además de generosas cantidades de ajo.

Queso de cabra: las dos variedades más deliciosas son el Queso Majorero, elaborado en Fuerteventura, denso y con una cáscara de pimentón, y el Queso Palmero, elaborado en la isla de La Palma.



Queso Palmero.

Tenerife obtiene las mejores calificaciones por su queso de cabra ahumado de Arico. Tampoco hay que perderse los quesos curados de oveja o mezcla. Todos los años los quesos canarios resultan premiados en los World Cheese Awards.

Bienmesabe: es un puré dulce y suave hecho con almendras molidas, yema de huevo, azúcar, ralladura de limón y canela. Elaborado en Gran

Canaria, famoso por sus almendros, se suele servir con helado o nata.

Barraquito: otra de las delicias canarias es su café. Un Barraquito es un *espresso* fuerte con leche condensada y un chorrito de licor 43. El Barraquito original comenzó en la isla de Tenerife, pero ahora se puede encontrar en todo Canarias.



Barraquito.

Especialidades específicas

Además de todos estos platos que se pueden encontrar en Canarias, existen especialidades características de cada isla:

Tenerife

A pesar de la gran tradición pesquera de Tenerife, la isla ofrece también carnes de gran calidad. Aunque las más consumidas sean las de cerdo y vacuno, generalmente asadas o acompañando guisos, las carnes de conejo y de cabra son las más celebradas tanto por la población local como por los turistas. Y es que Canarias cuenta con tres especies autóctonas de cabra muy reconocidas a nivel internacional, la carne del cochino negro, una especie autóctona apreciada por su sabor. La carne de fiesta, las costillas con papas o el conejo en salmorejo son algunos de los platos más demandados.

Si nos gusta la miel, no hay que perder la oportunidad de probar la extraordinaria variedad de deliciosos néctares de Tenerife. La más singular y exquisita es posiblemente la miel elaborada con polen de la planta Tajinaste, que florece de mayo a

junio en el cráter del volcán del Teide.

Otras variedades incluyen mieles multiflorales de costa, de colina y montaña, y mieles especiales de castaños y aguacates. Las mieles tinerfeñas son un reflejo de la diversidad de climas de la isla, al contar con 13 variedades de miel diferen-

tes, siendo la DOP con más variedades de miel reconocidas de las existentes.

Gran Canaria

Mantenido en secreto durante siglos en el pequeño pago de los altos de Santa María de Guía, el queso de flor es uno de los más buscados en Gran Canaria; es un queso graso o semigraso con Denominación de Origen Protegida desde 2010. Se elabora fundamentalmente con leche de oveja canaria, pero lo que le hace único de Canarias es que utiliza un coagulante vegetal, la flor del cardo. Presenta una corteza poco consistente de color amarillento y un interior cremoso y graso de sabor ligeramente amargo.

El bienmesabe, que se encuentra en todas las islas, es un dulce tradicional elaborado en la isla de Gran Canaria, en la ciudad de Teje-

da, conocida por la abundancia de almendros con los que se elabora el postre. Una mezcla de azúcar, almendra, yema y canela que marida perfectamente con los helados.

Fuerteventura

La gastronomía majorera, cuyo nombre proviene de Majo, los habitantes primitivos de Fuerteventura, destaca por sus platos elaborados con productos locales y sus recetas poco grasas. El pescado es el producto más popular en Fuerteventura, sobre todo las **viejas**, que se suelen preparar sancochadas (cocidas). También es habitual la conocida cazuela de pescado con gofio y lapas, mejillones, burgados y caracolillas. Siguiendo con los pescados, un aperitivo típico son los **pejines**, similares a los boquerones, que se preparan fritos, a la parrilla o secos al sol.

También la carne tiene su lugar en Fuerteventura, en especial la de cabra. Entre las recetas más populares a base de carne de cabra, figura el **puchero majorero**, sabroso cocido local.

Seguramente el producto más característico de Fuerteventura es el queso majorero. Sus orígenes se remontan a más de 2000 años y era el alimento más frecuente de los guanches. Está elaborado con leche de cabra y un 15% de leche de oveja; ha sido el primer



El Teide, escenario de los mejores platos.

queso canario con denominación de origen.

En su corteza tiene la huella de hoja de palma, que se utiliza para moldearlo; lo más común es que se frote con pimentón, aceite o gofio. También se puede comer frito.

La Palma

Postres, licores, frutas, frutos secos, carnes y pescados forman parte de la extensa lista de productos locales que conforman la gastronomía palmera, donde coexisten una cocina sencilla y tradicional con una más elaborada y vanguardista. En lugares como San Andrés y Sauces el aprovechamiento de los cañaverales es muy antiguo. Este fue el origen del sabroso y tradicional ron de La Palma.

La abundancia de cañaverales obligaron a transformar el azúcar en dulces, mermeladas, conservas, bizcochos y rosquetes. El dulce palmero más conocido es la Rapadura. Tiene forma cónica y sus ingredientes principales son miel de caña, gofio, azúcar, almendra, canela y limón. Otros dulces populares son los almendrados, pequeñas tortitas de pasta de almendra con azúcar y huevo cocidas al horno.

La Gomera

El **Almogrote** es un producto propio de La Gomera y una de las joyas de su gastronomía. Similar al paté, está elaborado con queso curado (en origen se usaban los trozos que quedaban duros), pimienta, tomate y aceite, aportando un sabor sabroso y ligeramente picante, ideal para acompañar con el pan o papas. Para disfrutarlo como los lugareños, hay que untarlo con mantequilla en el pan en capas gruesas.

La miel de palma, que puede llevar a equívocos creyendo que es de la isla vecina y que es miel, y ni una cosa ni la otra, es la reina de la cocina gomera y es el resultado de la cocción de la savia de la palmera hasta espesarla a punto de caramelo. Hoy es un símbolo de La Gomera. Posee un sabor intenso, utilizado por los chefs como condimento que se sirve con quesos, carnes y postres dulces. Un derivado es el **gomerón**, que se obtiene con la mezcla de la miel de palma y el aguardiente de parra. Hay quienes la beben incluso a modo de refresco, pero su sabor, intenso y contundente, lo convierten en uno de los grandes productos tradicionales de la isla.

Lanzarote

En Lanzarote, una delicia típica proveniente del mar son las **lapas**, pequeños moluscos marinos que, cocinados con ajo, perejil, sal, aceite de oliva y vino blanco, resultan sabrosos. Por supuesto, también se les suele añadir mojo picón.

También del mar procede otros de sus platos más populares, el atún en adobo, que se cocina con un majado hecho a base de ajos, pimienta, laurel, pimentón, aceite, tomillo, orégano, vinagre y sal. Esta mezcla de ingredientes da como resultado un gran plato aromático.

Pero sin duda lo más característico de la isla son sus **vinos**, muchos con denominación de origen.

Gracias a las particulares condiciones climatológicas de Lanzarote y a su naturaleza volcánica, las vides que crecen en la isla proporcionan un vino con unas características únicas, como el Vino de Malvasía, blanco y dulce.

Es aconsejable visitar la zona vinícola de La Geria, conjunto de excavaciones cónicas en la tierra volcánica, que acogen la vid y la protegen del viento con pequeñas paredes de piedras.

El Hierro

La cocina de El Hierro es el fiel reflejo de una sociedad rural con ingredientes locales característicos, marcados por la pureza de su tierra y sus productos, sus tradiciones y la influencia de otras culturas y tiempos. Como en todas las Islas Canarias, abundan los postres; aquí el más popular son las **quesadillas de El Hierro**, que se elabora con queso y anís como ingredientes principales.

Entre los platos de cuchara abundan los potajes, como el de berros o el de ñame, la sopa herreña o el rancho de papas. También si es un amante del pescado, se puede disfrutar de la vieja a la plancha, los tollos (tiras de carne de pescado secadas al sol) y de la variedad de productos cocinados en parrilla.



Quesos con miel.

Pescados Basilio fusión de tradición y modernidad

Congelados Basilio, es una empresa de carácter familiar dedicada a la comercialización de productos alimenticios frescos y congelados con una amplia y longeva implantación en el noroeste de España, que ha decidido ampliar y potenciar su presencia nacional.



Basilio, Mar y Mayje, máximos responsables, han sabido adaptar a Congelados Basilio en una empresa eficaz y moderna.

Congelados Basilio goza de buena salud financiera con un volumen de negocio superior a los 23 millones de euros, lo que depara una plantilla de 58 empleados, una flota de 36 vehículos y una cartera de más de 2.000 clientes regionales, nacionales e internacionales. Importa productos de varios puntos del mundo y exporta a diferentes países de América, Europa y Asia.

Esta pequeña gran empresa asturiana, ubicada en el polígono Puente Nora de Siero, está dirigida por Basilio Castro, Mar Castro y Mayje Castro (Consejeros Delegados), nietos de Basilio Castro Ballesteros, su fundador.

Esta larga correa de transmisión intergeneracional da idea del compromiso y la seriedad con que las tres generaciones de empresarios han afrontado su labor en el tiempo para garantizar una cartera de clientes heredada de padres a hijos con prestigio y reconocimiento a nivel regional que pocas empresas poseen.

La actividad empresarial básica de **Congelados Basilio** es la compra, proceso y comercialización de sus propios

productos, para ello dispone de unas instalaciones punteras en el norte de España con más de 6.000 m² de superficie, destinando 5.500 m³ de capacidad de almacenaje en frío industrial y 1.000 m² de sala de producción con la última generación en maquinaria y

procesos productivos.

Otras actividades de la empresa son una cetárea y depuradora propia de mariscos y moluscos vivos; el transporte frigorífico nacional con vehículos pesados, desde su filial Logitransfrío Basilio S.A, y en Barcelona a través de Tasman Sea S.L., dedicada en exclusiva a la importación y exportación, fundamentalmente, de producto procedente de Asia y venta al por mayor y exportación.

En lo que a cifras se refiere, posee más de 6000 m² de superficie industrial; superficie de frío, 5.500 m³; superficie de oficinas, 350 m²; volumen de ne-

gocios más de 23 millones, con un nivel de proceso de 2.500 toneladas anuales y más de 2.000 clientes, entre ellos gran porcentaje de Hostelería y venta *retail* en grandes cadenas de distribución moderna, con proveedores de todo el mundo de la máxima confianza y calidad.

Todos estos datos plasman nítidamente el perfil de una PYME pujante, sana, plagada de proyectos y líder en su sector.

El presente fruto, de un gran pasado

Toda gran empresa, como **Congelados Basilio**, es fruto de su gran pasado. Corría la incierta primera década del siglo XX cuando un joven y avisado emprendedor de origen leonés (maragato para más señas) decidió establecerse en Oviedo y fundar una pescadería en la comercial plaza de El Fontán, en pleno centro de esta bella y vetusta ciudad. Eran tiempos difíciles en los que el trabajo duro, al que tanto él como su esposa Consuelo se entregaron, no era garantía de éxito. Pero quizá por el carácter simpático y cercano de la pareja, o tal vez por lo inusual del nombre de él: Basilio... el hecho fue que prosperaron, y ese nombre empezó a asociarse con la venta de pescado fresco no sólo en la ciudad, sino también en el Principado de Asturias. Y aún hoy se asocia.

Después de la pescadería de El Fontán, la joven pareja abrió otra en Oviedo a la que siguió una más en Cimadevilla con la primera cetárea de mariscos de Asturias. Antes de darse cuenta, necesitaron un



Congelados Basilio dispone de unas modernas instalaciones.



El pasado de Congelados Basilio, lleno de esplendor e historia.

centro logístico, que abrieron en el polígono de Puente Nora a escasos dos kilómetros de Oviedo. Eran tiempos de bonanza que la pequeña empresa familiar supo aprovechar. A Basilio Castro se le ocurrió la novedosa iniciativa de construir cámaras de congelación industriales y alquilar su uso, especialmente para productos del mar, como mandaba la tradición familiar. Su hijo Jesús, padre de los actuales gerentes, terminaba sus estudios y se incorporaba a la vida laboral. La empresa pasó a llamarse Frigoríficos industriales Basilio.

Jesús Castro Alonso, hijo primogénito de Basilio, demostraba grandes dotes como gestor y una ilimitada capacidad de innovación y adaptación a los tiempos. La empresa se consolidó. La gran mayoría de los restaurantes ovetenses y de las zonas centrales de Asturias eran clientes y amigos; las pescaderías funcionaban y los frigoríficos también.

El polígono Puente Nora (donde, por cierto, su calle principal luce el nombre de Basilio Castro) crecía y se convertía en el pulmón empresarial de la zona. La empresa familiar funcionaba a pleno rendimiento y abría rutas comerciales a oriente y occidente. Su flota de camiones isotermos de última generación abastecía restaurantes, pescaderías y plazas de abastos por toda Asturias y empezaban a extenderse a las regiones limítrofes. Paulatinamente, Jesús fue cediendo el testigo a sus tres hijos, para disfrutar de una merecida jubilación.

“Mi padre fue un trabajador incansable; no recuerdo verle de vacaciones” apunta su hija mayor, María Jesús. “Si en su época las furgonetas de las pescaderías de toda Asturias venían a por el gé-

nero a las cinco de la mañana, algunas, las de oriente y occidente, incluso antes. Nuestros camiones de reparto ya estaban cargados a las seis de la mañana y salían en todas direcciones, algunos hasta Galicia, Cantabria o León y, claro, para supervisar todo ese tráfico mi padre tenía que estar ahí antes que nadie”, asegura su segunda hija, María del Mar.

Un futuro con gran proyección

“Las empresas que se queden ancladas en los métodos de producción y comercialización del pasado, por muy efectivos y funcionales que les resultaran entonces, están condenadas a desaparecer.” comenta, Mayje Castro (Consejera Delegada, 54 años).

“Los mercados se amplían y, en ocasiones, se reducen, fluctúan y evolucionan, los sistemas de comunicación y gestión se globalizan, lo que ayer era novedad hoy se queda anticuado y, en este aparente caos, las empresas que no dispongan de la flexibilidad necesaria para adaptarse a estas situaciones cambiantes y comprenderlas perderán su nicho de mercado.”, añade Mar Castro (Consejera Delegada, 52 años).

Para afrontar estas realidades incontrovertibles, **Congelados Basilio** se ha dotado de una amplia red informática que incluye: equipos informáticos, programas de gestión, sistemas de comunicación, videoconferencias y teletrabajo, entre otros elementos.

Del mismo modo, sus instalaciones disponen de los más modernos equipos robotizados, como estanterías móviles, líneas de procesado y envasado automáticas, productos envasados al vacío y en atmósfera protegida, además de una de las principales cetáceas con cetáceos vivos del Cantábrico (en las que ofrecen, por ejemplo, centollos, bogavantes, andaricas y langosta) y la depuradora de bivalvos con sus filtros de carbono, lámparas UVA

y ozono. Todo bajo el más estricto control de calidad en los diferentes procesos, incluso en las cámaras de congelación, con comprobación *online* de existencias y de entradas y salidas.

También destaca su logística, con una amplia flota de camiones y furgonetas en continua comunicación con la central y entre sí las 24 horas del día, con el objetivo de atender cualquier circunstancia excepcional y asegurar un servicio puntual y efectivo.

Congelados Basilio cuida hasta el último detalle para ser una empresa puntera, por ejemplo, en el área de Contabilidad. Las facturas, albaranes, cobros, adeudos y cualquier dato financiero o contable de la jornada se comparte en tiempo real *online* con la central, facilitando las tareas del repartidor, del oficinista y reduciéndose virtualmente a cero la posibilidad de error.

Los hermanos Castro tampoco olvidan la presencia de **Congelados Basilio** en redes sociales y así disponen de una eficaz y completa red social. Mayje Castro, que no se considera una *community manager* profesional, comenta “que la presencia de la empresa en redes es un imperativo en los tiempos que corren. Os invito a que nos visitéis”.

Congelados Basilio ha creado una plataforma de venta *online* con un amplio surtido de productos congelados, tanto para mayoristas como al detalle, al ser conscientes de que el servicio de pedidos a domicilio es un imperativo de futuro y que la pandemia actual no ha hecho más que acelerarlo.



Un futuro lleno de esplendor.

Asesoramiento jurídico

Desde la creación de la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, se viene prestando, de forma ininterrumpida, el servicio de asesoramiento jurídico especializado en Hostelería. En este departamento desempeñamos las siguientes funciones:

Asesoramiento jurídico: sobre todas las cuestiones que afectan al sector. El Departamento de Asesoría Jurídica ofrece a sus asociados la posibilidad de obtener un asesoramiento integral en todos los asuntos que afectan a la Hostelería. El asesoramiento que se ofrece abarca las cuestiones jurídicas en cualquier ámbito del derecho, tanto en el plano consultivo como

judicial, desde la más simple consulta hasta el más complejo recurso ante el Tribunal Supremo.

Este servicio supone el compromiso de disposición permanente de AMER, absoluta confidencialidad, respuesta inmediata y adecuada resolución de los conflictos cuantas veces lo necesite.

Información: de las novedades legislativas y jurisprudenciales que puedan resultar de interés.

El asesoramiento se realiza no sólo a través de conversaciones y reuniones personales, sino también mediante la información periódica que se remite a los asociados por medio de circulares, relativas a las modifica-

ciones legales que se publican en el Diario de las Comunidades Europeas, Boletín Oficial del Estado, Boletines Autonómicos y comunicándoles 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 dicho convenio.

Esta posición ofrece la posibilidad de dar un asesoramiento especializado sobre esta norma convencional. Esta tarea de participación en la negociación colectiva es asumida por la asesoría jurídica de la Asociación.

La Hostelería denuncia el “muro” al que se enfrenta

Hostelería de España y una representación de sus asociaciones territoriales empresariales, entre ellas AMER, ha realizado un acto simbólico el 16 de marzo delante de la sede del Tribunal Supremo en Madrid, para hacer balance del año de la declaración del primer Estado de Alarma por la pandemia del COVID-19. En este encuentro se han denunciado los doce meses que llevan encontrándose con el “muro” de las Administraciones y han manifestado las reclamaciones patrimoniales acumuladas hasta el momento. La patronal de Hostelería espera seguir recopilando más reclamaciones patrimoniales hasta el 1 de junio.

Los datos interanuales del sector muestran que, desde el inicio de la pandemia en marzo de 2020, la Hostelería ha sufrido el cierre de 100.000 establecimientos y una pérdida de más de 70.000 millones de euros, lo que su-

pone una caída de la facturación superior al 50% y en algunas zonas, donde el peso del turismo es mayor, llega casi al 80% de establecimientos cerrados.

Los hosteleros también han denunciado el nivel de empleo perdido, al alcanzar 300.000 personas, que junto con los trabajadores en ERTE, el total de puestos de trabajo afectados se aproxima a los 750.000. Hay que tener en cuenta que casi la mitad de los trabajadores del país en ERTE pertenecen al sector hostelero y representan siete de cada diez empleos perdidos.

Además, en la manifestación se han

demandado soluciones a las necesidades prioritarias para la supervivencia del sector. Se ha reclamado que las ayudas directas anunciadas por el Gobierno llegan tarde para los 100.000 establecimientos que han tenido que cerrar este año, lamentando que a estos negocios hosteleros no les ha quedado más remedio que recurrir a la vía judicial, a través de reclamaciones patrimoniales



La Hostelería no está dispuesta a pagar los platos rotos

La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, junto con Hostelería de España y Hostelería Madrid ha organizado el 9 de febrero un acto simbólico de protesta delante del Ministerio de Hacienda, que se

celebró simultáneamente en distintas provincias del territorio nacional como Navarra, Valladolid, Cantabria, Murcia, Almería, Segovia, Ávila, La Rioja, Ciudad Real, Asturias, Lugo y León, entre otras.

En la acción se han roto unos platos como metáfora de la situación que vive la hostelería un año después del inicio de la pandemia. Para los organizadores, el sector sigue pagando “los platos rotos” debido a la falta de

ayudas directas y a la criminalización, convirtiéndose en uno de los más afectados por las restricciones impuestas desde el gobierno nacional y los autonómicos.

Las medidas en España, alejadas de las políticas de ayudas directas que han impulsado países como Alemania o Francia, están ahogando de manera sostenida a la hostelería, dejando unas cifras que ya superan los 70.000 millones de euros de pérdidas en la facturación y que ha obligado al cierre a más de 85.000 bares y restaurantes. Este desgaste del tejido empresarial lleva consigo una inevitable pérdida de puestos de trabajo que puede alcanzar un millón y medio de empleos

entre directos e indirectos.

Después de siete años consecutivos de cifras récord en turismo, el año 2020 ha cerrado con los peores datos registrados hasta el momento. España ha perdido cerca de 65 millones de turistas y 72.000 millones de euros, respecto al año anterior.



Acuerdo AMER Consejo Regulador D.O. Vinos de Madrid

La Asociación Madrileña de Empresa de Restauración, AMER, ha firmado el 15 de marzo un acuerdo de colaboración con el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de Madrid para desarrollar una línea de formación básica sobre los vinos de la Denominación orientada a personal de hostelería con el fin de ampliar su conocimiento de las distintas bodegas y referencias incluidas en la Denominación de Origen.

A la presentación del acuerdo han asistido, entre otros, el Presidente del Consejo Regulador, Antonio Re-

guilón, el Presidente de AMER, Antonio Galán, y el Director Gerente del IMIDRA, Sergio López.

Estas jornadas de cata y formación estarán supervisadas e impartidas por el Consejo Regulador y desarrolladas en colaboración con la Asociación, que tendrán lugar en el Centro de Innovación Gastronómica (CIG) de la Comunidad de Madrid. Constarán de diez sesiones que se celebrarán los lunes. En ellas se podrán catar 5 o 6 referencias de bodegas pertenecientes a la Denominación.



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.

**KIT PARA
COVID-19**

La magia está en la sala

“La calidad y prestigio de un restaurante se consigue a través de la profesionalidad y coordinación de las brigadas de Sala y de Cocina. Sí faltase alguna de ellas la calidad se vería resentida.”

Alfonso Villarejo, Responsable de F&B y Sumiller.



A lo largo de las últimas décadas, hemos visto como los chefs han pasado de la oscuridad a la intensidad de los focos mediáticos. Este encumbramiento estratosférico, que ha convertido la figura del chef en un auténtico *Rock Star*, ha hecho que la experiencia en sala pasase de la relevancia a ser prácticamente denostada. ¿Dónde se empezó a introducir en nuestro inconsciente que todo el mundo valía para camarero?

Durante estos años, la proyección del chef haciéndolo más visible, ha llevado al anonimato a personas que son los capaces de crear en la sala esa magia necesaria para que la atmósfera se impregne de felicidad, sueños y emociones. La tendencia actual ya no es solamente por el placer de comer, donde los chefs

han sido los dueños absolutos, sino en la búsqueda de experiencias y estas sólo se viven en la sala.

El eterno “enfrentamiento” entre Sala y Cocina hay que entenderlo como la simbiosis de dos equipos con un mismo fin, al que hay que sumar la interacción con el cliente. De nada sirve que la comida sea fabulosa si el servicio es malo, como a la inversa. La cocina tiene un papel representativo fundamental, pero el servicio tiene que ser el vehículo para transmitir lo que la cocina quiere decir. Desde la bondad, la generosidad, la representación en la sala y la hospitalidad que una sala desprende. Cuando todo esto sale bien, la experiencia convierte al cliente en huésped; y a partir de ahí, todo es diferente.

La sociedad ha evolucionado enormemente en estos años. Por eso el tipo de cocina y de servicio han tenido que evolucionar por igual, porque es una consecuencia de la evolución social. Ahora se atiende a cada huésped, a cada mesa, o a cada grupo, según su propio micro clima emocional y nuestra percepción. Esto ha hecho que el servicio se haya desacomplejado, que esté marcado más por la empatía, la simpatía, que haya perdido el miedo, se haya convertido en algo más flexible y no tan rígido, llevando toda la connotación emocional.

La sala es ese teatro en donde los actores tienen que saberse el guión y representarlo cada día en su mejor versión. Pero es un guión abierto, con un sinfín de aspectos que hacen que

cada servicio sea diferente. Un buen camarero debe estar bien formado para que cada representación se pueda realizar sin problema, sabiendo de cocina, servicio, nutrición, psicología y de sociología. Un camarero es una persona del Renacimiento. Es un humanista con mayúsculas que consigue no sólo la felicidad de sus huéspedes, sino hacer magia. Esa es la magia del servicio.

Actualmente estamos en una época muy dinámica en donde estamos escuchando constantemente que las empresas se tienen que digitalizar. Pero ¿cómo vas a digitalizar un servicio que se basa en el trato humano? Se están realizando muchos avances en esta área. En la bahía de San Francisco, un lugar hermoso y fantástico donde los haya, se ha experimentado en varios establecimientos con servicio proporcionado



por robots. ¡Esto sólo se podía dar en la cuna de Silicon Valley! Pero están fracasando, ¿por qué?

Durante un tiempo, había varios restaurantes robotizados: Eatsa, con ventanas futuristas donde coger la comida; CafeX, donde un macro robot te sirve un café; o Creator, un inmenso robot que hace hamburguesas, patrocinado por Google. Pero, a día de hoy, Eatsa cerró en julio de 2019, centrándose en el *software* para restaurantes y llegando a un acuerdo con Starbucks. CafeX cerró el establecimiento en San Francisco, pero aún le quedan abiertos dos más, uno en el aeropuerto y otro en San José. Creator sigue funcionando, pero porque ha encontrado una simbiosis entre fabricación robotizada y atención humana. Esta es la tendencia actual, como se puede ver en innumerables sitios, donde puedes hacer un pedido a través de una máquina o kiosco y cuando llegas a la zona de recepción, ya la tienen preparada. Un servicio rápido

y en donde la IA solo vale como una gran telecomanda.

Es por eso que hay que poner en valor la figura del camarero, una persona honesta, discreta, con sentido del humor, empatía, cercano sin ser impertinente y dominador del arte de

estar en el sitio adecuado en el momento justo. Siempre buscando que nuestros huéspedes estén mejor que en su casa, con atención exquisita y que su razón de ser es que todos sean felices.

¡La cuenta, por favor!



SEBASTIAN
SUITE

ARTÍCULOS 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

HIP2021, una vuelta a la normalidad

La hoja de ruta para la recuperación post-Covid, la sostenibilidad, el *boom* del *delivery*, la automatización y el auge de la proteína vegetal han sido los temas centrales de esta excepcional edición.



Importante apoyo de las autoridades autonómicas y del Ayuntamiento de Madrid al sector.

La V edición de HIP - Horeca Professional Expo 2021, celebrada del 22 al 24 de marzo, en el recinto ferial Juan Carlos I, ha marcado el pistoletazo de salida de la recuperación de la hostelería, demostrando como, a través de la innovación, reinversión y capacidad de resiliencia, los profesionales hosteleros son capaces de hacer frente a cualquier adversidad. Pero, además, ha supuesto un hito internacional al ser la primera feria profesional celebrada de forma presencial en toda Europa este 2021, además de ser la encargada de reabrir las puertas de IFEMA tras más de un año sin actividad ferial. El evento ha dejado un impacto económico de más de 23 millones de euros en la ciudad de Madrid.

Los expositores y visitantes de HIP han podido comprobar como se garantizaba la seguridad de los asistentes, cumpliendo con los protocolos marcados por las autoridades sanita-

rias. Unas medidas que han comprobado la Presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, que, junto a la Vicealcaldesa del Ayunta-

miento de Madrid, Begoña Villacís, han inaugurado el Salón. Díaz Ayuso ha aprovechado el acto para reiterar su apoyo al sector.

En esta edición, dentro del Hospitality 4.0 Congress, se ha celebrado el primer Summit Safe Horeca, protagonizado por los Hermanos Torres, donde se han analizado las medidas y protocolos que los chefs han implementado para garantizar una hostelería segura, sirviendo así como ejemplo de caso de éxito para otros profesionales hosteleros.

Este año Hotel Trends ha vuelto a recibir a los CEO más representativos del sector como Jesús Sobrino, CEO de Palladium Hotel Group; Kike Sarasola, presidente de Room Mate Hotels y Raúl González, CEO EMEA de Barceló Hotel Group, quienes han debatido sobre la situación actual y el futuro del sector. Además, han destacado la



El Delivery uno de los principales temas analizados.

necesidad de establecer diálogos con la administración, de la que esperan ayudas directas para reactivar el sector.

Por otro lado, la irrupción de la automatización y la digitalización en la hostelería también han formado parte del Hospitality 4.0 Congress. Paco Roncero, quien ha participado en el Summit Foodservice Robotics Pioneers, ha analizado las oportunidades de esta tecnología en la restauración.

Otra de las grandes tendencias que ha explotado tras la llegada de la pandemia es el *delivery*, al tener su espacio en el congreso, protagonizando un debate entre los principales actores del sector como Borja Hernández de Alba, CEO de Burger King España, Patrick Bergareche, CEO de Just Eat España, y Sergio Osona, General Manager de España y Portugal de Deliverect. Las conclusiones principales han sido que este canal de venta ha llegado para quedarse, al ser la principal salida a la crisis sanitaria para muchos negocios de restauración. También han coincidido en la importancia de seguir invirtiendo en él como un nuevo segmento de negocio. Ligado a esta tendencia, se ha analizado las *dark kitchens*, evolución de las cocinas de los restaurantes para convertirse en centros de producción



Las asociaciones personales, como ASEGO, han organizado encuentros.

que sirven a más canales que la sala.

Asimismo ha tenido su hueco la sostenibilidad, al tomar una nueva dimensión tras la llegada del coronavirus. Además, en el Summit People Product Planet, y de la mano de profesionales como Javier Olleros, chef y propietario de Culler de Pau, Juan Diego Sandoval, Director de Coque, Coqueto, o Carlos Zamora, CEO Deluz y Compañía, se han dado a conocer los nuevos enfoques de la restauración para conseguir un negocio de éxito que tenga capacidad de ofrecer alternativas sostenibles a los consumidores más exigentes.

En este sentido, en la zona expositiva, los visitantes han podido conocer la propuesta de viricidas autorizados por Sanidad de Procter & Gamble, P&G, concretamente el Desinfectante desengrasante, el Desinfectante para múltiples superficies y el Limpiador multi-superficies de P&G.

Por su lado, el Grupo Pascual ha presentado Pascual Profesional, marca exclusiva para Horeca, enfocada en dar una solución integral al hostelero.

Otras novedades que han destacado han sido el Drink Zeena, un vino sostenible envasado en la lata destinado al *delivery*. O el nuevo formato de 8 litros de "bag in box" de Bezoza, así como los nuevos *packaging* de Font Vella y Lanjarón en botellas 100% rPET. También en los pasillos de la zona expositiva ha estado presente otra de las grandes corrientes que está sacudiendo el sector: la proteína vegetal, donde Audens Food presentó, entre otros productos, su "empanadilla sin pollo" como alternativa vegana para los consumidores.

Además, firmas líderes como Campofrío, Deloitte, El Tenedor, Fagor, Grosfillex, Heineken, Oms y Viñas, Pascual, Rational, Unilever Food Solutions, Winterhalter, Caixa-Bank, Danone, Estrella Damm, Gallina Blanca y Makro, entre muchas otras, han presentado sus últimas innovaciones.



El equipo de P&G ha mostrado una gran gama de viricidas.

Tendencias decorativas para cuartos de baños

El *wellness* es una tendencia que ha venido para quedarse. Consiste en el equilibrio saludable, entre el nivel mental, físico y emocional que se puede observar en muchos sectores, entre ellos, el *hospitality*.

Loli Moroño, Directora Creativa PF1 Interiorismo.

Fotografías, Iván Casal Nieto.

Estamos ante una tendencia global, de ahí que la industria de los productos relacionados con el baño/*spa* está muy concienciado e interesado en potenciar todas sus bondades, al estar tan relacionados con los beneficios que aporta el mundo del agua, el descanso y la relajación.

En esta carrera por ofrecer algo más y siendo un mercado tan competitivo en el que nos movemos, el *wellness*, *eco-friendly* y *eco-lujo*, pueden ser una buena herramienta para esta ansiada diferenciación con respecto a nuestra competencia.

Os podrá sorprender cómo podemos convertir un baño puramente funcional en un lugar para el bienestar, simplemente sustituyendo algunos elementos.

Otra de las tendencias es todo lo vinculado con el *eco-friendly* y *eco-lujo*. La reconciliación con la naturaleza y nuestro entorno. Si analizamos las novedades de las mejores firmas de cerámica y porcelánicos, podemos observar que están repletas de acabados inspirados en la naturaleza, ofreciéndonos la posibilidad de seleccionar acabados de alta calidad que reproducen magistralmente tramas de maderas naturales, piedras, mármoles o cementos.

Los diseñadores estamos encantados con los grandes formatos y los nuevos espesores de las piezas, que nos facilitan dichas firmas. Para nosotros, las piezas *slim* son grandes aliados para las rehabilitaciones al poderse acoplar, en muchas ocasiones,

sobre el revestimiento anterior.

Pero cuidado con utilizar grandes formatos en las piezas cerámicas, no siempre son recomendables, especialmente en cuartos de baño de escasos metros, al poder complicar su colocación. Generan grandes desperdicios y existe el riesgo de roturas; no siempre el resultado es el esperado.

Un material en boga en estos momentos son los micro-cementos, micro morteros o revestimientos continuos técnico-decorativo. Son ideales para revestir cualquier espacio o elemento que esté en contacto con espacios húmedos o incluso con agua directa. Nosotros (PF1 Interiorismo Contract) los utilizamos en pavimentos, paredes, techos, duchas, bañe-

ras, saunas, lavamanos y muebles de baño. Nos parece un producto interesante a la hora de intervenciones en proyectos, principalmente de renovación. No son necesarias demoliciones porque se puede aplicar sobre el revestimiento actual (siempre previo saneamiento de dicho soporte). Son materiales impermeables en la masa, con gran adherencia y resistencia. Los acabados y los tonos no suelen ser un problema por su gran variedad.

La tendencia del *wellness* también se puede observar en elementos como los sanitarios.

La industria de los sanitarios está apostando por reinventar la experiencia del cuidado personal, potenciando los beneficios del agua por



Alojamiento Turístico Faro Isla Pancha en Ribadeo.

medio de estimular los sentidos a través de la cromoterapia, aromaterapia o hidroterapia.

Seguro que habréis observado que en estos últimos años las bañeras han ido desapareciendo poco a poco de nuestros cuartos de baños de hoteles. Confieso que puede ser un plus, en estos momentos y en ciertas estancias, ofrecer a nuestros huéspedes un apetecible baño relajante en una bañera con formas divertidas o no, realizadas en materiales de última generación, como acrílicos de alta calidad, y fáciles de limpiar garantizan el máximo relax, especialmente si éstas bañeras disponen de funciones de hidromasaje que se complementan con mil accesorios.

Como nueva solución podemos comentar la descontextualización del elemento de bañera, integrándola en las habitaciones y retirándola de su ubicación habitual en los cuartos de baño. Ahora no cubre sólo una función primordial-

mente funcional, sino también de bienestar.

Otra nueva solución es el aprovechamiento de las duchas, gracias a los platos de duchas realizados en resina, que ofrecen la posibilidad de aprovechar todo el largo de pared, lo que facilita la colocación de doble grifería para duchas. Es una solución fantástica para hoteles familiares y hoteles *boutique*.

Es importante prestar atención a la grifería de ducha o bañera, confirmando que permite incorporar varias salidas de agua. Una tendencia es la combinación de varias salidas de agua. Así nuestro huésped podrá diseñar su propia experiencia *wellness*, combinando efectos de lluvia y cascada o de *jest* con bruma, por ejemplo. Pudiendo en algún caso potenciarse a través del color o fragancia.

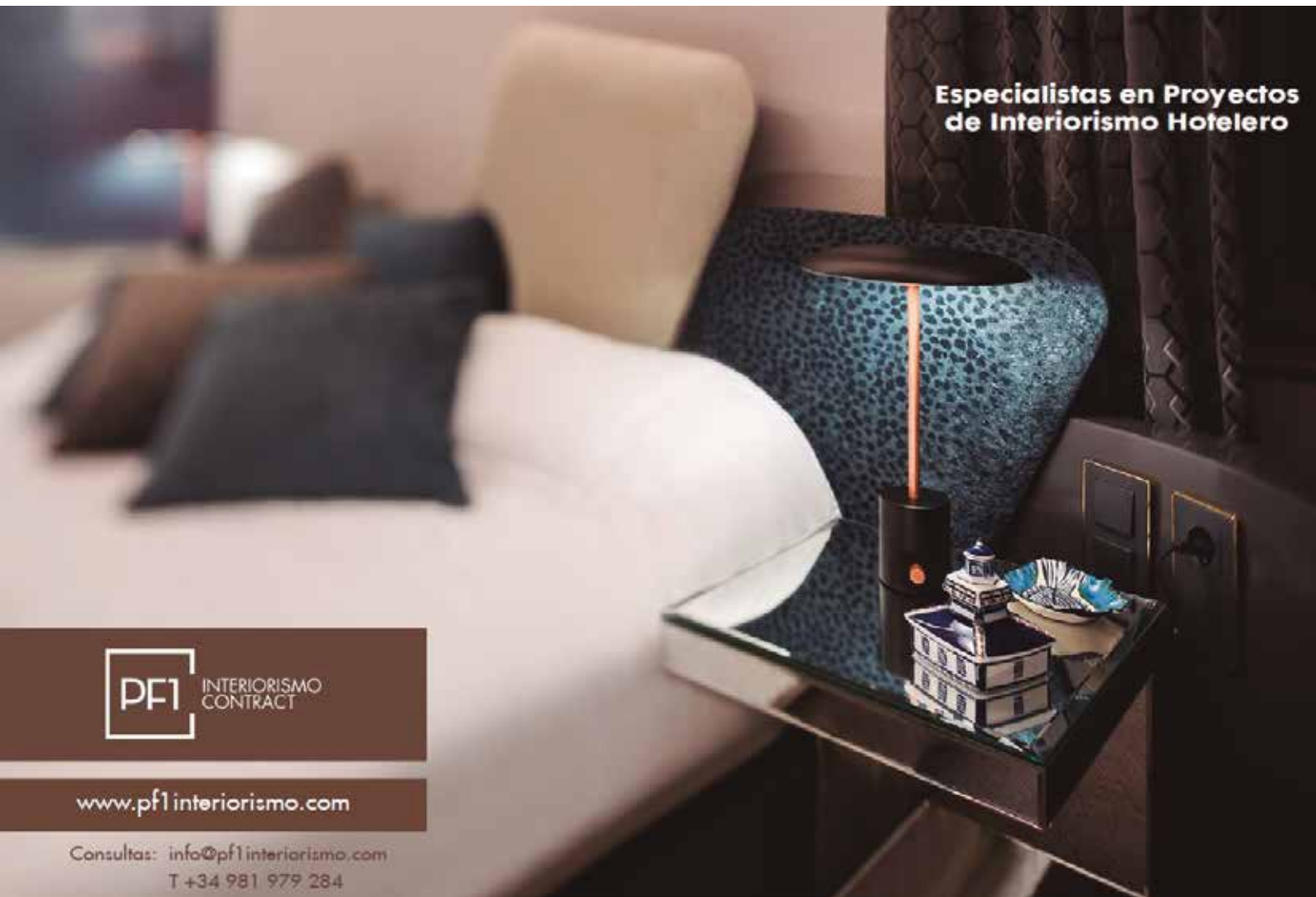
La industria actual ya nos ofrece griferías y accesorios de baños, en diferentes tonos (blanco/negro) y acabados, con garantías. Eso nos ayuda a crear espacios más diver-

tidos. Eso sí, a la hora de prescribir una solución en grifería para ducha o bañera, suelo intentar no dejarme llevar por las novedades, pero sí por utilizar sistemas intuitivos y sencillos.

Si está pensando en cambiar los inodoros, seguro que no se equivocará si los sustituye por un inodoro sin borde de descarga, con caída de agua precisa y sin salpicaduras y prestando una cuidada atención a la eficiencia (bajo consumo de agua).

Las distribuciones de los cuartos de baños están modificándose, a pesar de seguir resaltando el valor de cerrar las zonas privadas y dejando abiertas otras zonas, como el lavamanos o incluso descontextualizando la bañera.

En cuanto a la iluminación, es importante que esté bien calculada, para cubrir su funcionalidad, pero también es interesante realizar escenas que aporten relax para poder disfrutar mejor de un espacio tan importante para el huésped.



**Especialistas en Proyectos
de Interiorismo Hotelero**



www.pfiinteriorismo.com

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

Tres Grifería, garantía anticovid-19

Tres Grifería garantiza con sus nuevos modelos de grifos electrónicos, adaptables y modernos a cualquier tipo de cuarto de baño, el nulo contacto físico y la máxima seguridad anticovid.



La grifería electrónica preserva un espacio limpio con su facilidad de uso, menor consumo y nulo contacto físico. El funcionamiento es simple: se realiza a través de sensores de infrarrojos, que permiten encender y apagar el grifo, garantizando no consumir más agua de la necesaria.

La particularidad de estas nuevas incorporaciones de Tres Grifería es la posibilidad de escoger entre un grifo de lavabo electrónico convencional

(que dispensa agua a través de un sensor) o la versión dúo, que sirve para enjabonarse y lavarse las manos a través del mismo caño del grifo.

Basic de Tres no sólo reúne las características de un grifo electrónico sino que va un paso más allá al caracterizarse por su fácil adaptabilidad a cualquier espacio, como hoteles y restaurantes, aportar tecnología electrónica al servicio del ahorro y por su diseño inclinado y robusto, con lo que

el modelo Basic consigue ser un grifo para lavabo fiable, preciso y adaptable a cualquier entorno.

Basic de Tres aporta:

Sensor fiable: el grifo se activa a través de un sensor con tecnología **TRES** situado en la parte superior del caño, facilitando el accionamiento ante la detección de las manos. El rango de detección se programa fácilmente.

Higiene y seguridad: la activación por movimiento permite usar el grifo sin tener contacto con la pieza, convirtiéndole en totalmente higiénico al ayudar a mantenerlo limpio de huellas o salpicaduras de agua. De esa forma, se evita la posible transmisión de gérmenes o enfermedades, un hecho a tener en cuenta ante la aparición del virus que provoca el covid-19.

Elección de temperatura: la pequeña palanca situada en la parte derecha del grifo regula la temperatura de salida del agua mezclada, resultando de fácil acceso. La temperatura alcanza un máximo 50°C.

Funcionamiento: el grifo funciona a través de la alimentación eléctrica y





con pilas, que garantizan una vida de 500.000 ciclos. De este modo, si falla la corriente, el grifo podrá continuar funcionando.

Confort: el caño inclinado desprende un chorro de agua confortable, con un limitador de caudal constante de 6 l/min. (Presión de uso recomendada: 1-5 bar).

Bajo consumo de agua: el grifo sólo se activa cuando detecta el movimiento de las manos, provocando que sólo consuma agua cuando se requiera, evitándose un gasto superfluo.

Protección: en caso de que el sensor quede activado sin presencia de nadie, al cabo de 60 segundos, el grifo se apaga para no consumir agua en vano. En caso de fallo eléctrico, se cierra automáticamente.

El lavabo electrónico Basic cumple la normativa UNE-EN15091 y ROHS.

Agua y jabón con el nuevo grifo electrónico de Tres Grifería

Otro de los modelos destacados de Tres Grifería es el grifo electrónico dúo, que alterna agua y jabón, permitiendo enjabonarse y lavarse las manos a través del mismo caño del grifo.

Su manejo es tan sencillo como pasar la mano sin tocar para activar sus distintas funciones. Cuando el sensor detecta la presencia de una mano en el lateral del caño, el dispensador se encarga de proporcionar la cantidad de jabón preciso. Una vez enjabonado, colocando las manos debajo del caño, se activa el

sensor frontal para accionar la salida de agua.

La activación por movimiento de estos grifos de lavabo electrónicos permite usarlos sin tener contacto con la pieza, convirtiéndolas en totalmente higiénicas al ayudar a mantener el lavamanos limpio de huellas y salpicaduras de agua. De esa forma también se evita la posible transmisión de gérmenes y enfermedades.

El grifo funciona a través de la alimentación eléctrica y con pilas, garantizando una vida de hasta 500.000 ciclos antes de agotarse. De esta forma, si falla la corriente, el grifo podrá continuar funcionando. En caso de que el sensor quede activado sin presencia de nadie, al cabo de 60 segundos, el grifo se apaga para no consumir agua en vano, y en caso de fallo eléctrico, se cierra automáticamente. Estos nuevos lavabos electrónicos cumplen con la normativa UNE-EN15091.

Los lavabos electrónicos de **Tres Grifería**, tanto de una como de dos funciones, son indicados para baños públicos, incluso cada vez son más utilizados en hoteles *boutique*. Por ejemplo, en un baño de cortesía, donde el espacio es más reducido, un solo grifo libera espacio y evita el contacto con cualquier elemento del baño al tener el dispensador de jabón incorporado. La distancia de detección del sensor se puede ajustar según cada entorno.



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



Reflexiones sobre el marketing turístico

Es necesario replantearse los destinos turísticos ante la necesidad de crear y dinamizar la nueva demanda turística para atraer y fidelizar a los clientes que han estado confinados, inseguros, con dolor, miedo y rotura de equilibrios emocionales.

Doménec Biosca, Presidente de Educatur.



La sociedad precisa una seguridad sanitaria al volver a vivir con libertad, los ocios deseados y socializar. Para conseguirlo es imprescindible que los gestores públicos y sus técnicos, conjuntamente con los líderes empresariales de todas las ofertas de cada destino, dominen estas diez estrategias del Marketing Turístico.

- El mercado son personas: en consecuencia, los clientes, los empleados y los profesionales son las caras de la misma moneda. La seducción funciona cuando el interés por las personas es elevado, vivo, dinámico, crítico, reflexivo y constante.

- Las ideas y los recursos: deben seducir a los potenciales consumidores. Para atraer han de convertirse en productos/ofertas tangibles. Sólo con ideas y recursos no se crean ofertas.

- La atracción de los productos debe rodearse de servicios: que faciliten disfrutar de una sucesión de actos realizados por profesionales públicos y privados, dotados de tecnología para facilitar la satisfacción preservada por los clientes. Al conseguir superarla, provoca su sorpresa positiva, facilitando convertir al cliente en embajador proactivo.

- Sin una fácil accesibilidad, tanto física como tecnológica: con su co-

respondiente fácil contratación, los productos no son atractivos y en consecuencia, el destino no tiene éxito.

- Tener motorizado el álbum de las características de cada uno de los segmentos de los potenciales clientes facilita conocer su lugar de hábitat, edad, sexo, hábitos sociales, nivel de educación y de ingresos. Ésto nos ayudará a planificar las relaciones de seducción con los potenciales clientes, previamente segmentados.

- La calidad que el cliente desea encontrar debe incluir: la calidad su-puesta, aquella que no se pide; se supone que está incluida; la calidad esperada, la que el cliente está convencido de encontrarla gracias al marketing. La calidad sorprendente, es la que el cliente no esperaba encontrarla y la encuentra. Por eso, la valora como elemento diferenciador de la competencia.

- Dentro de cada segmento deberá tratarse de forma diferenciada a los clientes fidelizados que nos conocen, reconocen y valoran la oferta; a los sensibilizados, que conocen y valoran las expectativas de nuestra ofer-

ta, estando abiertos a intercambiar y satisfacer con ella sus necesidades; y a los potenciales, que, debidamente influenciados, podrán sensibilizarse.

- El personal en contacto con los clientes también son marca, si actúan siempre como anfitriones-ventedores-proactivos, con la misión de convertir a los clientes en embajadores proactivos, superando los departamentos cuando actúan como aduaneros.

- La visualización del pacto de confianza de la oferta es un valor fundamental, que se multiplica por cero en el caso de romperse: la comodidad, la información, la accesibilidad física, la accesibilidad de reserva, la seguridad total y las soluciones a los imprevistos no deseados.

- Un destino turístico debe pelear por llegar a tener productos atractivos convertidos en locomotoras como el ocio, la gastronomía, la naturaleza, la cultura, el comercio y veinte más.

El Diablo está en los pequeños detalles, la excelencia consiste en cuidarlos siempre.



Paradores de Turismo apuesta por los textiles inteligentes de Resuinsa

La I+D+I son tres premisas imprescindibles para Resuinsa, al ser pioneros en la implantación de los textiles inteligentes en el sector.



hacen de manera instantánea a la entrada y salida de la ropa, mediante la tecnología implantada. Además, los datos de su medición exacta permiten tomar decisiones precisas sobre las necesidades de reposición, estocaje y vida útil de cada una

lavado, chequeando las entradas y salidas de ropa del parador durante todo el proceso de lavado.

Una apuesta imprescindible por la tecnología

Para **Resuinsa**, que Paradores de Turismo haya apostado por sus textiles inteligentes es un reconocimiento al duro esfuerzo que la compañía ha realizado durante años de investigación y transferencia tecnológica.

Para el Director General de **Resuinsa**, Félix Martí, “esta adjudicación es mucho más que un contrato, es una relación basada en el compromiso por la calidad y la innovación. Una aplicación tecnológica con unos TAGS integrados en las prendas capaces de soportar los lavados industriales y con un software que procesa millones de lecturas, siendo el propio sistema capaz de analizar la trazabilidad de las prendas en tiempo real”.



Paradores de Turismo ha dado un paso más en su digitalización, implantando la herramienta que permite gestionar de manera ágil y rápida todas las dotaciones textiles de las habitaciones, baños y comedores. Mediante concurso público, **Resuinsa** ha sido la encargada de desarrollar esta novedosa aplicación que funciona con éxito en los paradores de Jaén, Costa da Morte, Aiguablava, León y próximamente en Vielha y Arties.

El funcionamiento es sencillo: a través de la incorporación del sistema RFID en los textiles, se puede identificar cada prenda, conocer su localización y durabilidad. Esta herramienta analiza la trazabilidad de estos artículos en tiempo real, a través de radio frecuencia, con unos *tags* capaces de soportar los complejos procesos del lavado industrial, y con un *software* que procesa y analiza millones de lecturas.

El Director de Operaciones de Paradores, Carlos Martínez, destaca que los textiles inteligentes “facilitan enormemente la tarea a nuestros equipos, ya que los recuentos se

de las prendas”.

Con esta solución informática, Paradores mejora el control y gestión de sus dotaciones textiles mediante la identificación, localización, trazabilidad y gestión de las prendas. Esta aplicación genera informes por parador y por artículos, gracias a la integración de datos con el sistema de gestión, lo que redundará directamente en un ahorro de tiempo en las tareas de conteo y control de dotaciones para los empleados del establecimiento.

A través de esta herramienta digital, se conoce la trazabilidad de las prendas, es decir, su mejor aprovechamiento, revisando su vida útil y dándolas de baja por pérdida, desgaste o rotura. También permite conocer las desapariciones por hurto o extravío en la lavandería, así como la verificación de la idoneidad o no de los procesos de



La Asociación Española de Directores e ITH firman un acuerdo de colaboración

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) han firmado un acuerdo de colaboración con el objetivo de trabajar conjuntamente para conseguir un sector más eficiente y competitivo.

Este acuerdo ha sido suscrito por Manuel Vegas, presidente de la AEDH, y por Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General de ITH.

Ambas entidades apuestan por el incentivo de las innovaciones tecnológicas y del cuidado del medio ambiente como punto de apoyo para que el sector retome su actividad. También son conscientes de la importancia de la formación del personal, elemento clave en el desarrollo del negocio turístico.

Esta tarea de participación en la negociación colectiva es asumida por

la asesoría jurídica de la Asociación.



La Mesa del Turismo acoge tres nuevos miembros

La Mesa del Turismo, asociación empresarial y profesional que promueve acciones de influencia en favor del sector turístico y mayor reconocimiento económico y social, ha nombrado en su último Consejo Directivo a tres nuevos miembros, concretamente a Manuel Vegas Lara, Presidente de la Asociación Española de Directores de Hotel, AEDH; Doménec Biosca Vidal, Presidente de Educatur y colaborador de nuestra revista HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, HR; y Carlos Díaz Ruiz, Presidente de la Federación de Hoteles de Castilla y León.

Juan Molas, presidente de la Mesa del Turismo, afirma que con este nombramiento se refuerza valores destacados del asociacionismo empresarial.

Entre los asociados de la Mesa

del Turismo figuran profesionales tan conocidos como Juan Ignacio Collado, presidente de la Asociación de Agencias de Incentivos (I'M+); Diego Fuen-

tes, CEO de Tourism Optimizer Platform; y Antonio Guevara, decano de la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga.



La Asociación preocupada por la situación de Canarias

El presidente de la AEDH de Canarias, Juan Pedro González, con la solidaridad y el apoyo del presidente nacional de la AEDH, Manuel Vegas, y los Presidentes de la AEDH de las Comunidades Autónomas de Madrid, Cataluña, Roberto Torregrosa; Murcia, Cantabria, Castilla La Mancha, Galicia, País Vasco y Baleares han presentado una misiva a la Presidenta de la Comisión Europea, Úrsula

Von Der Leyen, en la que le dan a conocer el desamparo que está sufriendo Canarias por la dejación de funciones y responsabilidades del equipo de gobierno español y canario en el control de la pandemia (Covid-19) y del control de la inmigración ilegal en los puertos y aeropuertos canarios.

El presidente de la AEDH de Canarias, Juan Pedro González, considera además que es incom-

prendible la situación de desamparo que está padeciendo Canarias por parte del gobierno español y canario, donde la inacción de los responsables políticos está permitiendo que sigan llegando viajeros y pateras de emigrantes sin control a puertos y aeropuertos canarios. Con ello, se está vulnerando el Derecho a la Salud de los europeos, y concretamente de los canarios.

Numatic



Adaptabilidad a cualquier entorno

Gama Versacare



- Fabricados con **plástico reciclado** de alta calidad con **tecnología ReFlo**.
- **Fibra Structufoam**, calidad exclusiva de Numatic.
- Amplia gama de accesorios.
- Alta modularidad, **configuración personalizada** con nuestra APP **Nu-Design**
- **Adaptables a cualquier sistema de limpieza y desinfección de superficies.**

* **Diseña tu propio carro, Fabricados para durar, Ambientalmente sostenibles**

NUMATIC INTERNATIONAL IBERIA
Máquinas y Sistemas de limpieza



+34 93 647 22 22



info@numatic-iberia.com



www.numatic.es



C/ La Forja, 41. 08840 Viladecans
(Barcelona)





¿Lavandería interna o externa?

Disponer de lavandería en un establecimiento hotelero, hospital o residencia despierta disparidad de criterios entre las gobernantas; lo que sí coinciden todas es en tener un *stock* de ropa suficiente.

En esta ocasión presentamos a reconocidos profesionales de hospitales asociados de ASEGO, que nos explican los motivos por los que tienen o tendrían en sus establecimientos una lavandería. Estos son: Domingo Delgado Villa, del Complejo Hospitalario de Jaén y Vocal de Otras Entidades de ASEGO; Rocío González, del Hospital La Paz de Madrid; Carmen Martínez Sánchez, del Hospital Reuma-Sol, de Alfaz del Pi (Alicante); Mercedes Vicente Aparicio, del Hospital Vithas de Málaga; y Lucía Vigo, de la Residencia Mayores de Marín, Pontevedra.

¿Qué supone una lavandería en su establecimiento?

Domingo Delgado: La lavandería en mi centro de trabajo lava la ropa del Complejo Hospitalario de Jaén, que está compuesto por el Hospital Universitario Médico-Quirúrgico, Hospital Neuro-Traumatológico, Hospital Doctor Sagaz y Puerta de Andalucía, además del distrito sanitario de Jaén y varios centros de salud.

Entre las ventajas de disponer de lavandería hospitalaria, se encuentra la renovación reciente de las lavadoras industriales, que han supuesto un lavado más rápido y efectivo con una gestión más eficiente de los detergentes en los ciclos de lavado.

En cuanto a los inconvenientes, la coexistencia de dicha maquinaria nueva de lavadoras con otra más antigua, cuyo mantenimiento preventivo ya no es suficiente al estar frecuentemente averiándose, lo que conlleva un parón del ciclo de lavado y el retraso de la cadena de lavado, secado y planchado.



Domingo Delgado Villa – Complejo Hospitalario de Jaén.

Rocío González: Supone el control de algunos artículos (prendas) que si enviásemos fuera serían difíciles de recuperar en su totalidad y si no, tardarían mucho en devolverse. Algunos de estas pueden ser contenciones para sujeción de pacientes, pijamas especiales para enfermos psiquiátricos (sin cintas ni botones y elaborados por nuestras propias costureras) y cobertores de neonatos.

Las ventajas que suponen son el control de esos artículos tan es-

peciales a pesar que es un espacio pequeño. Cada vez se acumulan y se lavan más cosas que deberían de poder entrar en el circuito normal de ropa sucia.

Carmen Martínez Sánchez:

La lavandería interna tiene más ventajas que inconvenientes. En primer lugar tienes la opción de ir adaptando los lavados, en función de tejidos, prendas, temperaturas, tiempos de lavado, detergentes y agentes desinfectantes.

Hay que tener en cuenta que en estos establecimientos se está más en contacto con infecciones, con lo que un buen lavado y una desinfección son claves. Además nos preocupa dar el máximo cuidado a los tejidos para prolongar su vida útil.

Por todo esto es por lo que si el establecimiento tiene su propia lavandería, con su propio personal, puede haber un mayor y mejor control. Aquí radica el mayor inconveniente: la necesidad de personal especializado para el servicio de estos establecimientos, que algunas direcciones de los centros no entienden.



Rocío González, Hospital La Paz de Madrid.



Carmen Martínez Sánchez, Hospital Reuma-Sol, de Alfaz del Pi (Alicante).

Mercedes Vicente Aparicio:

Tener lavandería propia supone disponer de la ropa necesaria en función de las necesidades. También tienes el control y cuidado de la ropa en cuanto al tratamiento que se le da, durabilidad y roturas, a pesar de verte obligada a tener un *stock* mayor para cubrir todas las necesidades. Tener lavandería propia obliga a contar con una plantilla suficiente para realizar el trabajo que conlleva.



Mercedes Vicente Aparicio, Hospital Vithas de Málaga.

Lucía Vigo: En una residencia pequeña, la lavandería es necesaria para tratar la ropa de nuestros residentes en el mismo centro y evitar posibles pérdidas y deterioros. A nivel económico sería más rentable externalizar, pero preferimos ofrecer calidad e inmediatez.



Lucía Vigo – Residencia Mayores de Marín, Pontevedra.

¿Cuál es la tendencia actual de la lavandería?

D.D: La tendencia es una bajada drástica del lavado de ropa hospitalaria debido a la COVID-19, que ha hecho que el Hospital Universitario de Jaén reduzca casi a la mitad los pacientes hospitalizados, con la consiguiente reducción de ropa sucia, y a la vez se ha disparado el lavado de ropa contaminada. De hecho, antes de la pandemia la ropa contaminada se reducía a un par de bolsas rojas, (color utilizado para distinguirla del resto de la ropa), mientras que ahora se ponen varias lavadoras de 80 kilos con ropa contaminada en estos tiempos de la COVID-19.

R.G: En nuestro caso, Ilunion recoge la ropa sucia y la devuelve, supuestamente, a las 24 horas. Lavan a numerosos hospitales de Madrid y tienen diferentes plantas.

C.M.S: Por desgracia la tendencia es externalizar las lavanderías, provocando que los servicios sean cada vez menos personalizados. El tipo de clientes que tenemos en estos centros necesitan un servicio personalizado.

M.V.A: La tendencia es externalizar el servicio, tanto por ahorro en costes de personal, adquisición y mantenimiento de equipos como en la inversión en la compra de ropa. El *renting* es la modalidad más extendida al permitir contar siempre con ropa suficiente y en perfecto estado.

L.V: Actualmente, y debido a las circunstancias, la tendencia en las lavanderías es priorizar la higiene y desinfección, también ahorrar costes. Eso conlleva un servicio peor para nuestros residentes, pues el uso (abuso) de altas temperaturas y desinfectantes acelera el deterioro de los tejidos, especialmente los delicados.

No podemos quejarnos de nuestra equipación; disponemos de dos

lavadoras y dos secadoras industriales, una lavadora doméstica para prendas delicadas, un centro de planchado profesional y una calandra para ropa de cama y mantelería.

¿Qué equipos incorporaría a su lavandería?

D.D: La lavandería del hospital debería apostar por la sustitución de la calandra grande, donde se planchan las sábanas, y de la calandra pequeña, en la que planchamos las entremetidas, fundas de almohadas y uniformes de personal, al no ser suficiente su mantenimiento preventivo.

Además, se debería dotar al servicio de una tolva para transportar la ropa sucia desde el muelle hasta la zona de carga, donde se seleccionarían la ropa antes de meterla en las lavadoras.

R.G: En cuanto a la planta de Mejorada del Campo, hay que tener en cuenta que es bastante antigua y que la mayoría de equipos y máquinas también lo son. Esto hace que muchas ocasiones se estropee algún equipo y haya retrasos en la entrega y calidad. Sería conveniente la renovación de las máquinas, pero se trata de una empresa pública y no depende de las personas que dirigen la planta.

C.M.S: Cuando finalice la pandemia, incorporaría maquinarias de desinfección más específicas y rápidas. Si algo he aprendido, es la importancia de una buena desinfección para nuestra vida y salud.

M.V.A: una calandra con plegador es una inversión rentable y práctica.

L.V: Necesitaríamos más espacio para poder trabajar con holgura; modernizar el mobiliario y un sistema eficaz y sencillo para el marcaje de la ropa de residentes y uniformidad, al estar utilizando ahora cinta termoadhesiva y rotulador permanente.

Electrolux Professional, avalado por HACCP International

La solución de lavandería Línea 5000 y los equipos Línea 6000 de Electrolux Professional cumplen con los más estrictos procedimientos de HACCP. Estas gamas de lavadoras y secadoras son las únicas soluciones de lavandería certificadas por HACCP International.

HACCP es un sistema de gestión de seguridad creado para la industria alimentaria, pero también muy importante para las operaciones de lavandería, ya que la ropa blanca y las prendas contaminadas pueden tener un impacto negativo sobre las personas en numerosas situaciones, estén o no relacionadas con la alimentación.

La implementación de los procedimientos HACCP en la lavandería es importante en el sector alimentario; las ropas de trabajo y uniformes limpios son cruciales para mantener controlados ciertos puntos críticos, porque si las operaciones de lavandería no pueden garantizar la limpieza y descontaminación de las prendas, éstas pueden convertirse en un riesgo.

Las operaciones de lavandería representan un papel esencial en el sector hospitalario al ser las ropas de trabajo y las personales puntos críticos.

La elección de la lavadora correcta es vital porque los procesos de gestión pueden corregirse, pero si un equipo no cumple con los estándares, entonces hay que sustituirlo. Saber elegir el correcto es importante.

Lavadoras comerciales en operaciones de lavandería HACCP

Los puntos críticos de control relacionados con una lavadora comercial son:

Ciclos de lavado: ¿cómo están diseñados? ¿pueden alcanzar temperaturas lo suficientemente altas como para matar a los patógenos?

Uso de productos químicos: ¿los productos químicos utilizados en el ciclo de lavado son capaces de acabar con los patógenos?

Extracción de agua: al final del ciclo de lavado, la colada se asienta sobre agua tibia. El calor húmedo favorece la proliferación de bacterias y patógenos, por lo que es importante minimizar el tiempo de exposición a dichas condiciones.

Temperatura de secado: las temperaturas altas pueden garantizar el control sobre la proliferación de bacterias al destruir el calor los patógenos. Sin embargo, también pueden estropear la ropa, por lo que una secadora comercial que pueda alcanzar rápidamente una temperatura alta sin mantenerla mucho tiempo es la mejor opción para secar eficientemente la colada y neutralizar los patógenos.

Una manipulación rápida y segura de la ropa evita posibles riesgos de contaminación y un diseño ergonómico facilita estas operaciones.

Mantenimiento: si la maquinaria puede auto-monitorizarse e informar

de los fallos, es posible evitar que se ejecuten ciclos de limpieza en una máquina que no funciona correctamente, lo que podría crear condiciones favorables para la contaminación.

Un servicio y mantenimiento rápido y adecuado, a menudo ofrecido por el proveedor, puede contrarrestar problemas y riesgos relacionados.

Electrolux Professional, como buen fabricante, solo usa materiales de calidad, de forma que la ropa no entra en contacto con piezas deterioradas ni con el entorno.

La solución de lavandería Línea 5000 y los equipos Línea 6000 de Electrolux Professional cumplen con los más estrictos procedimientos de HACCP: Así, las lavadoras y secadoras como las lavadoras de barrera, planchadoras y soluciones adecuadas son las únicas soluciones de lavandería certificadas por HACCP International.





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

Por Eurovent Certita Certification, el organismo de certificación líder en Europa para la climatización interior, la ventilación y la calidad del aire, el proceso de enfriamiento y la cadena de suministro alimentario frío.
Photostop (J.Groh-Telns Images • Getty Images / C.Barber-Telns-AG), Warts

Productos P&G Professional, viricidas del Ministerio de Sanidad

El desinfectante desengrasante, el desinfectante para múltiples superficies y el limpiador multi-superficies de Procter & Gamble Professional han sido incluidos en el listado oficial de viricidas autorizados del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

Los tres productos, que ya eran reconocidamente bactericidas, han demostrado acabar también con el 99,9% de los virus encapsulados en menos de un minuto, siendo dos de ellos eficaces en 15 segundos.



Certamen Gastronómico de Madrid

Rubén Amro y Agus Herrera, jefes de cocina del Hotel Box Art y de Marepolis, se han proclamado vencedores del Certamen de Cocina de la Comunidad de Madrid, organizado por ACYRE Madrid. Ambos representarán a Madrid en el Campeonato Nacional que organiza la Federación de Cocineros y Reposteros de España, FACYRE.

La pareja ganadora, que ha obtenido un premio de 2.000 euros, se ha impuesto con dos recetas, cuyos ingredientes principales han sido rabo de ternera IGP Sierra de Guadarrama, un producto a su elección con M de Madrid Calidad Producto Certificado y lombarda del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (iMiDRA).



Pascual Professional, centrado en la Hostelería



Grupo Pascual crea Pascual Profesional, marca exclusiva para Hostelería y enfocada en dar una solución integral al hostelero. Con el reto de posicionarse en el top 3 de distribuidores de España, Pascual trabajará en Horeca sobre 3 palancas: ser un aliado de referencia, seguir desarrollando su propuesta de valor integral (productos y servicios) y aprovechar las oportunidades del entorno digital.

Pascual Profesional ofrece al hostelero una plataforma relacional, más allá del e-Commerce, en la que incluye productos y servicios. Según Tomás Pascual “queremos llegar al 15% de las ventas del canal a través de nuestra plataforma Pascual Profesional”.

Makro crea un marketplace digital

Makro crea un nuevo canal de venta digital para Hostelería. La oferta de este nuevo canal está centrada en un surtido de no alimentación compuesto por más de 20.000 referencias.

A través de este Marketplace, tanto proveedores nacionales como internacionales pondrán a la venta sus productos de no alimentación para el canal Horeca. Este lanzamiento se enmarca dentro del proyecto internacional de Metro, que pretende ampliar su oferta omnicanal para ayudar al sector.

Makro también ha reforzado su marca propia con cerca de 400 referencias nuevas.



Alimentaria y Hostelco apuestan por 2022

Fira de Barcelona, ha reestructurado su calendario ferial, apostando para este año por Gastronomic Forum Barcelona que coincidirá en las mismas fechas

(del 18 al 20 de octubre) con Alimentaria FoodTech, salón sobre transformación y conservación de alimentos, en una semana dedicada a la sostenibilidad alimentaria. Semana que Barcelona celebrará ser la Capital Mundial de la Alimentación Sostenible 2021.

Gastronomic Forum Barcelona se organizará en el recinto de Montjuïc, ampliando su formato habitual al sumar la oferta de expositores de Alimentaria & Hostelco que deseen asistir. Por este motivo la institución ferial ha decidido potenciar este evento en otoño y celebrar Alimentaria & Hostelco del 4 al 7 de abril de 2022, recuperando su periodicidad bienal en años pares y garantizando sus niveles de participación y asistencia internacional.



Mahou San Miguel logra un resultado positivo en 2020

El grupo cervecero Mahou San Miguel ha obtenido en 2020 unos resultados que pasan por la caída de su beneficio neto de un 98%, hasta los 2,3 millones de euros, situando sus ventas globales en 17,7 millones de hectolitros, con un descenso del 36,4% en Hostelería. Ha apoyado a Hostelería con 200 millones de euros.

La cervecera ha cerrado el año con una plantilla de 3.887 profesionales, un 10,1% más, y ha puesto el foco en asegurar su bienestar e impulsar su desarrollo. También ha mantenido su compromiso con la Sostenibilidad e invertido más de 14 millones de euros en impulsar la protección del entorno y la acción social. Mahou San Miguel afronta 2021 volcada en la recuperación de la actividad hostelera y en su transformación para garantizar el futuro de su negocio.



Posidonia de Carmela Martí

Carmela Martí presenta “Posidonia”, primera colección integral de textiles reciclados para *hospitality* procedente de envases de plástico del mar. La colección abarca todo tipo de tejidos decorativos.

Esta colección abarca todo tipo de tejidos decorativos de un hotel, desde visillos y oscurantes, hasta colchas, cojines o *plaids*, cumpliendo las normas más exigentes que el sector requiere. Además, estos tejidos están acreditados con el certificado Global Recycle Standard, que garantiza el origen y proceso sostenible a lo largo de toda la cadena de producción, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados por la Agenda 2030 de la Unión Europea.

Según Carmela Martí “se trata de una colección de textiles decorativos sostenibles que permitan cerrar el círculo de consumo, sin perder un

ápice de diseño ni funcionalidad”. Los tejidos están confeccionados con dos tipos de fibras recicladas en diferentes proporciones. Por un lado,



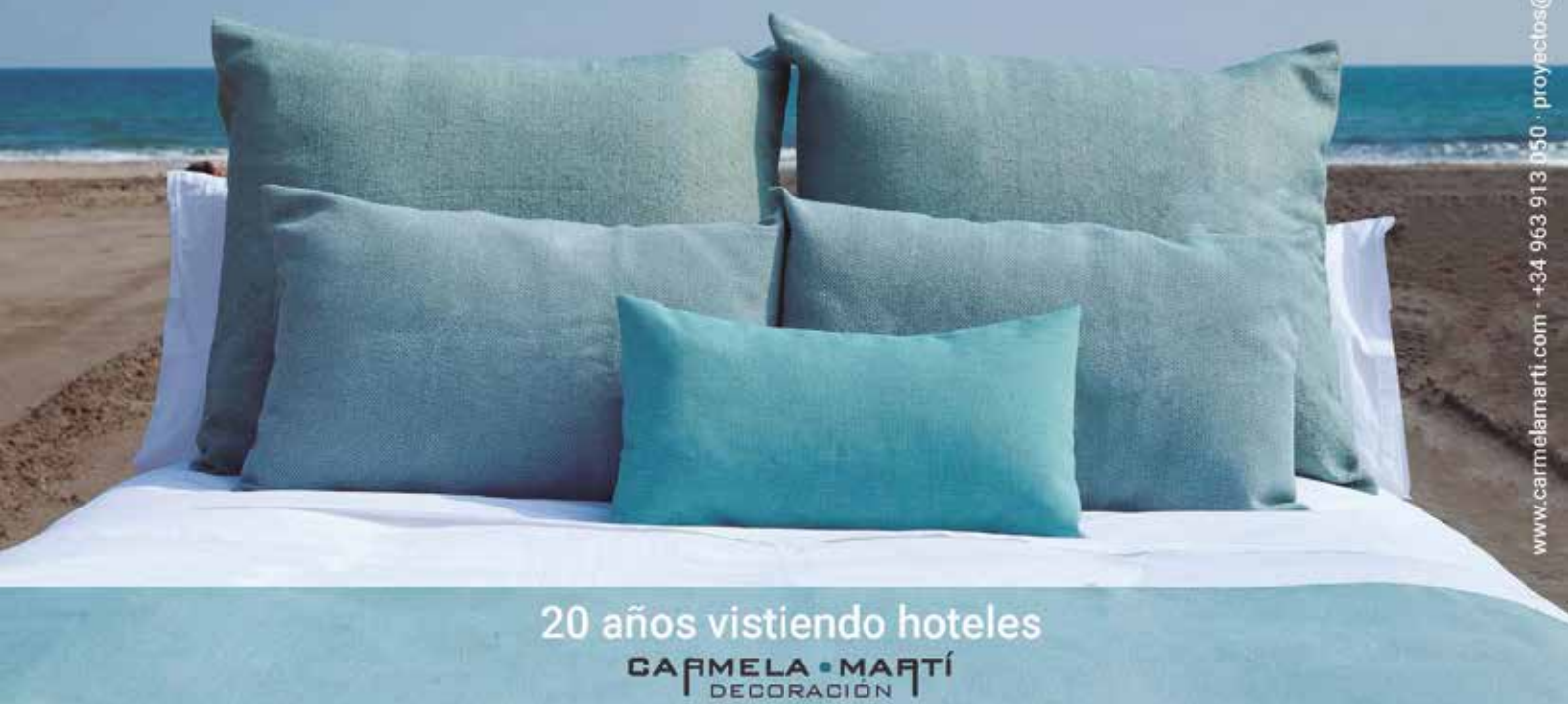
poliéster procedente de botellas de plástico y envases, hechos con PET (tereftalato de polietileno), que proceden de deshechos encontrados en el

mar. La otra fibra es algodón reciclado, que se produce a base de prendas de este material, que se cortan en pequeñas piezas de las que se extrae una nueva fibra. La principal ventaja que ofrece Posidonia es que ofrece una solución al impacto medio ambiental.

Como el algodón reutilizado se elabora mediante prendas de este tejido clasificado por colores, no es necesario volver a tintar, lo que supone un ahorro de agua y reducción de elementos químicos procedentes de los tintes. Esta colección ha sido bautizada como Posidonia en referencia a las cualidades que tiene el alga del Mediterráneo del mismo nombre.



Interiorismo textil que
cambia el mundo



20 años vistiendo hoteles

CARMELA • MARTÍ
DECORACIÓN

Nuevos envases de García de Pou

García de Pou presenta su nueva marca registrada Thepack para su innovador packaging de cartón, fabricado con tecnología nano-micro. Thepack® es biodegradable, ligero, resistente y proporciona gran aislamiento térmico. La nano tecnología hace que los envases sean más fuertes, ligeros y térmicos permitiendo mantener la temperatura interior más tiempo.

La nueva colección Thepack está compuesta por: conchas (hamburguesas, hot dog, panini), cajas (lunch box, large lunch box), fritos (cajetillas fritos, cucuruchos), cajas estancas (cajas americanas, envases multiuso), fast food (palas, bandejas, barquillas), take away y delivery (maletas transporte, caja universal, bandejas self service) y pizza (cajas octogonales).



Font Vella Gas, la apuesta con gas de Font Vella

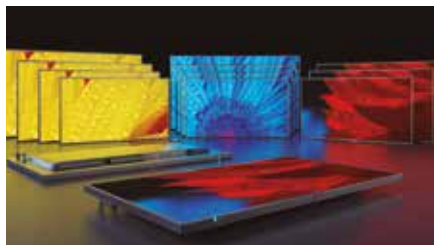
Font Vella, de Aguas Danone, se estrena en el mercado del agua con gas, un segmento en crecimiento según datos de IRI España que señalan que ha crecido un 0,9% durante el último año a pesar de la Covid-19.

La composición nutricional de Font Vella Gas se caracteriza por ser un agua con gas de burbujas ligeras, sabor suave y no salado que ofrece un toque delicado al paladar, convirtiéndole en ideal para consumir en cualquier momento. Font Vella Gas cuenta con el sello 'Superior Taste Award' del International Taste Institute.



Pantallas de gran formato de Sharp NEC

Sharp NEC Display Solutions Europe, proveedor mundial de tecnología y soluciones profesionales para digital signage, ha presentado su nueva gama MESSAGE de pantallas de gran formato de última generación. La innovadora familia comprende tres series: NEC MESSAGE Essential (ME), NEC MESSAGE Mainstream (M) y NEC MESSAGE Advanced (MA). Los nuevos modelos de pantalla ofrecen total flexibilidad, facilidad de uso y un amplio conjunto de funcionalidades que incluyen señalización básica, convencional y profesional, tanto para entornos comerciales como corporativos.



Crem, gama mini de la espresso EX3

Crem ha creado una nueva gama de cafeteras compacta de la EX3 con un tercio de su tamaño pero con todas las ventajas de la versión original.

Las nuevas opciones EX3 Mini, disponibles en uno o dos grupos, sólo miden 550 mm de ancho y se pueden personalizar, tanto externamente como desde el punto de vista técnico del mismo modo que sus equivalentes de tamaño completo, a fin de garantizar que los operadores

puedan crear una máquina con el aspecto y las funciones operativas que necesitan. Desde la selección del color y el acabado hasta el tipo de indicadores luminosos, indicador de presión y panel de control.



Colección Val de Laufen

Los nuevos lavabos Val están fabricados con material cerámico extrafino y resistente desarrollado por Laufen y que el diseñador alemán Konstantin Grcic ha transformado de una manera nueva e innovadora.

La colección Val de Konstantin Gric para Laufen ha incorporado nuevos diseños de lavabos compactos y exigentes. El material cerámico ultrafino y resistente de Laufen resulta predeterminado para este tipo de lavabos. Con sus finas paredes y un reducido radio de curvatura, los lavabos diseñados por Laufen, ocupan poco espacio y hacen que todos los baños, especialmente los pequeños, parezcan más limpios y claros.



Chocolates Valor completa Auténticos Cacaos

Chocolates Valor continúa revolucionando el segmento de los cacaos solubles con la gama Auténticos Cacaos. En ella el cacao es el principal ingrediente. como muestra su nuevo cacao soluble Intenso 50% Cacao, que viene a sumarse al Cacao Negro 70% y el Cacao Puro 100% natural, integrantes de la gama.

El soluble Intenso 50% Cacao de Valor se caracteriza por ser soluble, su sabor a chocolate negro y con matices afrutados.



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 Oleícola 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. Naválpotro, S. L.

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



Bases preparadas

Confi letas

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 Puerto 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 - Vilamalla - Girona



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



Congelados

Congelados Basilio

Telf.: 985 26 01 65
Puente Nora, Calle E, 4
www.congelados-basilio.es
33420 Lugones, Asturias



Distribución Hostelería

Makro

Paseo Imperial, 40
Tel. +34 913 219 885
www.makro.es
28005 Madrid



Distribución de pescados

Pescados Basilio

Telf.: 985 26 01 65
www.pescados-basilio.es
Puente Nora, Calle E, 4
33420 Lugones, Asturias



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



Instrumentos de medición

Instrumentos Testo, S.A.

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



Lavandería

Lavandería Asfam

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



Limpieza profesional

Ecolab

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



IPC Hospitality Solutions

Pol. Ind. Vallmorena
C/ Salvador Alberti Rivera, 7
Telf.: 902 116 563
comercial@ipcleaning.net
www.ipcleaning.net
08339 Vilassar de Dalt, Barcelona



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



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



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



Soluciones Limpieza Profesional

PROCTER & GAMBLE

PROFESSIONAL

Avda. de Bruselas 24
- 28108 Alcobendas -
Madrid
Tel: 900 801 504



Tapicerías

Gancedo

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



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



Uniformes

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





GRUPO PIKOLIN CONTRACT

Pikolin Grupo Contract es una de las unidades de negocio de Grupo Pikolin dedicada exclusivamente al equipamiento de la industria hotelera internacional.

Con una experiencia de más de 70 años, garantizando altos niveles de calidad y servicio, abastece en los 5 continentes, a las principales cadenas hoteleras españolas y grupos hoteleros del mundo.

Nuestra filosofía es que la estrecha colaboración con nuestros clientes es esencial para el adecuado cumplimiento de sus necesidades.

Para ello tenemos directores de ventas especializados que dan asistencia directa y hacen que cada proyecto se gestione de manera excelente, comenzando por la adaptación a las necesidades de nuestros clientes: productos únicos, innovadores diseños y medidas especiales.

Somos una compañía del descanso líder en innovación y con el mayor número de patentes del sector, capacitada para aportar soluciones únicas para proyectos y necesidades.

La producción está sometida a los más estrictos controles de calidad bajo estrictas normativas internacionales IQnet, ofreciendo una amplia gama de servicios de valor añadido, tales como almacenamiento, transporte o montaje del producto en cualquier parte del mundo.

Por todo ello Grupo Pikolin es líder del mercado europeo de descanso y contract.



Tfno: +34 914 85 28 30
www.grupopikolincontract.com

¡Entra y siéntete seguro!

Lavavajillas hygiene&clean con un grado de desinfección A0 de 60 (99,999%)

*Proceso de desinfección certificado

STAY SAFE!



Certified disinfection process!*



• Sentiti al sicuro. I lavagile disinfettate con processo certificato*
• Seguridad garantizada! (Proceso de desinfección certificado)*
• Soyez en sécurité! Processus de désinfection certifié!*
• Bleiben Sie Gesund! Zertifiziertes Desinfektionsverfahren!*
• För din trygghet. Diskgodset desinficeras*

*According to DIN 6909/ISO 2, A 0 level as defined in UNI EN ISO 15853-1
Disinfection is certified as "High level of disinfection" (HLD) or "other levels of disinfection" in the Glossary
Guidance for Disinfection and Sterilization in Healthcare Facilities by the Centers for Disease Control and Prevention (CDC)

Desinfecta tus platos con hygiene&clean y mantén a tus clientes seguros

*Proceso de desinfección certificado