



Hostelería y Restauración N° 100

Revista técnico profesional de restauración, hostelería e industrias afines

PROFESIONAL

Pascual

Dar lo mejor

Toda la entrega

Restaurador, sabemos que no es fácil dar de comer a tantos, sin dejar de atender caja, cafés y lavaplatos.

En Pascual Profesional llevamos más de 50 años dándolo todo por profesionales como tú.

pascualprofesional.com

Pascual
Dar lo mejor

Portavoz oficial:



Asociación





ÚNETE A LA REVOLUCIÓN COOK&CHILL

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

Descubre una experiencia Cook&Chill increíble.

ELECTROLUX PROFESSIONAL SKYLINE, EL NUEVO HORIZONTE EN LA COCINA.

Para más información, llama al tel.: 91 747 54 00
o envía un correo electrónico a
marketing.es@electroluxprofessional.com



#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.

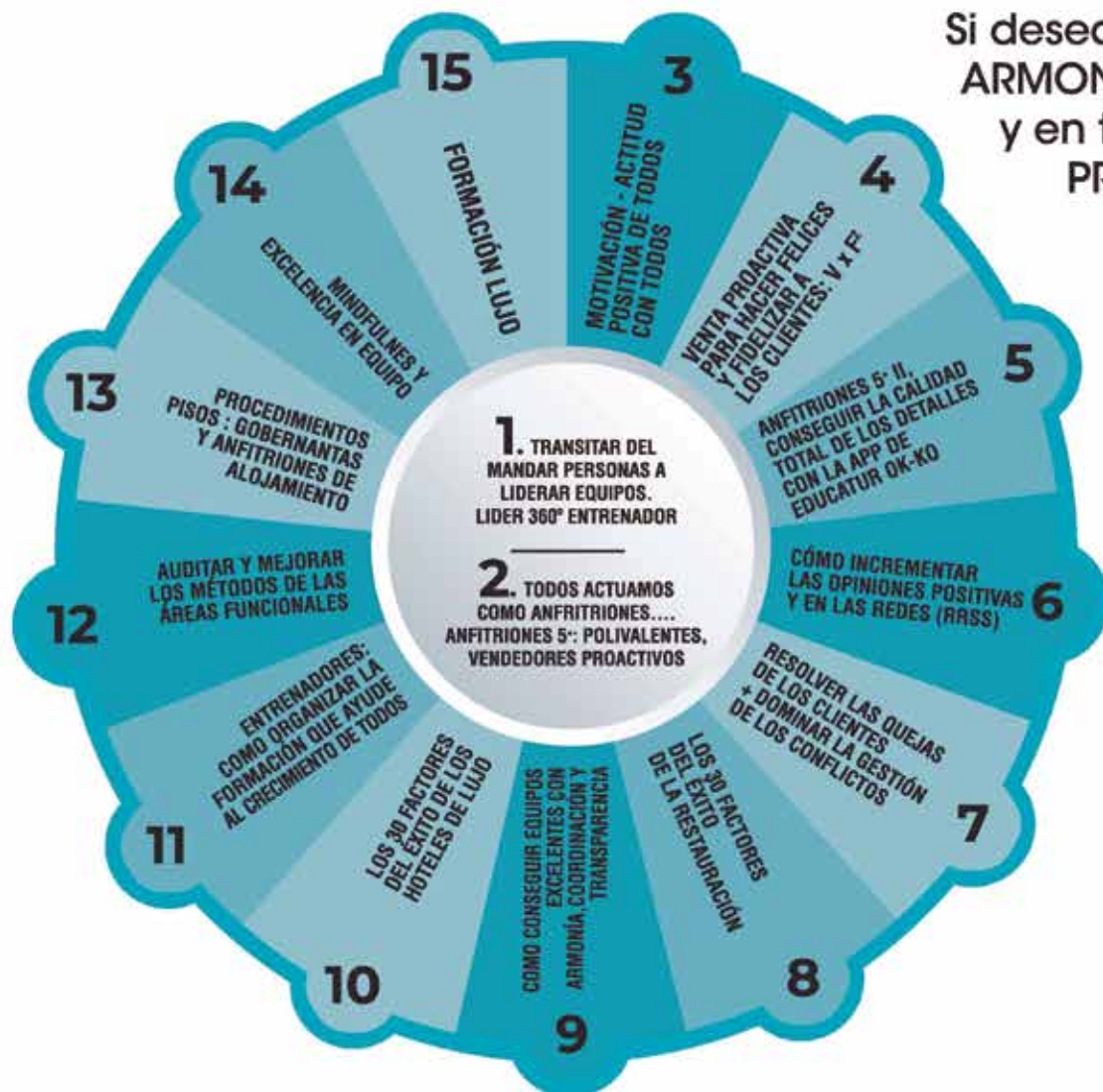
En Makro estamos COMPROMETIDOS SIEMPRE contigo y con tu negocio

Infórmate en Makro.es/makroplus

makro

TU ÉXITO ES NUESTRO COMPROMISO

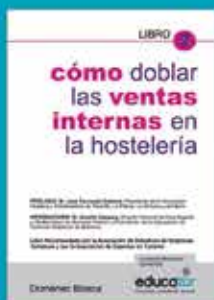
Si deseas **CRECER** en tu
ARMONÍA RELACIONAL
y en tus **HABILIDADES**
PROFESIONALES...



"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,
retoma las presentaciones presenciales. 8

Reportajes

- Aponiente, volcado en la grandeza
del mar. 10
- El atún, la elección de los chefs. 20
- Nuevas tendencias en el vino. 26
- Baronia de Montsant, un mar
de opciones vinícolas. 30
- Los nuevos espacios más demandados,
“las terrazas”. 36

Actualidad

- El limón protagonista en la repostería. 14
- Cocina paso a paso, frutos
naturales canarios, Martín Berasategui. 16
- AMER. 32
- AEDH. 39
- “La formación aporta cualificación
profesional”, Lucía Mendoza,
Presidenta ASGOTE. 42
- ASEGO. 46



Empresas

- “Congelados Basilio apoya a la Hostelería
con calidad y rapidez de servicio”,
Basilio Castro. 18
- Grupo Pascual actúa con hechos,
cuando la hostelería más lo necesita. 22
- Meiko, tecnología higiénicamente
segura. 24
- Nueva libertad en la cocina con
Libero Pro (Electrolux Professional). 28
- Tork Xpressnap Fit, nuevo sistema
de dispensación. 34
- Buffets modulares de King's Buffets. 38
- Mitsubishi Electric apuesta por Canarias. 40
- “Resuinsa celebra su 45 aniversario
mirando al futuro sin olvidar al
presente”, Félix Martí. 44
- Mayor comodidad, nuevas lavadoras
Benchmark de Miele. 48
- Guía Comercial. 49



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 Diez 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:

Doménech Biosca, Mariano Castellanos, Javier de las Muelas, Ana María Dobaño, Antonio Galán, Javier Gila, Ignacio Guido, Fernando Gurruchari, José Luis Inarejo, Luis Irizar, Borja Martín, Íñigo Pérez "Urrechú", Ramón Lefort, Ángel León, Custodio López Zamarra, 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, Rafael 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 Hostelería de la Comunidad de Madrid (FEHOSCAM), Federación Empresarial de Hostelería de Valencia, Federación Nacional de Profesionales de Sala, Gremio de Restauración de Barcelona, Unión de Asociaciones Españolas de Sumilleres (U.A.E.S.), Unión Española de Catadores (U.E.C.).

Edita: Biomicral 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:   

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

Hostelería & Restauración retoma las presentaciones presenciales

Hostelería & Restauración, HR, está de enhorabuena al conseguir uno de nuestros objetivos volver a organizar presentaciones presenciales para profesionales de Hostelería. De la mano de Procter and Gamble, P&G, y de ASEGO, hemos celebrado en Sevilla la primera con gran éxito de asistentes.



Retomamos las presentaciones presenciales

Tras no celebrar prácticamente ninguna presentación presencial desde hace algo más de un año por el COVID, aunque si las hayamos celebrado de forma online, retomamos uno de nuestros principales activos la organización de eventos presenciales. Los que nos depara una gran alegría y satisfacción al poder confraternizar en vivo con firmas comerciales y profesionales de Hostelería. Pero fundamentalmente también porque es una comprobación de que las consecuencias del COVID están remitiendo y el sector comienza a retomar su actividad.

No podíamos tratar otra temática en la presentación, celebrada el 24 de junio en el Hotel Fontecruz de Sevilla, que no fuese la "Importancia de los sistemas de limpieza anti COVID".

La jornada formativa e informativa ha contado con la participación de más de una treintena de profesionales en su mayoría gobernantas

de hoteles independientes y de cadenas hoteleras pequeñas andaluzas, además de empresas especializadas en limpieza. La presentación del acto la ha realizado la responsable de P&G Profesional, Ángeles Espinosa, quien aparte de agrade-

cer la asistencia de los asistentes ha presentado a su nuevo Distribuidor en Sevilla Aquidel y a su Director, Francisco Alcaide. A continuación éste, junto a su equipo comercial, ha explicado las características de Aquidel, así como sus servicios y soluciones al sector.

También han participado por parte de P&G, Rubén Guardia (KAM) y Borja Sánchez (Coordinador Técnico) quienes han presentado los productos de la multinacional y sus

soluciones para cocinas, estancias, baños y lavandería. Han hecho especial hincapié en las soluciones y normativas en desinfección, dedicando el último tramo de la presentación para comentar la sostenibilidad y lo que P&G Professional ofrece en esta área.

Cumplimos 100 números

Otra de las grandes noticias para nuestro grupo editorial y todos sus integrantes es haber cumplido con este número, el nº100 de **Hostelería & Restauración**. Aunque no lo podamos celebrar aún con nuestros anunciantes, colaboradores y suscriptores nuestro aniversario no quiere decir que no lo celebremos, sino que lo posponemos a octubre – noviembre. Meses que confiamos que la situación del COVID mejore y se pueda celebrar como deseamos agasajar a las firmas colaboradoras, asociaciones colaboradoras y a nuestros lectores por su continuo apoyo y colaboración. Os mantendremos informados. GRACIAS!



Importante asistencia profesional



LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN EN UNA SOLA PASADA



ELIMINA EL 99,99% DE VIRUS ENCAPSULADOS Y BACTERIAS*



2D

MR. PROPER PROFESSIONAL LIMPIADOR DESINFECTANTE MULTISUPERFICIES Y CRISTALES.

• **EFECTIVO EN 15 SEGUNDOS.**

- Desinfección acorde con las normativas europeas: EN1276, EN13697, EN14476.
- Eficaz en todas las superficies de contacto, incluso cristal y acero inoxidable.
- Limpia y desinfecta al mismo tiempo.
- No precisa aclarado, no deja marcas.



6D

MR. PROPER PROFESSIONAL DESENGRASANTE DESINFECTANTE

• **EFECTIVO EN 60 SEGUNDOS.**

- Desinfección acorde con las normativas europeas: EN1276, EN13697, EN14476.
- Apto para todas las superficies de cocina incluso las que están en contacto con alimentos. Registro Higiene Alimentaria.
- Sin perfume, sin tinte, sin lejía.
- Limpia, desengrasa y desinfecta al mismo tiempo.

PROTOCOLO DE USO PARA LA LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN



1. Aplicar el producto para desinfectar.



2. Dejar actuar el tiempo necesario.



3. Retirar con un paño.



4. Secar con papel si es necesario.

Aponiente, volcado en la grandeza del mar

Aponiente es un restaurante ubicado en un antiguo Molino de Mareas del siglo XIX, dentro del Parque Natural Bahía de Cádiz, en el Puerto de Santa María. Capitaneado por el Chef del Mar, Ángel León, donde nos muestran los secretos del mar y sus posibilidades.



gró transformar el Molino de Mareas en un espacio diferente y único, fiel a la filosofía marina del enclave, luchando por recuperar las salinas, marismas y esteros que antiguamente rodeaban el lugar. Ha conseguido que todo vuelva a su ser.

Ángel León es un marinero que ha encontrado en sus travesías con su padre yendo a pescar, la manera de vivir y trabajar haciendo lo que le gusta, cocinar la mar.

Otra forma de interpretar la gastronomía

Aponiente ofrece una gastronomía basada en la reinterpretación de la cocina marinera en el siglo XXI. La sostenibilidad y la búsqueda de una cocina marina diferente, ha forjado el camino del actual restaurante gracias a descubrimientos tan importantes como el plancton para la gastronomía o los embutidos marinos usando especies hasta entonces descartadas por el comercio pesquero. Sostenibilidad, gastronomía

Aponiente, como empresa comenzó hace 11 años en una pequeña calle del Puerto de Santa María en un local (La Taberna del Chef del Mar) de no más de 200 metros, donde se germinó la semilla de los que es actualmente. Era impensable en aquella época que cuatro personas con no más pretensiones que hacer realidad las ideas que pasaban por la cabeza de Ángel León se haya convertido en un equipo de 60 profesionales intentando descubrir ese gigante azul del que aún sólo se consume el 20% de su despensa. Hoy en día después de tres años de su traslado al Molino de Mareas, más que nunca Aponiente se siente conectado al mar, no sólo por su ubicación en la orilla sino por el incesante y apasionado compromiso con el mar.

Este antiguo molino de mareas fue uno de los más importantes del sur de Europa al abastecer de harina y alimento a gran parte de la población. Desafortunadamente debido a la crisis salina de los años 70 y a la mecanización de la industria harinera, este mo-

lino quedó en ruinas y se convirtió en un vertedero de basura perdiéndose así todas las salinas y el entorno que le rodeaba.

Ángel León siempre ha estado enamorado de este histórico lugar y no entiende cómo en pleno Parque Natural se había podido dejar que ocurriera tal desastre, hasta que finalmente lo-



y entorno se conjugan a la perfección para crear una experiencia diferente y única en el mundo.

Ángel León es uno de los cocineros más influyentes de nuestra época, con ese talento innato que caracteriza a los que hacen avanzar la gastronomía y llevarla hacia espacios no tan explorados como el mar. Transmite un discurso basado en el respeto y la fantasía, aunando en perfecta simbiosis tradición y evolución.

La calidad del servicio, fruto de la profesionalidad, es el denominador común de sus brigadas de cocina y sala. Ejemplo de ello son Jorge Ponce (director de sala), Maikel Rodríguez y Lucía Fuentes (responsables de sumillería). En su bodega destacan los vinos de Jerez, especialmente los generosos, situados en un lugar referencial dentro de la bodega con joyas inéditas, además poseen vinos naturales y colaboraciones exclusivas con bodegas.



En la sala de Aponiente se crea un lenguaje único concedido por la simbiosis entre vino, gastronomía y la fina línea que separa la cercanía, profesionalidad y el atractivo del establecimiento, bases asentadas en al antiguo local y que continúan presentes en su filosofía de trabajo.

Al Chef del mar le gusta tanto descubrir e investigar nuevos ingredientes como dar de comer y ver disfrutar a los comensales que

se atreven a sumergirse en el mar. Para ello Ángel León y su equipo no cesan en la búsqueda e investigación diaria, donde la tradición gaditana se funde con la innovación y nuevos ingredientes marinos.

En Aponiente se vive con el afán por descubrir nuevos ingredientes provenientes del mar que sólo puedan encontrarse en el Molino de Mareas, lugar al que merece la pena visitar por el enclave, sabores, ingredientes, brigada de sala y vinos únicos.

El mar no sólo está presente en la Cocina de Aponiente si no también en su cuidada decoración, se observa desde su espectacular entrada donde la puerta de entrada simula unas grandes velas de un barco. En su interior destaca su comedor por su gran luminosidad.

Además, el mar está presente a través de otras iniciativas artísticas como son las exposiciones de arte, cuyo hilo conductor es el mar.



Sugerencias de Ángel León

Cañailas Calcinadas

Ingredientes: 25 personas.

Pil pil Cañainnas.

20 g colágeno.

625 ml caldo de mejillón.

375 ml aceite girasol.

Reducido 10 g limón (Zumo) Bruto: 25 g.

Elaboración:

Tras calentar el colágeno mezclar con zumo de limón y parte de la reducción del caldo de mejillón, mezclar con la túrmix. Emulsionar poco a poco el aceite de girasol. Si es necesario agregar un poco más de reducción de mejillón y poner a punto de sal.

Guiso Caca Navajas (1 kilo)

Ingredientes: 25 personas.

500 g cebolla.

350 g navaja (caca navaja) Bruto: 2.887,55 g.

80 g fino coquiniero.

50 g glace de viande.

150 ml vino tinto.

100 ml caldo de pollo.

100 ml caldo de gallina.

Sal.

Elaboración:

Triturar los interiores. Sofreír la cebolleta hasta que dore. Agregar alcoholes hasta que queden a glass y evapore todo el alcohol.

Sofreír la caca de navaja triturada hasta que coja color. Humedecer con caldos de gallina y pollo; ir reduciéndolos constantemente.

Incorporar la glace de viande y dar punto de sal. Triturar todo en thermomix y pasar por chino fino.

Halofilas

Ingredientes: 25 raciones.

10 g collejas.

10 g espinacas marinas.

5 g salicornia.

5 g alga Codium.

3 g ficoide glacial.

Elaboración:

Saltear collejas, espinacas y salicornia. Incorporar a la crema las espinacas y la salicornia primero. Por último agregar el resto de ingredientes.

Ceniza de halofilas

Ingredientes: 25 raciones.

25 halofilas.

Elaboración:

Coger varios tipos de plantas halófilas e introducir en un gastronorm con papel sulfurizado a 180°C hasta que queden bien chamuscadas. Triturar en thermomix y reservar en un bowl.

Cañailas Calcinadas

Ingredientes: 25 raciones.

1.250 g cañailas.

75 g minutina.

75 g espinacas marinas.

75 g collejas marinas.

75 g ficoide glacial b.

25 g guiso caca Navajas 2.

25 g ceniza de halófilas.

25 ml pil pil cañainnas.

Cañailas

Elaboración:

Depurar las cañailas en agua de mar fría, 30 gramos de sal gorda por litro. Poner agua de mar al fuego, cuando hierva poner el fuego al mínimo. Agregar poco a poco tandas de cañailas (10 unidades). Cocer de 3 a 7 minutos, dependiendo del tamaño.

Con un pincho de madera sacar el bicho sin romper las carcasas. Una vez extraído cortar todas las carcasas conservar en fumet, cortar los tendones en sashimi y conservar en frío también en caldo para que no se sequen.

Halófilas:

Elaboración:

Racionar la minutina, la espinaca y las collejas en boles para el servicio por mesa según el número de comensales, que se integrarán en el pil pil. Del ficoide coger los brotes tiernos para poner en el plato.



Morena

Relleno morena

Limpiar huevas merluza.

Ingredientes:

218,75 g huevas merluza.
10,94 g huevas tobikko jalapeño.
6,56 g sal.
c/s Mantequilla echiré bloque.

Elaboración:

Tras limpiar las huevas merluza pelarlas. Mezclar con las huevas de tobikko y la mantequilla. Poner a punto de sal; escurrir para que pierdan el excedente de agua.

Barra de Rulo de morena

Ingredientes; 25 unidades

218,75 g relleno morena.
312,5 g morena (Piel) Bruto: 1.041,67 g.

Elaboración:

Estirar la piel de morena sobre papel film y rellenar con huevas. Hacer un rulo con el film. Prensar bien.

Cocer a 80°C, 45 minutos. Envasar al vacío en baño María. Enfriar y cortar cilindros de unos 2,5cm. Al pase calentar en el horno.

Salsa de oreja (75 ml)

Cocción orejas:

Ingredientes:

2,81 oreja.
843,75 g manzanilla san león.
Colar 3,75 g mantequilla echiré bloque.
0,375 ml agua.

Elaboración:

Cocer las orejas 90 minutos. Poner las orejas en olla expres junto al vino y cubrir con agua. Cocinar 90 minutos.

Colar y reducir hasta textura deseada. Añadir mantequilla tostada; emulsionar. Rectificar de acidez si se necesita.

Piel morena frita (125 g)

Ingredientes:

18,75 g Sal gorda.
125 g Morena (Piel) Bruto: 416,67 g.
187,5 g Aceite oliva Premium.

Elaboración:

Quitar las pieles de la morena, no dejar nada de carne sobre ellas. Salar. Lavar y secar bien. Colgar con cañas atravesadas 48 horas hasta que esté bien seca.

Tras freír, cortar en cuadrados de 2 x 2 cm. Freír en aceite de oliva suave caliente hasta que quede como un chicharrón. Ha de quedar bien crujiente.

Morena

Ingredientes: 25 unidades

25 rulos de morena.
750 g salsa de oreja.
125 alcaparra mini.
25 hojas alcaparra.
125 g piel morena frita.

Elaboración:

Freír las alcaparras en aceite de girasol. Freirlas en dos tiempos sin que se quemen y escurrirlas del aceite.

Troquelar hoja alcaparra con un molde, cortar las hojas en círculos. Reservar entre film hasta servir.

Montaje:

Calentar una ración de morena al horno. Colocar en el centro del plato y salsear con la salsa de oreja, poner a un lado 5 alcaparras y una hoja de alcaparra.



El limón protagonista en la repostería

Diego Dato y Sergio Fuentes, chefs del restaurante Melvin by Martín Berasategui en el resort Las Terrazas de Abama, en Tenerife, nos muestran las posibilidades del limón.

Limón mimético relleno de sorbete de champagne, granizado de ginebra y helado de albahaca y lima

Helado de cascara de limón

Ingredientes:

1100 g azúcar.
750 g nata.
300 g glucosa.
72 g ralladura de limón.
44 g estabilizante crema.
3 gelatina.
2250 ml leche.
1100 ml zumo de limón.

Elaboración:

Mezclar en frío zumo de limón, glucosa y azúcar; remover hasta mezclar completamente. Poner parte de la leche y nata con el estabilizante; llevar a ebullición para que el estabilizante haga efecto. Una vez templado mezclar la gelatina previamente hidratada.

Poner la leche sobrante en la thermomix con ralladura de limón y dar

máxima potencia 3 minutos. Mezclar todos los ingredientes e introducir en botes de paco jet . Congelar.

Limones nitro:

Ingredientes:

C/s helado de limón.

Elaboración:

Extender el helado de limón sobre los moldes de semiesfera y ultra congelar. Una vez congelado juntar dos partes de semiesfera y volver a congelar.

Baño de limones:

Ingredientes:

200 g chocolate blanco.
100 g manteca de cacao.
C /s colorante amarillo.

Elaboración:

Derretir chocolate blanco y manteca de cacao. Agregar colorante amarillo para simular el color de los limones y bañar las bolas de helado. Intentar

con el goteo del chocolate dar forma de limón. Reservar en congelador.

Granizado de ginebra

Ingredientes:

75 g azúcar moreno.
15 g glucosa.
1 hoja de gelatina.
250 ml zumo de limón.
150 ml agua.
100 ml ginebra.

Elaboración:

Hacer un jarabe con agua, azúcar y glucosa. Añadir gelatina. Poner en una placa metálica, añadir zumo de limón y ralladura. Agregar ginebra. Congelar.

Crema de limón

Ingredientes:

100 g azúcar.
60 g yema de huevo.
60 g huevo entero.
6 g ralladura limón.
120 ml zumo limón.

Elaboración:

Mezclar todos los ingredientes en un bol y calentar en un baño maría hasta los 80° C sin parar de mover. Enfriar y filmar la piel. Una vez frío meter en un sifón pequeño con una carga y reservar.

Montaje:

Colocar en un plato una pequeña montaña de cumbre en el centro. Poner el limón atemperado 2 minutos a temperatura ambiente y un brote de cilantro en la parte superior. Simétricamente, colocar también tres cuadrados de bizcocho de 2x2 centímetros espolvoreados con azúcar glass, tres puntos de espuma de limón, una cucharada del aire y la bola de helado.





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

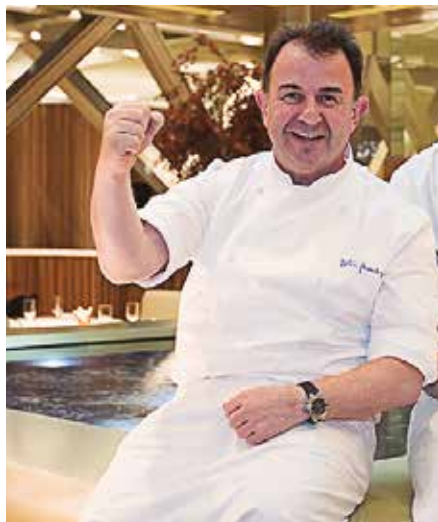


www.pescados-basilio.es



Cocina Paso a Paso, frutos naturales canarios

Canarias es una comunidad autónoma rica en productos naturales autóctonos y en pescados. De ahí que Martín Berasategui nos presente algunas sugerencias del restaurante Malvin by Martrin Berasategui.



Carpaccio de remolacha con mousse de aguacate y aire de hinojo

Lascas de parmesano
Sal en escamas

Remolacha

Ingredientes:

Remolacha.
Gotas de aceite de oliva.
Sal.

Elaboración:

Tras cortar la remolacha, envolverlas individualmente con aceite y sal. Hornear a 180° C 40 minutos. Dejar enfriar dentro del aluminio.



Jugo espumoso de hinojo

Ingredientes:

1litro.
150 g hinojo.
120 g cebolla.
75 g mantequilla para acabado.
60 g mantequilla para pochado.
3 anís estrellado.
7 g lecitina.
2250 ml nata.
450 ml agua.
Sal y pimienta.

Elaboración:

Cortar en juliana la cebolla y el hinojo. Cocinar 10 minutos con mantequilla.

Poner el caldo de mejillón y cocinar a fuego lento 10 minutos. Agregar nata y anís estrellado; cocer 8 minutos.

Pasar por un chino fino y emulsionar con lecitina

Mousse de aguacate

Ingredientes:

1 aguacate.
C/n cebolleta picada.
Aceite de oliva virgen extra.
Sal y pimienta.

Elaboración:

Con un tenedor picar bien el aguacate. Pasar por el túrmix emulsionando con un chorro de aceite, dar punto de sal y pimienta.

Montaje:

Tras cortar láminas finas de remolacha cocida. distribuir a lo ancho en un plato

llano (como si fuese un carpaccio de solomillo). Agregar puntos del puré de aguacate y tras emulsionar el aire, con la túrmix, colocar tres montones sobre la remolacha. Decorar con lascas de parmesano y unas hojas tiernas.

Dar punto de sal en escamas y un hilo de aceite de oliva virgen extra.



Ceviche de lubina con batata de Lanzarote y kumquat

Leche de tigre

Ingredientes:

500 g fumet.
150 g recortes de lubina.
80 g Ají amarillo.
75 g zumo de lima.
75 g zumo de limón.
40 g apio.
10 g ajo.
5 g cilantro.
5 g jengibre.
C/s sal.
C/s pimienta.

Elaboración:

Poner en la thermomix el fumet con ajos, apio, cilantro y sal. Añadir los ajos, procurar no poner pipas y romper alguna de las venas del pimiento, si no pica. Triturar bien y colar por un chino fino sin apretar para que quede una sopa ligera.

Puré de kumquat

Ingredientes:

400 g azúcar.
350 g kumquat.
1l agua.

Elaboración:

Poner a hervir en un cazo agua con azúcar. Escaldar desde agua fría tres veces los kumquat y pasar al almíbar. Cocer a fuego 1 hora, extraer y dejar enfriar en nevera. Pasar por la licuadora para obtener un puré.

Ceviche de lubina

Ingredientes:

30 g tacos de lubina.
20 g cebolla cortada fina.
C/s sal.
C/S pimienta.

Elaboración:

Cortar la lubina en tacos de 1 centímetro, y salpimentar bien. Agregar



cebolla morada cortada fina y la leche de tigre de ají hasta cubrir. Transcurridos 5 minutos extraer la lubina.

Ceviche de lubina y kumquat

Ingredientes:

50 g puré de kumquat.
200 ml leche de tigre.

Elaboración:

Mezclar la leche de tigre de ají con el puré de kumquat. Reservar.

Batata a la parrilla

Ingredientes:

Boniato.
Agua.
Sal.

Elaboración:

Cocer boniato en abundante agua salada hasta que esté tierno, pero con un poco de textura. Sacar del agua y

dejar enfriar. ¡Ojo! No dejar enfriar en el agua porque coge gusto a recocado.

Pelar el boniato y cortar en pequeños cubos. Marcar con soplete para dar apariencia de parrilla.

Maíz tostado

Ingredientes:

C/s maíz tostado.

Elaboración:

Poner al fuego a media potencia maíz peruano en una cazuela con aceite de girasol hasta que esté bien tostado y adquiera color dorado.

Cebolla roja marinada

Ingredientes:

90 g cebolla roja.
75 g granadina.
150 ml vinagre de manzana.

Elaboración:

Sacar las capas de cebolla y quitar la telilla interior. Mezclar todos los ingredientes y poner en una bolsa de vacío mediana, envasar y dejar de un día para otro en nevera.

Montaje:

Sumergir los dados de lubina salpimentados en la leche de tigre 5 minutos. Escurrir en un colador y poner en el fondo de un plato hondo. Incorporar dados de batata, maíz y cebolla encurtida. Tapar con leche de tigre emulsionada y puré de kumquat. Decorar con brotes de cilantro.



“Congelados Basilio apoya la Hostelería con calidad y rapidez de servicio”

Basilio Castro Fernández es una persona afable, culta, emprendedor y un gran conocedor del sector. Como muestra el hecho, entre otros proyectos, de desear expandir Pescados Basilio y Congelados Basilio por otras zonas de España, especialmente en el centro de España y concretamente en Madrid.



Basilio Castro, de 48 años, lleva ejerciendo la Gerencia de la empresa asturiana desde 1993, de tal forma que se puede afirmar que en su despacho se han tomado las decisiones más trascendentes que mantienen **Congelados Basilio** en el grupo de cabeza del sector alimentario en Asturias.

¿Dónde cree usted que reside el éxito de su empresa?

Congelados Basilio es una pyme mediana, que puede maniobrar en cualquier circunstancia, y adaptarse a, mercados de diferente tamaño sin necesidad de perder su esencia familiar y tradicional ni afrontar grandes y costosas transformaciones estructurales. No perdemos nunca de vista que lo que nos mantiene en el mercado es una cartera de clientes satisfechos. Nosotros trabajamos todos

los días para que esto siga así y con “nosotros” no me refiero sólo al equipo directivo sino a absolutamente toda la plantilla, del primer al último trabajador.

Destacaría el factor humano sobre los demás. Considero fundamental conseguir lo más difícil, que es rodearse de gente honrada y válida que entienda tus proyectos y crea en ellos. Esto es fundamental para el éxito, además de cuidar al cliente y conseguir su total satisfacción a través de nuestro equipo comercial con formación continua.

¿Qué cualidades reúne su plantilla?

Nuestra plantilla reúne juventud con veteranía, experiencia con vitalidad y algo que nos hace sentir especialmente orgullosos y que demuestra que creamos empleo de calidad y que los trabajadores se sienten valorados

es el hecho de que muchos de ellos empiezan y terminan su vida laboral con nosotros, que entraron a trabajar con mi padre o incluso con mi abuelo y se han jubilado con nosotros, algo muy difícil de ver en la actualidad. Muchos de nuestros jubilados, más apreciados, nos siguen visitando muy a menudo.

Otra parte importante es nuestra actual adaptación a la norma IFS (International Feature Standard) que nos reporta ofrecer el máximo control de todo el proceso de fabricación.

¿Considera su ubicación en el Principado de Asturias como ventaja o inconveniente?

Clarísimamente como ventaja, más aún Siero se ha convertido recientemente en un importante centro logístico nacional para multinacionales.

A estas alturas, muy pocas personas de nuestro país y de fuera des-



conocen el Principado de Asturias, su paisaje, sus gentes, su idiosincrasia. En este rincón privilegiado del mundo somos gente luchadora, inconformista y solidaria. Contamos con un patrimonio excepcional tanto en el interior como en la costa o en el mar. Nuestro Cantábrico es un vergel que ha dado de comer a nuestra familia durante tres generaciones. Gracias al fin de la pesca depredadora y al triunfo de la extracción sostenible, nuestro Cantábrico sigue proveyendonos de tesoros culinarios de primer orden mundial. Y nuestra única misión es ponerlo al alcance de todos, que todo el mundo pueda disfrutarlo en cualquier lugar.

¿Cuáles son los objetivos de su empresa a corto plazo?

Tenemos muchos conocidos y gran afinidad con Madrid, nuestra Capital, tenemos mucha relación con empresas de Mercamadrid. Éste es uno de los motivos por lo que queremos potenciar nuestra presencia en Madrid, especialmente en la Hostelería cuya gastronomía ha estado siempre cercana y ligada con Asturias.

La hostelería madrileña demanda calidad y buen producto, En **Congelados y Pescado Basilio** garantizamos la calidad desde la captura hasta el plato en los restaurantes directamente y de forma diaria con nuestra presencia en las principales lonjas del Cantábrico de Asturias (como son Cudillero, Lastres, Ribadesella, Avilés, Gijón y Luarca). Además de en autonomías colindantes como en Cantabria (Santña, San Vicente de la Barquera) y



Galicia (como en las lonjas de Burela, Cillero, La Coruña, Vigo y Rias Baixas) entre otras.

Nuestra satisfacción es ampliar nuestra red de clientes en España y hacer bien las cosas como desde hace décadas venimos realizando con éxito.

¿Qué puede aportar Congelados Basilio a este mercado tan complejo?

Si efectivamente resulta complejo para el que no lleva casi un siglo en ello, para nosotros resulta incluso divertido poder ofrecer y entregar nuestro producto de máxima calidad y frescura a clientes en los puntos más lejanos que se pueda imaginar y en tiempo record, Manteniendo la frescura y las cualidades del producto recién pescado, conservado con hielo y embalaje apropiado para que llegue en perfecto estado al consumidor final y al mejor precio directo desde nuestras lonjas y los barcos que comercializamos.

¿Cómo están viviendo la actual situación de pandemia? ¿Cómo la afrontan y cuál cree que es el escenario que dejará detrás?

Estas circunstancias que estamos viviendo de pandemia, seguramente nos harán más fuertes. Somos de arriesgar tirando para adelante y no quedarnos en la trinchera, porque no vale que cuando todo esté en su lugar y vuelva la "normalidad", decir "hola, ahora sé que estoy aquí", Es en estos momentos, precisamente cuando debemos de apoyar a la Hostelería al máximo y dar a conocer nuestras ventajas y nuestros tesoros del mar Cantábrico, por muchos desconocidos.

Tarde o temprano, de ésta todos saldremos reforzados, y hay que aprovechar el tiempo en invertir en medidas de higiene y seguridad alimentaria, ésta situación no nos va a derrotar.



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



El atún, la elección de los chefs

El atún es un pescado versátil y con numerosas aplicaciones en cocina. Chefs de primera línea han logrado preparaciones con atún sorprendentes en las que se aplican preparaciones más habituales que en la carne.



El atún, perteneciente al grupo de peces Thunnus, es un pescado azul del grupo de peces óseos marinos. Contiene proteínas de alto valor biológico (23 gramos por cada 100) y con un 12% de grasa, lo que lo convierte en un pescado graso. La grasa del atún es rica en ácidos grasos Omega -3, ideales para disminuir el colesterol y los triglicéridos. Así el atún es un aliado para luchar contra enfermedades cardiovasculares y un buen sustituto de las carnes en el menú diario.

El atún también es rico en vitaminas liposolubles A y D, imprescindibles para el crecimiento, la salud y la reparación de los tejidos y mucosas del cuerpo, así como para la resistencia ante las infecciones. Junto a éstas, destacan las vitaminas del grupo B, concretamente las B2, B3, B6, B9 y B12, superando incluso a otras opciones como la carne, los quesos y los huevos. En lo que se refiere a minerales, el atún es rico en fósforo, magnesio, hierro y yodo.

El atún se consume en todo el mundo pero resulta especialmente cotizado en la dieta mediterránea y en la japonesa. De hecho, es precisamente en Japón donde se pagan los precios más

altos para consumirlo fresco y crudo en preparaciones de sashimi, sushi o ligeramente cocinado, como en tataki.

Los grandes beneficios del atún es que protege el corazón, el sistema cardiovascular y previene la acumulación de colesterol HDL (más conocido como colesterol malo) protegiendo la piel y la vista, ralentiza el deterioro cognitivo y mejora el estado de ánimo. En cambio su cantidad de mercurio y alto contenido en purinas lo desaconsejan tomar a embarazadas y enfermos de gota. Para el resto de la población se recomienda tomarlo con moderación con el objetivo de aprovechar sus propiedades nutritivas.

Tipos de atún

Existen varios tipos de atún, aunque



Principales especies de atún

los más conocidos son el Atún rojo Cimarón y el Atún Blanco (Thunnus alalunga).

-El *atún blanco*, *bonito del norte*, *albacora* o en Canarias *barrilote* (Thunnus alalunga): es una especie de atún que se encuentra en todas las aguas tropicales, en los océanos templados y en el mar Mediterráneo. Se le denomina bonito del norte al que se pesca en el mar Cantábrico. Es el túnido más apreciado tanto en fresco como en conserva, especialmente en el norte de España. Se distingue del resto por su carne blanca y su fino sabor.

El bonito del norte (Thunnus alalunga) se mueve por las aguas cálidas de los océanos y de manera más superficial. De tamaño es más reducido, se pescan con caña, a la manera tradicional, en la zona cantábrica. Esto genera un estrés en el pez, que afecta a la consistencia de la carne. Se suele consumir en fresco y en conservas.

Cada especie tiene sus características, pero no podemos disimular que para la mayoría de chefs que trabajan el atún prefieren el rojo de almadraba y especialmente el salvaje.

Poder adquirir atún rojo salvaje fresco, sólo es posible en temporada, de finales de abril a primeros de junio, pero gracias a las nuevas tecnologías están disponibles todo el año, ultracongelado a -60°C. Un proceso que, gracias a la cercanía y la rapidez con la que se aplica, mantiene inalterables sus características.

Cimarón. atún Rojo (Thunnus thynnus) Bluefin, Zimarroie, Hegalaburra: éste túnido se captura fundamentalmente en el Cantábrico y el Mar Mediterráneo. Es una especie protegida por su peligro de extinción. Es la especie más apreciada, por sus características y calidad,

Es líder indiscutible del mercado japonés, los grandes expertos



Chuletón de atún

del atún, con un consumo de unas 400.000 toneladas al año.

Esta familia de atún se mueve por aguas frías y entre 0 y 200 m de profundidad, lo que hace que su nivel de grasa sea más elevado que en otras especies. Con extensos movimientos migratorios su carne es firme y la grasa se distribuye uniformemente.

Para conseguir la calidad óptima en el atún rojo, es imprescindible el momento del año en el que se realiza la captura, ya que sólo cuando el atún se encuentra en su migración para aparearse, es cuando muestra los niveles grasos óptimos. Una vez realizada la reproducción, en el camino de vuelta, el atún se ha vuelto excesivamente magro y se desecha para el consumo. Las almadras son unos laberintos de redes y anclas que atrapan un pequeño porcentaje de atunes que se acercan a la costa a su paso por las costas gaditanas, justo en su momento de desarrollo perfecto. Este arte de pesca cuenta con más de 3.000 años y es respetuosa con la conservación de la especie.

Dentro del atún rojo de almadra se puede realizar una distinción entre salvajes y de granja. El atún salvaje es el que se captura directamente del océano y se procesa para su consumo.

El atún rojo de granja, captura los atunes de igual forma, en la almadra, pero los mantiene en granjas situadas en alta mar, alimentándolos con arenques, sardinas, anchoas, calamares y piensos, a veces hasta 2 años. Este atún de granja facilita la disponibilidad del atún fresco durante más tiempo, pero su alimentación, menos variada que la del atún salvaje, y la falta de movilidad, resulta en atunes menos sabrosos.

-Rabil, Atún Claro (*Thunnus albacares*)

Yellowfin, Aleta amarilla: junto con el Patudo conforman la denominación de Atún Claro para su comercialización.

Tras el Bonito del Norte, es la especie más apreciada. El color de su carne es rosáceo con un intenso sabor.

Su precio es menor que el del atún rojo y su disponibilidad en fresco, más amplia. Este atún

se extiende por las aguas cálidas cercanas al trópico de capricornio, lo que repercute en una menor cantidad de grasa. La calidad de este túnido es menor, y no es tan apreciada, si la pieza supera los 10 kilos y si pesa más de 15 kilos generalmente se vuelve muy seca. Se suele comercializar en conservas enlatadas.

Patudo, Atún Claro (*Thunnus obesus*) Bigeye: forma parte de los cardúmenes del Rabil hasta su mayoría de edad, hasta que no crece por encima de los 10 kilos de peso es difícil distinguirlo del anterior. Su comercialización es semejante a la del Rabil.

Listado, Serrucho (*Katsuwonus pelamis*) Skipjack: se comercializa con el nombre de Atún. Es el túnido más capturado en el mundo y el más consumido, tanto en fresco como en conserva. Su carne es de color rojo con un intenso sabor, aunque menos apreciado que el atún claro.

Malva (*Auxis thazard*): pertenece a la familia de los escómbridos, como la caballa o el makarel. Se comercializa en conserva con el nombre de Bonito, lo que puede confundir al consumidor con el Bonito del Norte, que son especies distintas, siendo la melva de menor precio y calidad.

Bonito Sar-da (*Sarda sarda*), Aginzorrotz: esta especie se puede confundir con el Listado, aunque sus capturas son más reducidas. Se comercializa con el nombre de Bonito (no confundir

con Bonito del Norte) o como Sarda. Su carne es blanca y de sabor suave.

El atún, manjar gastronómico

El atún es un pescado del que puede aprovecharse todo. Sus precios oscilan desde las accesibles latas en conserva hasta los casi tres millones de euros del atún más caro del mundo.

Este túnido ofrece infinidad de recetas, desde las más sencillas hasta las sofisticadas como las que elabora uno de nuestros colaboradores Ángel León, el 'chef del mar', quien tiene en su haber recetas de callos de atún, abolidgón o jarrete marino.

La carne de atún es rosada o roja, contiene gran cantidad de hemoglobina (hasta 380 mg en 100 g de músculo) y mioglobina (hasta más de 530 mg en 100 g de músculo) que la de otras especies.

Los atunes son pescados que admiten múltiples preparaciones culinarias en España, ya sea en fresco o en conserva (atún en conserva por ejemplo). Las tajadas o puestas que se extraen son variadas: rodajas, ventresca (vientre) e ijada, entre otras. Para su consumo en fresco se preparan asados o cocinados como parte de platos populares, entre ellos Sorropotún, típico en los pueblos costeros de Cantabria, Marmitako en los del País Vasco, o el Patacó en la cocina tarraco-nense (Cataluña).

En algunos países de América Latina se usan para elaborar Cebiche. Cuando se someten a un tratamiento de conservación mediante la salazón, se obtiene otro producto típico: la Mojama. alimentación de buena parte del mundo. El mercado del atún se ha visto ampliamente impulsado por el desarrollo de las economías de los países de Asia oriental, especialmente Japón, y por el impacto global de ciertos platos.



Tiraditos atún rojo premium AKAMI

Grupo Pascual actúa con hechos, cuando la hostelería más lo necesita

El Grupo Pascual ha presentado una nueva marca, Pascual Profesional, enfocada a dar soluciones integrales al hostelero.



La irrupción del virus del Covid-19 en la sociedad global ha provocado un efecto dominó a nivel internacional desde el ámbito sanitario, al social y al económico, que ha generado una crisis repentina y sin precedentes para la mayoría de las economías del mundo, dejando he-

chos a sectores esenciales como la Hostelería.

En España, el país de los bares, con un descenso de las ventas de más de un 50% respecto al año anterior, según Hostelería de España, el sector lucha por salir a flote. Así, se antoja urgente la colaboración de

empresas e instituciones para contribuir a la supervivencia de un sector clave que representa hasta un 7% del PIB nacional y que, sin duda, tiene una huella indeleble en la propia identidad del país.

Total entrega: en línea con su fuerte compromiso con la Hostelería, **Pascual** ha aprovechado para lanzar una nueva marca: **Pascual Profesional**. Con ella la compañía aspira a crecer el doble del mercado en hostelería a lo largo de este 2021. Así pretende situarse también entre los tres mayores distribuidores de Horeca a nivel nacional.

Pascual Profesional se constituye sobre los valores de innovación y calidad que han situado al grupo en una posición de referencia en el sector agroalimentario español y, a través de ella, busca acompañar y dar apoyo al hostelero en todas las etapas del negocio. En palabras de Fernando García Ochoa, Director de Distribución de Pascual, "la Hostelería y el pequeño comercio vertebran los territorios, las pymes colman el tejido económico, empresarial y social de pueblos y ciudades, en definitiva, hacen país. A pesar de la pandemia, nosotros no hemos parado. **Pascual** ha seguido trabajando en proyectos pensados por y para el hostelero, porque queremos trabajar al unísono, convirtiéndonos en el mejor aliado del profesional".

Pascual Profesional cuenta con una identidad propia y específica, erigiéndose en torno a tres palancas: convertirse en un aliado de referencia para los profesionales del sector; continuar desarrollando una propues-



ta de valor integral -con productos adaptados al canal, servicios que aporten un valor añadido, soluciones a medida, reparto respetuoso con el medioambiente, formación y asesoramiento-; y aprovechar las oportunidades derivadas del entorno digital.

“Porque dar lo mejor es comprometerse a cumplir con toda la entrega, de principio a fin. En **Pascual** llevamos más de 50 años trabajando para hacer el día a día más fácil a nuestros clientes. Así, apostamos por tener botellas de agua de plástico 100% reciclado; una leche más cremosa que rinde más; formación para servir el mejor café; la maquinaria que necesita cada cliente; una amplia gama de productos adaptada a las nuevas tendencias y demandas del consumidor; herramientas digitales para gestionar el negocio de manera más eficiente, entre otras soluciones. Además, nos esforzamos por reducir la huella de carbono con una flota cada vez más sostenible”, ha subrayado García Ochoa.

Una plataforma relacional, más allá del e-Commerce

Pascual también ha creado nueva unidad de e-Business liderada por Tomás Pascual Recuero, tercera generación empresarial.

El propio Tomás señala que la compañía se encuentra en “una

fase de transformación del negocio con una propuesta de valor más personalizada para el cliente: producto, pero también servicio, formación y soluciones digitales. Estamos creando un modelo de relación con el hostelero con base digital, más allá del e-Commerce puro y duro. Así, queremos llegar al 15% de las ventas a través de nuestra plataforma **Pascual Profesional**”.

Con el auge ‘de lo digital’, **Pascual** ofrece al hostelero una nueva plataforma, que va mucho más allá del e-Commerce, con todas las herramientas integradas: promociones personalizadas, formación online, elaboración de menús, gestión en sala, apoyo a la digitalización, maquinaria, asesoría de su negocio, materiales de apoyo y visibilidad. “Esto supone que nuestros comerciales se convertirán en consultores estratégicos para el hostelero. Dedicarán menos tiempo a la famosa venta de bar a bar, restaurante a restaurante, que ahora se realizará a través de la web, y más tiempo a pensar en soluciones novedosas y personalizadas para cada uno de nuestros clientes en base a sus inquietudes y necesidades. Ahí es donde reside el verdadero valor: de **Pascual Profesional** escuchar a nuestros clientes

y darles lo que realmente necesitan para rentabilizar su negocio”, ha explicado el nuevo Director de e-Business de la compañía.

En línea con su propósito corporativo ‘dar lo mejor’, **Pascual** reafirma su compromiso con un sector hostelero muy castigado por la crisis y lanza su nueva marca para continuar trabajando mano a mano con los hosteleros, esencia del tejido empresarial de los barrios, pueblos y ciudades españolas que actualmente luchan contra viento y marea para mantenerse a flote.



Tecnología higiénicamente segura

Una pulsación de botón es suficiente: la capota se cierra de forma fácil y silenciosa, y el *M-iClean H* se encarga de dejar su vajilla higiénicamente limpia. De forma fiable, automática, segura y confirmada por expertos.

Aún más higiénico: el equipamiento con detección automática de cestas permite el manejo sin contacto de la máquina. En cuanto se introduce una cesta, la capota se cierra y el programa comienza. Todo automáticamente.

La tecnología de MEIKO es extremadamente eficaz contra los virus con envoltura, como el SARS-CoV-2

PD Dr. Dr. Friedrich von Rheinbaben
Virólogo y microbiólogo



¡Asegúrese
ahora su bono
HIGIENE*!

* Con la compra de un *M-iClean H* recibirá un único bono HIGIENE en uno de los equipos adicionales definidos por un valor de 750 €. La entrada del pedido debe ser entre el 20/05/2021 y el 14/07/2021. Los descuentos ya concedidos en estos equipos adicionales se deducen del bono. Las máquinas adquiridas mediante acuerdos de precios especiales están excluidas de esta promoción.

En caso de interés, envíenos simplemente este formulario digital: rellene los campos y haga clic en el botón de enviar. Recibiremos su solicitud por email y nos pondremos en contacto con usted lo antes posible.

Seguridad en tiempos inseguros

¡La higiene es fundamental y esto tiene hoy más validez que nunca! Decídase ahora por su *M-iClean H* y asegúrese el bono HIGIENE* con uno de los tres paquetes (equipamientos adicionales):

- ✓ **Paquete ClimaAgradable:** comprende extracción de vahos con autolimpieza y recuperación del calor (*MEIKO AirConcept*).
- ✓ **Paquete BrilloIncreíble:** comprende *MÓDULO GiO* (integrado) y mesa de secado con soplador de aire.
- ✓ **Mesa de secado:** hace innecesario el secado manual y reduce así el riesgo de recontaminación de la vajilla por paños de cocina



Asegúrese aquí su **bono HIGIENE***:
www.meiko.es/higiene-bono

Procesos higiénicamente seguros

Nuestra tecnología es la base para la seguridad higiénica. En combinación con nuestros servicios y prestaciones creamos un auténtico **paquete todo incluido**.

Todo de un solo proveedor: le asistimos en todo (planificación, instalación, mantenimiento de las máquinas y formación del personal) y garantizamos que la higiene no se vea afectada en ningún punto.

MEIKO CLEAN SOLUTIONS IBÉRICA, S.L.U.

E-Mail: info@meiko.es

Razón social de la empresa / Nombre del organismo o institución

Teléfono de contacto

Dirección

Código postal / Ciudad / Provincia

Persona de contacto y/o Remitente

Número de cliente de MEIKO, si lo conoce

Email

Enviar email

**USTED SE
OCUPA DE SU
NEGOCIO,
NOSOTROS
NOS
OCUPAMOS
DE LA
HIGIENE**



**¡Asegúrese ahora su
bono HIGIENE*!**

M-iClean H – Para la máxima higiene

Una máquina de MEIKO integra siempre buenas ideas que contribuyen a un ahorro considerable de recursos, una mayor ergonomía y una mejor higiene. Y el lavavajillas de capota M-iClean H no es ninguna excepción. Estas características desarrolladas por nosotros hacen que el proceso de lavado sea especialmente higiénico:

- **Mejor ambiente interior** gracias a la recuperación de calor del aire de salida
- **Agua prácticamente desmineralizada y libre de gérmenes** con el **MÓDULO GiO** (sistema de ósmosis inversa)
- **Mesa de secado para evitar el secado** con paños de cocina contaminados con gérmenes

Nuevas tendencias en el vino

Los críticos y estudiosos del vino empiezan a percibir, especialmente en los últimos años, un cambio significativo en su consumo. Lo que nos hace plantearnos ¿Se puede hablar de moda en el vino? ¿Está el vino sujeto a modas con capacidad para orientar y dirigir los gustos?

Javier Jaime Gila García – Vicepresidente Unión de Asociaciones Españolas de Sumilleres – Presidente Asociación Madrileña de Sumilleres - Mejor Sumiller de España 2000.



Con vistas a un tratamiento más civilizado de este tema en la idea de alejar al vino de ciertas frivolidades preferimos hablar de tendencias o estilos en el gusto. En realidad, el cambio –paso de una situación a otra – es inherente al hombre y a la sociedad en la que vive y con la que convive. A partir de este hecho, se han asumido sin contrapartidas máximas o sentencias tales como “Nuevos cambios para nuevos tiempos”.

Sin embargo, las cosas no suelen ser tan simples o sencillas. Porque las modas nos la imponen, se dirigen e interesadamente se orientan. Se diseñan con diversos fines, en una palabra se manipulan. Y cuando estas intenciones llegan al vino, lo salpican en su propia esencia hasta llegar a intervenir desde la bodega en la elaboración de un estilo, en la vinificación de un perfil determinado.

A ello se dedican algunos gurús que aupados por su poderío y prestigio otorgan puntuaciones altas a vinos con ese diseño, para complacer a un sector del mercado. Bastantes

bodegueros y enólogos, con estas instrucciones en sus manos, buscan “Fabricar” con verdadera ansia algo así como “Vinos a la medida”. Durante estos años, su influencia es tan significativa que promueven las ventas, dinamizan el mercado - ¡Su mercado! – y logran satisfacer los gustos de diversos paladares.

Esta pretensión de imponer un estilo de vino y de uniformar en cierta medida los olfatos, gustos y sabores, ha propiciado un efecto de arrastre y contagio. Así lo validó para USA, por ejemplo, ha servido para Europa, y en especial para Francia y España.

Para describirlos en pocas palabras, son vinos con mucha extracción de color, de fermentaciones largas a altas temperaturas, lo que da vinos concentrados, potentes, a veces sobre maduros y en cualquier caso de fruta opulenta. En nuestra boca saturan, cansan y fatigan. Nos transmiten sensaciones de saciedad y no invitan a

tomar una copa más. En restaurantes, muchas de estas botellas no se terminan. Lo que queda de ellas, delata esa sensación de hartazgo del cliente.

Pero como acabo de decir, algo empieza a cambiar. Bien porque la nueva cocina se ha refinado y se hace minimalista, bien porque se va imponiendo una dimensión más hedonista del vino – vino como placer, vino para disfrutar, participar y convivir – o bien porque el rescate de nuevas variedades o cepas están ayudando a diversificar el gusto, lo cierto es que los propios gurús, como hoy se dice, están a la baja-. De hecho, en estos últimos años, numerosas críticas se han levantado contra ellos desde Francia. El debate está servido y en una buena parte sigue en pie. El mejor argumento, que de manera espontánea se está cocinando contra ellos, arranca de una prístina creencia ubicada en la conciencia del nuevo viticultor. Para éste, la bodega, ya no es un escenario





cha. Y todo bien hecho, pues trabajo y rezo son lo mismo. En sus lagares, el vino corría solo.

Si cambiamos la mirada y nos dirigimos a nuestros paisajes vinícolas de hoy, la misma tradición de padres a hijos, se mantuvo en los pueblos con parecido entusiasmo y dedicación. Prácticamente cada pueblo hacia su vino. Se hacía con orgullo, de tal manera que se daba a probar al vecino como un preciado fruto de su esfuerzo y tesón. Todavía hoy las vendimias representan el bullicio, la expresión de la alegría, la tipicidad de los bailes, el estallido de la fiesta. Ante estas reflexiones tan enraizadas en nuestras tradiciones populares y llenas de vida, conviene situarse en el horizonte de los nuevos mercados del vino. Ya empezamos a reconocer vinos menos pesados, menos alcohólicos, con menos extracción, sin sobremaduraciones ni dulcedumbres. Los percibimos como más ligeros, fluidos y más fáciles de beber. Nos parecen más digestivos, afinados y elegantes. Estos novedosos estilos son también producto de esta situación de crisis que hemos tenido y su presencia en el mercado se puede definir como segundos vinos de grandes primeras marcas que manteniendo un nivel de calidad, resultan más atractivos por su precio más asequible. Estamos ante nuevas opciones de vinos elaborados con un dibujo menos barroco y que empiezan a prefigurar la nueva imagen del cambio.

de arreglos y componendas. El enólogo, al que se le supone un conocimiento adecuado y competente, será antes que nada observador y vigilante de todo el proceso de vinificación. Pero no un intervencionista. Cuánto más tiempo y cuidados se dedique a la viña, menos necesitará la bodega. En la actual Borgoña, aún se mantiene la tradición de siempre, y se oye decir: ¿Vino de enólogo? ¡Uff!

Corren nuevos tiempos en los que se ha asimilado la idea tan sencilla de que el vino se hace en el campo, en la viña. Es la hora del viticultor (Vigneron), o del vinicultor. Los centros de interés han vuelto al viñedo, a su estilo. En realidad, al sitio de siempre. Los agrónomos romanos Catón, Varrón, Columela y Paladio ya miraban exclusivamente al campo y sus trabajos están repletos de consejos, recomendaciones y enseñanzas adquiridas a partir del conocimiento de los terrenos y climatología, en resumidas cuentas el hoy llamado, Terroir. Este saber lo han transmitido a generaciones futuras en un ejercicio de didáctica pura.

No puedo ahora en estas breves líneas valorar la transcendencia de sus textos transmitidos en la temprana Edad Media, pero se puede decir aquello de “nada nuevo bajo el sol”. Gracias a estos textos y sus copistas, los pueblos romanizados de la Galia y de Hispania, fueron albergando entre las gentes más cultas, el inestimable legado de esta tradición agronómica a modo de un tesoro inigualable. Bor-

goña es un ejemplo espectacular de todo esto. La Orden Benedictina del Cister – desde la Abadía de Citeaux, reformista compulsiva de Cluny – lleva adelante este empeño continuista y pone en marcha esta tradición, que empuja a estos monjes a un meticuloso conocimiento de la viticultura y más exactamente a una viticultura de calidad y de prestigio. Desde sus granjas se entregan al campo y no a la bodega, pues el enólogo ¡ni existía!. Estudian y analizan las tierras concienzudamente, eligen los terrenos donde plantar sus cepas, buscan la mejor orientación de las mismas y la exposición solar más idónea, hacen podas ejemplares, trabajan los aclareos y se esfuerzan por conseguir la mejor maduración para sus uvas. Para ellos la vendimia es el tramo final del año agrícola. Es el resultado del ciclo de la planta desde que brota hasta su cose-



Nueva libertad en la cocina con LiberoPro

Electrolux Professional ha desarrollado la línea LiberoPro, una gama de productos modulares de cocción profesional plug & play. Que ofrece una experiencia gastronómica excepcional, flexible y moderna en un pequeño espacio, tanto en interior como en exterior.

Puede confiar en este extraordinario “socio de cocina” y trabajar 8 horas diarias de manera ininterrumpida, con solución sencilla y compacta de placas de inducción que ofrecen hasta un 90% de eficiencia energética. Nueva libertad en la cocina: es LiberoPro.

LiberoPro es una solución flexible, profesional y plug & play. El aliado perfecto para dar alas a la creatividad y satisfacer tus necesidades de negocio. Las placas de cocción se pueden usar con otras soluciones de cocción horizontales de **Electrolux Professional** para crear un espacio de trabajo elegante y eficiente.

Los ingredientes frescos significan Calidad

El punto *LiberoPro* con cajones refrigerados integrados nunca decepcionará. Consta de:

Gama de temperaturas de cajón: 0°/+10 °C con regulación independiente.

Cajón refrigerado (compatible con GN): 37 litros.

Cajón neutro opcional (compatible con GN): 30 litros.

La ergonomía aumenta la eficiencia

Diseño ergonómico con sentido práctico y confort; el estante grande



es un espacio accesible para colocar platos preparados.

Además, la partición de cristal superior permite mirar mientras se preparan los platos.

Aumenta las ventas con una iluminación adecuada

Los estudios han demostrado que la iluminación adecuada es indispensable para una experiencia gastronómica satisfactoria. Ayuda a los clientes a elegir las opciones gastronómicas más deliciosas y tentadoras.

Estimula el apetito de tus clientes con el diseño del Punto *LiberoPro*, una elegante combinación de cristal y luces. La iluminación se activa automáticamente cuando se empieza a cocinar gracias a la función *LiberoPro Duo*.

Disfruta de un entorno cómodo y fresco

El vapor desaparece con la misma rapidez que aparece, dejando una estación de cocción confortable. *LiberoPro Duo* es una función inalámbrica “de acoplamiento” que facilita la regulación automática de la velocidad del ventilador según la temperatura de cualquiera de las placas *LiberoPro* cuando se colocan en el Punto *LiberoPro*.

LiberoPro Fresh es un sistema de filtrado de bajo ruido que absorbe con eficacia las partículas y olores de grasa de la zona de trabajo. Su filtro plano de acero inoxidable con carbón activado reduce los malos olores hasta un 80% y tiene una eficiencia de captura del 95% con la velocidad del ventilador al máximo. Fácil limpieza y mantenimiento de los filtros. No se necesitan herramientas.

Personaliza tu Punto LiberoPro

Personaliza y dale sabor a tu zona de cocina añadiendo una textura estilizada a tu *Punto LiberoPro*.

Placas de cocción LiberoPro

Inducción LiberoPro.

1 Zona de inducción.



2 Zonas de inducción.

Tamaño máximo de recipiente: 350×450 mm con función Bridge.



Ventajas

Gran potencia con recipientes grandes, gran precisión con recipientes pequeños.

Diseño elegante con una solución drop-in versátil que se puede integrar en mesas o bloques de cocción existentes.

Velocidad y agilidad con el sistema de calor por inducción y el control electrónico inteligente.

Prepara los platos más delicados, como caramelo o chocolate fundido, en recipientes pequeños (diámetro mínimo: 120 mm).

El operador puede fijar el nivel de potencia y el tiempo.

Ahorra hasta un 20% en gastos de energía*.

Rapidez y eficiencia

Las prestaciones y la máxima eficiencia energética van de la mano con la productividad. Gran eficiencia energética con la tecnología de placas de inducción *LiberoPro* en comparación con los modelos de infrarrojos de **Electrolux Professional**.

Plancha LiberoPro



Plancha XL

XL: extra fuerte, extra productiva. 11 kg/h de hamburguesas* 18 unidades en 7 minutos.



Ventajas para clientes

Potencia y alto rendimiento con inducción.

Excelente uniformidad de cocción y veloz recuperación de la temperatura.

Resultados de cocción uniformes en todas las condiciones gracias a la capa de aluminio de la placa de cocción, que facilita un calor uniforme en toda la superficie, desde el centro hasta las esquinas.

Superficie de cocción diseñada para el uso profesional: antiadhe-

rente y apta para el contacto con los alimentos.

Fija los niveles de temperatura entre 60°C y 280°C.

Resultados diarios excelentes

Imbatible uniformidad de la superficie de cocción.

La productividad está siempre garantizada con la tecnología de inducción. Incluso con alimentos congelados, la superficie reactiva permite la rápida recuperación de la temperatura fijada.

Elevadas prestaciones que ofrecen excelentes resultados de cocción.

Extraordinaria precisión de temperatura y óptima uniformidad de cocción. La plancha *LiberoPro* tiene capacidad para mantener una temperatura constante con una fluctuación mínima de 2°C.

LiberoPro Wok



Ventajas

La versión trifásica es perfecta para una cocción potente, como la fritura de verduras abundantes.

Electrolux Professional.

www.electroluxprofessional.com

Tlf: 91 747 54 00

Email: marketing.es@electroluxprofessional.com

Baronia del Montsant, un mar de opciones vinícolas

Para hablar de Baronia del Montsant hay que ubicarse en el Montsant. Y ¿qué es el Montsant? Una tierra tarraconense donde el paisaje y la viña han ido de la mano a lo largo de casi toda su historia.

Alfonso Villarejo, Responsable de F&B y Sumiller.



historia la leyenda de la Reina Mora.

La leyenda de “El Salto de la Reina Mora”, dice que Abdelazia, hija del Valí de Siurana, antes de ser apresada, prefirió saltar al vacío con su caballo por el acantilado. El caballo, viéndose a pocos

metros de una caída mortal, pegó tal frenada que la Reina Mora gracias a las tres leyes de Isaac Newton (inercia, fuerza-aceleración y acción-reacción), hizo que cayera 80 metros. De tal frenazo, todavía pueden verse las huellas del caballo en la piedra viva. Recordad como os decía al principio, que es una leyenda para ensalzar la reconquista como tantas otras.

Esta reconquista, produjo que unos monjes cartujos, provenientes de la Provença Francesa, junto con un Prior huyendo de la purga, obtuvieran unos terrenos de parte del rey Alfonso II el Casto y en 1194 comenzaron la construcción de Monasterio de Scala Dei que ocupaban los actuales terrenos de La Vilella Alta, Poboleda, Gratallops, Torroja del Priorat y la Morera del Montsant (termino municipal donde se encuentra Scala Dei). Y con la llegada del Clero, las viñas se expandieron.

También hay que verlo desde el punto de vista geológico y la distribución actual de las Denominaciones de Origen, D.O's, Priorat y Montsant. Con el Priorat en medio y Montsant como si de una herradura de caballo se tratase alrededor del Priorat. Para comprender



esto hay que remontarse a 33 millones de años cuando, en esta zona, había un lago poco profundo que se conocía como el Océano de Tetis. Los mares Caspio, Aral y Negro, son vestigios de este océano Tetis Occidental.

Durante el Oligoceno, en la Era Cenozoica, este mar lleno de moluscos que iban naciendo y muriendo, dio lugar a la acumulación de carbonato cálcico que forman zonas calcáreas. Con el surgimiento de los montes Piri-neos, las montañas de Montserrat o la sierra del Montsant, en el plegamiento ocurrido entre el cretácico superior y el mioceno; producen el vaciado de este lago, quedando los sedimentos de los antiguos ríos y del antiguo océano.

Esta estructura geomorfológica, hace que el Montsant tenga varios tipos de suelos tan diferentes como son las arcillas, calcáreas y las zonas pizarrosas, próximas al Priorat.

La D.O Montsant, que antes estaba incluida dentro de la D.O. Tarragona con el “apellido”, Subzona Falset; le fue concedido la Denominación de Origen como zona que cumplía todos los requisitos en 2001.

Una vez ubicados, historia y geológicamente, la Bodega Baronia del Mont-

Plinio el viejo, ya hablaba de las bondades de los vinos de las montañas de Prades y sobre todo de las zonas del Montsant. Y este vino, ya no era sólo para los Patricios de Tarragona, sino que se lo llevaban hasta Roma.

Aunque hay un hecho determinante, que es la reconquista española y la cristiandad.

Con la conquista del pueblo de Siurana, pueblo precioso ubicado en lo alto de la Sierra de la Gritella, perteneciente al conjunto de las Montañas de Prades, va a ser el último pueblo musulmán en ser conquistado por Ramón Berenguer IV. Debido a su ubicación prácticamente inexpugnable, se prefirió conquistar otros territorios más importantes a nivel político o territorial, dejando este para el final hacia el año 1153 o 1154. Este hecho, dejó para la

sant se fundó en 1998 con la idea de su propietario y enólogo Xavier Canals, al elaborar vinos diferentes, exclusivos y destinados a paladares que aprecien la calidad y valoren la diferencia. Esto se ha conseguido con un arduo trabajo, para que los vinos expresen el territorio y sean un sinónimo de calidad. Dando vinos que son diferentes y que habitualmente suelen ganar premios en los concursos más prestigiosos, como Garnachas del Mundo.

Gama de vinos

De su amplia gama de vinos destacamos:

Com gat i gos rosado: mono varietal de Garnacha negra, con maceración de 8 horas junto con las pieles que le aporta un color rosado como piel de cebolla. En nariz resulta fresco con notas de fresa y en boca es ágil con notas de chucherías y fresa. Resulta ideal para maridar con comidas crudas y melosas, incluso con una tarta de queso con frutos rojos, al aguantar la cremosidad del queso y conjugar perfectamente con los frutos rojos al tener este toque de chuchería golosa.



El Cims del montant, con su nombre homenajea a uno de los picos más emblemáticos del Mont-

sant. Es un coupage de Garnacha y Cariñena, en él mezclan dos tipos de suelos diferentes. El mosto fermenta por separado a temperatura controlada de 24º C en tanques de acero inoxidable 8 días y durante estos días se procede al remontado y al bazuqueo o "pigeage". Consiste en romper y hundir el sombrero para mezclar con el mosto durante su fermentación y conseguir una maceración de los vinos adecuada. Transcurrido un tiempo se realizará la fermentación maloláctica, donde las bacterias lácticas (las de los yogures), transformarán el ácido málico en ácido láctico. A fin de reducir la acidez, aportar mayor estabilidad y aumentar la complejidad de sabores y aromas.

Es un vino de color intenso y luminoso; en nariz tiene notas de fruta roja madura, melocotón, y grosellas dulces. En boca es voluminoso, goloso y equilibrado.

"El peix que es mossega la cua" (El pez que se muerde la cola). Es un vino que busca fundamentalmente las emociones, sin menospreciar la aromaticidad, ni la expresión en boca. Este vino recuerda ese mar prehistórico que decíamos al principio, de hace 33 millones de años y que nos recuerda nuestro paso efímero por esta tierra. Este vino evoca ese mar y representa esa ola que te moja los pies y luego se retira. Este vino, fruto de Cariñena y Syrah, se presenta en boca, con tonos salinos y secantes provocados por el Syrah que hacen que el vino vaya y venga continuamente en nuestro recuerdo evocador, como desde la copa



a nuestra boca. Son las principales condiciones organolépticas de este vino redondo, mediterráneo y evocador ¡absolutamente indispensable en vuestra bodega!.

El Clos de Englora AV14 es un vino de gama alta de vinos de autor. Consiste en un vino de Garnachas viejas, Cariñena, Merlot el, Cabernet Sauvignon, Syrah y Cabernet Franc. El nombre es otro homenaje a una de las cimas de la zona y las siglas AV corresponden al apelativo Aged Vineyard y los 14 meses de barrica. Aprovecho las iniciales para decir que es un vino que lo han hecho expresamente para mi, Alfonso Villarejo.

Un vino elegante, que en nariz da notas especiadas, minerales, de fruta madura y vainilla procedente de la barrica. En boca es voluminoso, carnoso, amplio, complejo, con notas tostadas, vainillas y uno rojo maduro.



Baronia del Montsant es una bodega fantástica para visitar y disfrutar de sus excursiones enológicas a bordo de "Deisy", un todo terreno militar de los años 60 en donde la visita y las explicaciones de su magnífico equipo de enoturismo, os harán vibrar de felicidad, diversión, emoción y sobre todo vino ¡Mucho vino!

Oficina de Gestión de Servicios

Una de las primeras necesidades que se le plantean a una empresa de restauración a la hora de iniciar su actividad es conseguir que un buen gestor facilite todos los trámites necesarios ante los diferentes órganos administrativos (Agencia Estatal de Administración Tributaria, Tesorería General de la Seguridad Social).

Esta necesidad se mantiene durante toda la vida del negocio, dependiendo de si una empresa tiene bien cubierto este tipo de asesoramiento en cuanto a la gestión, tanto laboral como fiscal, sus preocupaciones pueden aumentar con problemas ajenos al negocio u olvidarse de una parte de la actividad empresarial que un buen asesor cubre perfectamente.

La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, desde la experiencia que le aportan sus muchos años de trabajo en Hostelería, oferta un servicio completo de Gestión Integral, tan-

to laboral como fiscal, que, atendiendo a las particularidades del negocio hostelero, hace que las empresas se despreocupen de las relaciones administrativas periódicas entre la empresa y la Administración (seguros sociales y pagos trimestrales por ejemplo). Pensando en todo ello ofrecen los precios más competitivos y atractivos del mercado: 38 euros hasta 4 trabajadores y el resto a razón de 8'50 € por cada trabajador más. A esto hay que incrementar el 21% de IVA, a lo que hay que añadir que al tratarse de pequeñas y medianas empresas el servicio incluye la realización de las declaraciones trimestrales de la estimación objetiva por módulos de I.R.P.F. e I.V.A., la declaración anual del I.R.P.F. y el resumen anual del I.V.A.

Actualmente se ocupan de las necesidades administrativas de gestión y asesoramiento tanto laboral como fiscal de más de cien empresas, gestionando

entre otras actividades más de 600 nóminas mensuales de trabajadores de dichas empresas, así como todo lo que conlleva esta gestión, (altas, bajas, confección liquidaciones, despidos, contratos, seguros sociales a través del sistema Red y pagos trimestrales), recogiendo y entregando la documentación en el mismo establecimiento del empresario.

AMER pretende atender las necesidades globales de las empresas de restauración, por lo que entiende que en la actualidad y cada vez más es necesario un buen servicio al asociado en este ámbito de la gestión empresarial. En estos momentos, ante los cambios tecnológicos en la sociedad de la información, la Administración se moderniza y el empresario debe delegar la gestión moderna e informática de sus relaciones con la Administración en profesionales cualificados, que AMER ofrece.

AMER participa en la I Asamblea General de “Turismo Solidario 2020”

La Asociación Turismo Solidario 2020 ha celebrado el 30 de abril su I Asamblea General en el Salón Real de la Casa de la Panadería de Madrid, cedido por la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Madrid y en la que ha participado AMER.

Esta asociación nació en plena crisis de la Covid-19 con la unión de un grupo de empresas y profesionales del sector turístico que han aunado fuerzas, conocimientos y experiencias para atender a las necesidades derivadas de la crisis, poniéndose al servicio de los colectivos más vulnerables a través de campañas concretas que han abarcado desde la recepción de alimentación hasta impartir formación.

En la asamblea han intervenido diferentes representantes del sector turístico

quienes han explicado el nacimiento de la asociación y han planteado diferentes perspectivas de cómo sería el turismo.

La Concejal Delegada de Turismo, Almudena Maíllo, en representación del Ayuntamiento de Madrid agradeció la labor solidaria de la asociación, haciendo hincapié en la unión de todos para volver a reactivar Madrid.

La asamblea ha finalizado con la celebración de un coworking en un espacio cedido por el tablao flamenco Cardamomo.

Entre los miembros de la Asociación se encuentran las principales asociaciones del sector como la Asociación Es-

pañola de Directores de Hotel, la Asociación Nacional de Conserjes de Hotel “Llaves de Oro”, la Asociación Española de Profesionales del Turismo, la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid, ACYRE Madrid; Hostelería de España, la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, y la organización profesional de dirigentes del turismo, SKAL.



Los hosteleros apuestan por la Digitalización

ConectadHOS, la plataforma compuesta por Hostelería de España, junto a: Coca-Cola, Mahou San Miguel, Makro y Pernod Ricard España han presentado el 26 de mayo el estudio “Las claves sobre la digitalización en Hostelería”.

Consistente en el mayor análisis sobre Digitalización en Hostelería realizado hasta el momento, clave en esta nueva etapa de recuperación en la que es necesario diseñar el sector del futuro, que debe apostar por la digitalización. La construcción de la inves-

tigación ha sido un claro ejemplo de colaboración en beneficio del sector en el que todas las empresas tractoras han trabajado junto a Hostelería de España, colaborando desde la definición de la encuesta, la aportación de bases de datos, elección de la herramienta

de lanzamiento, hasta el análisis de datos y resultados.

Durante la presentación, los portavoces de las distintas entidades han explicado que el objetivo de este estudio es conocer qué significa la digitalización para los hosteleros y para qué es necesaria, así como su estado de madurez, sus principales necesidades y barreras para entender cómo a definir su Agenda Digital.

Los resultados del estudio, analizados por EY, muestran que las principales motivaciones de la hostelería para digitalizarse están enfocadas a la reactivación de la

demanda; por otro lado, las principales barreras son la falta de presupuesto y la ausencia de tiempo.

Hostelería de España, Coca-Cola, Mahou San Miguel, Makro y Pernod Ricard España han cristalizado en ConectadHOS un proyecto para desarrollar en el marco de los Planes de los Fondos Europeos para la Recuperación, Transformación y Resiliencia, y que tiene como

función definir y ejecutar un conjunto de planes para acelerar el proceso de transformación digital de la Hostelería.



Un himno para la Hostelería

La sede de la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, ha sido el escenario elegido el 12 de abril por Santi Sánchez, líder de "La Banda del Capitán inhumano", para presentar su último single "Vámonos al bar". Un tema que pretende levantar el ánimo de la población. El conocido presentador Fernandisco ha sido el hilo conductor de la rueda de prensa a la que también han asistido representantes de las diferentes marcas que han apoyado la presentación.

El acto lo ha abierto el Presidente de AMER, Antonio Galán, presentando a cada uno de los integrantes colaboradores de Hostelería, quienes han explicado cómo han pasado estos meses de pan-

demia y dando su opinión sobre el futuro.

Finalmente tomó la palabra Santi Sánchez, el autor de la canción para mostrar su agradecimiento a sus patrocinadores, así como para explicar cómo surgió la canción y la intención de apoyar de esta forma a la Hostelería,

Tras la rueda de prensa los asistentes han podido degustar los productos de las diferentes marcas expuestos en la terraza del recinto, al aire libre.

El objetivo del evento ha sido la solidaridad de la música. Santi Sánchez ha querido mostrar su apoyo al sector y dar voz a empresas, asociaciones y autónomos que por su vinculación hostelera han sufrido de forma demoledora

la pandemia. Indicando que "las cañas y el aperitivo son símbolos de nuestra cultura". De ahí que para la presentación de este nuevo single Santi Sánchez haya querido ir de la mano de quienes lo inspiran.



Su solución en:

Calidad

Implantación y seguimiento de programas de autocontrol APCC

Trazabilidad

Análisis microbiológicos

Consultoría en Dietética y Nutrición

Desarrollo de Proyectos formativos

Prevención de Riesgos Laborales

Formación bonificada



BIO-MICRAL

Microbiología de Alimentos

**KIT PARA
COVID-19**

Tork Xpressnap Fit®, nuevo sistema de dispensación

Tork facilita la adaptación a la nueva normalidad con el lanzamiento de su última innovación para el sector hostelero, Tork Xpressnap Fit®, el nuevo sistema de dispensación de servilletas que ahorra tiempo y promueve la higiene.



La multinacional **Tork**, marca global de **Essity**, ofrece productos y servicios de higiene profesional a clientes. De más de ochenta países, que van desde restaurantes, hoteles e instalaciones sanitarias hasta oficinas, escuelas e industrias. Los productos incluyen dispensadores, toallas de papel, papel higiénico, jabón, servilletas y paños de industriales y de cocina. Gracias a su experiencia en higiene, diseño funcional y sostenibilidad, **Tork** se ha convertido en el líder del mercado con gran cantidad de productos de higiene. Entre ellos destaca cómo novedad, el dispensador de servilletas **Tork Xpressnap Fit®**, que utiliza la dispensación individual, a diferencia de los dispensadores tradicionales, para controlar el consumo y reducir la frecuencia en el recambio y cantidad de residuos. Los clientes sólo tocan las servilletas que usan, lo que implica mejores resultados en sostenibilidad.

Se trata del dispensador de servilletas más inteligente del mercado, disponible en dos modelos: Barra y Mesa. Ambos resultan perfectos para establecimientos con limitaciones de espacio, gracias a su tamaño compacto. Además, su diseño de cobertura total protege las servilletas de la suciedad y las salpicaduras.

El proceso de recambio de servilletas resulta muy intuitivo, gracias a las características exclusivas de este sistema de dispensación:

Carga fácil: cuando se abre el dispensador de mesa, la placa de cierre queda anclada en la parte de abajo para que sea más fácil cargar los recambios.

El plegado está especialmente diseñado para que sea fácil coger la primera servilleta después de reponer el dispensador.

Indicador de nivel: muestra cuándo es necesario reponer, para que las servilletas estén siempre disponibles. Quedarse sin servilletas en

momentos críticos del día puede suponer un problema.

“Sabemos cómo es el día a día de los hosteleros y las limitaciones de tiempo y espacio que suelen tienen. Con **Tork Xpressnap Fit®**, nuestro objetivo es reducir los obstáculos a los que se enfrentan y ayudarlos a mejorar su flujo de trabajo para que puedan centrarse en lo que de verdad importa: sus clientes”, afirma Aitor Perfecto, Director Comercial Essity Professional Hygiene Iberia.

Tork Xpressnap Fit® ofrece, además, una herramienta de marketing digital personalizable, que permite crear y compartir mensajes publicitarios y promociones en las redes sociales, o imprimirlo y mostrarlo en los paneles de visualización Ad-a-Glance® del dispensador.

Tork Xpressnap Fit® ofrece al hostelero la oportunidad de impulsar su negocio creando su propio mensaje sobre sus ofertas especiales, la carta, los menús e incluso recordar la historia del restaurante.

Si desea mantenerse al día con las últimas innovaciones de Tork, visite: **www.tork.es**



Promueve una buena higiene con **Tork Xpressnap Fit®**



**Los clientes sólo tocan las servilletas
de papel que usan**



Con Tork Xpressnap Fit®, las servilletas están protegidas de la suciedad y las salpicaduras. Su eficiente diseño de cobertura total permite crear las mejores experiencias para los clientes.



Para más información



Think ahead.

Tork, es una marca de Essity

Los nuevos espacios más demandados, “las terrazas”

Las terrazas cada vez más tienen mayor protagonismo no sólo en la época estival, sino también por asegurarnos un espacio seguro y de relax en cualquier época del año.

Loli Moroño, Directora Creativa PF1 Interiorismo.



En estos momentos, las terrazas se han convertido en los puntos de encuentro, de reunión, de trabajo preferidos por todos nosotros y por eso la hostelería, hostelería y restauración, intentan adaptar sus locales a esta nueva situación y ganar metros, en la medida de lo posible, para destinarlos a este uso. ¡No todo vale!

La terraza tiene que ser una continuidad más del local, es la primera imagen que percibimos como usuario, antes incluso de saber a qué establecimiento pertenece. Por eso la imagen que proyectemos debe ser atractiva y diferenciadora. Teniendo esto presente, veremos todas las posibilidades que nos ofrece el mercado para conseguir nuestro objetivo.

Las terrazas se pueden adaptar a todos los tipos de establecimientos, a todos los husos horarios e incluso a todas las épocas del año. Para ello contaremos con diversos elementos que contribuyan a crear esas sensaciones.

El mobiliario es importante, ya que además de la estética, debe de ser confortable para el usuario y muy funcional para el staff. Las terrazas se pueden

sea apilable, que resista el movimiento constante son algunas de las premisas que debe tener el equipamiento de una terraza. También es importante, si estamos en zonas de costa, que esté preparado para soportar ambiente salino, ya que de no ser así, se reducirá considerablemente los años de vida del mobiliario.

Las cubriciones son otro de los elementos principales, porque será lo que nos ayude a temperar las inclemencias del tiempo y conseguir alargar las horas de uso casi en continuo. Tanto en zonas excesivamente soleadas, como en zonas donde llueve a menudo, es importante el tipo de cubrición seleccionada. Entre los más significativos destacan:

Los parasoles: son ideales para pequeñas terrazas, donde es necesario generar sombras focalizadas en los grupos de mesas. Se puede jugar con los tipos de tejidos y de soportes, llegando a personalizarlos casi por completo. Una ventaja de estos elementos, es que son móviles y no necesitan anclarse al pavimento, pero es esencial ponerle los pesos adecuados, para que no vuelquen en las zonas de viento. La mayor desventaja de estos elementos es que

catalogar casi efímeras, ya que habitualmente tienen que ser recogidas casi totalmente por las noches y colocadas nuevamente todas las mañanas, por lo que cobra tanta importancia el mobiliario. Que no pese, que

ocupan espacio en suelo, por lo que la distribución de la terraza será importante para no restar ocupación de mesas.

Las velas funcionan estupendamente en grandes espacios, donde se necesitan cubrir zonas amplias, generando grandes sombras, además de una estética agradable. Se pueden crear infinidad de formas y diseños, alternando zonas de sombras con otras de sol. Hay que tener en cuenta que este sistema necesita de anclajes a pared o a mástiles sujetos en el pavimento. Este sistema genera bastante resistencia al viento, por lo que los soportes y anclajes tienen que estar bien calculados por un profesional especializado, para evitar sobrecargas en los forjados, si se trata de azoteas, o desconchones en fachadas, cuando se amarran a ellas. Las velas se realizan habitualmente con tejidos micro perforados, que se pueden personalizar, para evitar la resistencia al viento, por lo que son permeables, teniendo que buscar otra alternativa en los días de lluvia.

Toldos tradicionales, suelen ser otra de las opciones preferidas para terrazas pegadas a fachada, ya que únicamente necesitan anclajes en la propia fachada del local y deja libre de obstáculos la zona de mobiliario y circulaciones. Al igual que las velas, hay que tener cuidado con el cálculo de los anclajes a las fachadas, para evitar desconchones indeseados. Los toldos han evolucionado mucho en los últimos tiempos, pudiendo personalizarlos en formas, diseños, tejidos. También pueden ser permeables e impermeables, por lo que valdrían para verano e invierno.

Pérgolas bioclimáticas: permiten generar sombra en los días soleados y

resguardarnos en días lluviosos. Existen infinidad de modelos y prestaciones, pueden ser cerradas únicamente en techo y abiertas en su perímetro, o cerradas total o parcialmente en su totalidad, creando cenadores o nuevos micro-locales. Este tipo de cerramiento puede instalarse con anclajes al pavimento existente, o en caso de que no sea posible, como en el caso de vías públicas, puede llevar un pavimento elevado con soportes y pesos ocultos, con lo que se convierte en auto portante y no se dañaría el pavimento existente, esto hace que sea una solución ideal para zonas públicas.

Pueden ser de varios tipos:

De lamas de aluminio inclinadas móviles, con iluminación led integrada y sensor de lluvia, que se cierran automáticamente creando un techo plano.

De lonas móviles plegables, tanto en el techo, como en los laterales. Esta opción se puede controlar independientemente del techo y los perímetros, lo que permite cerrar y abrir zonas independientes, dependiendo de dónde

esté el sol o dónde pegue el viento.

Pueden ser de vidrios móviles, también en techo y laterales. Esta opción crea casi un nuevo local, al poder estar cerrado por todas sus caras, incluso con puertas automáticas. Siendo la solución ideal, para todas las horas del día y en todas las estaciones. Todos ellos controlados con automatismo, con mando a distancia o incluirla en la domótica.

Todas ellas se adaptarán a la estación del año correspondiente, ya sea con aparatos de aire acondicionado, vaporizadores o ventiladores, para los meses de calor y con estufas para combatir el frío. Éstas pueden ser de butano o propano, biomasa, eléctrica o infrarrojos... además se pueden incluir unas mantitas de apoyo!



Otro de los elementos imprescindibles para una buena terraza, son las mamparas, cortavientos o elementos que generen intimidad; además nos pueden ayudar a zonificar y crear atmósferas únicas. En el mercado podemos encontrar muchas estandarizadas, pero también nos podemos animar a plantear algo más personalizado, utilizando lonas, jardineras, gaviones, mamparas transparentes o no...

Ahora sí, sólo nos queda disfrutar con una buena comida y una mejor compañía.

host | **Milano**

INTERNATIONAL
HOSPITALITY EXHIBITION

**NEW SHAPES OF
HOSPITALITY**

**22-26
OCTOBER
2021**

fieramilano

host.fieramilano.it

f t i in p y

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY


FIERA MILANO

Buffets modulares de King's Buffets

Los Buffets de la Serie Modular de King's Buffets son los más polivalentes de toda su gama y posiblemente del mercado. Se caracterizan por ser dinámicos, modernos y elegantes.

Los buffets móviles de **King's Buffets** son ligeros de peso, de reducidas dimensiones y con espacio para frío y calor. Según sus necesidades para utilizar en servicios como desayunos, banquetes, brunches y coffee breaks.

Son modelos con un concepto en fabricación de máxima calidad y nuevos materiales pero de producción standard para conseguir un precio asequible para cualquier tipo de negocio.

En la Serie Modular se pueden encontrar una variedad de buffets y show cooking específicos y para cada ocasión especial. Estos son: *buffet frío y/o calor*, *buffet de la serie Pokes*, *buffet Sushi & Salad bar* y *Show Cooking Mini* con extracción de humos incorporada.

Son ideales para hoteles de ciudad, restaurantes temáticos y/o enfocados a hoteles de turismo family, todo incluido y restaurantes con espacio reducido.

Con estos buffets de **King's Buffets** dispondrá de la tecnología y



Buffet serie pokes

diseño más avanzados para garantizar la máxima higiene en la presentación de alimentos y platos.



Show cooking mini



Shushi salad bar



Buffet frío y calor

“La venta necesita las mejores opiniones de los clientes”

Los clientes, gracias a las nuevas tecnologías, se están convirtiendo en jueces, fiscales y reos, en el peor de los casos. De todas las partes de las ofertas turísticas o en fervientes recomendadores, de forma pública, mediática y global en los debates que, a través de las webs 2.

Doménec Biosca, Presidente de Educatur.



Los debates de las webs 2.0 lo comienzan unos atrayendo a otros a explicar sus sensaciones y calificaciones sobre la experiencia vivida en su viaje o en su estancia o su plato preferido de tal o cual restaurante o las soluciones a la crisis financiera.

Son debates desde la más absoluta libertad, los límites deberían ser la educación y la veracidad, a sabiendas del significado de que “Nuestra verdad es sólo una parte”. Como todo movimiento nuevo, provoca, en sus inicios, un cierto miedo a estar expuesto y ser objeto de los comentarios y debates, porque también pueden ser relativos e incluso destructivos en algún caso, cuando el participante descarga su disgusto, desengaño o incluso enemistad.

Como me ha tocado ser precursor de temas, entre otros, sobre: “Cómo llenar un hotel en épocas difíciles”, “La gestión eficaz de un destino turístico en el siglo XXI”, “Cómo dirigir con éxito un hotel”, “Cómo dirigir con éxito un restaurante”, “Cómo mejorar los beneficios en la hostelería”, “Cómo dirigir con eficacia en la hostelería”, “El municipalismo y turismo en el Siglo XXI” y “1.000 detalles para cuidar en un Hotel - Restaurante”, hasta un total de 26 libros y más de 2.000 artículos

publicados y, en consecuencia, también me ha tocado ser diana de las felicitaciones de unos y las críticas de otros, que siempre he agradecido. En algunos casos las críticas venían debidamente razonadas y en otras eran, exclusivamente, descalificaciones, si me lo permite el lector, que quizá está en la fase de terror hacia las webs 2.0, he de comentarle que, personalmente, creo que son “Otra Gran Oportunidad” para ser más auto-exigentes con nosotros mismos como “Líderes” de “La Innovación”.

Todos los empleados, independientemente de su rango dentro de la organización, deben conocer y, se les debe informar, a tiempo real de las consecuencias de cada una de sus actuaciones en las relaciones con los clientes, con el entorno, con la calidad, con los tiempos de espera y con las quejas de los clientes. Si la suma de estas actuaciones-conductas es excelente, el cliente disculpará otros errores o quizá falsas expectativas. Si, por el contrario, estas relaciones son negativas, el cliente publicitará en las redes sociales en la que participe, de buena fe o lleno de mal humor, lo que le ha ocurrido a él.

En cada una de las conferencias y/o seminarios que imparto al año, siempre, algún asistente, empresario y/o directivo y, a continuación, el resto critican las webs 2.0 con la expresión ¡Qué Fácil es Criticar!, olvidándose que ellos también lo hacen cuando actúan como expertos clientes. Les recomendamos cambiar esta mentalidad defensiva positivándola y convirtiéndose en un activo participante de los debates. De esta manera, se podrá utilizar como otra ventana, abierta

al mundo, donde explicar sus novedades, éxitos y rectificaciones, transformándose usted y su equipo en participantes activos.

En cualquier caso, recordemos que a los clientes ni les gusta ni se creen las críticas totales y feroces ni las felicitaciones exageradas. Saben que cada opinión es fruto del subjetivismo de cada uno, siempre limitado, parcial e injusto, tanto para bien como para mal. Para conseguirlo, recordad que al cliente hay que tratarlo con estos 10 mimos ¿Atiende a los clientes con extrema amabilidad?. ¿Personaliza la relación con los clientes, presentándose? ¿Escucha atentamente sin interrumpir la explicación del cliente? ¿Le efectúa con extrema amabilidad y personalizando las preguntas necesarias para solucionar el problema? ¿Se permite trasladar las acciones para solucionar el problema al cliente de forma inmediata, utilizando las nuevas tecnologías? ¿Le ofrece al cliente a tiempo real las soluciones oportunas? ¿Pone el plazo de solución a cada solicitud, quitando la indefinición que crea inseguridad?, ¿Atiende con paciencia y una excelente gestión de las emociones negativas de los clientes evitando boxear con el cliente?. Cuando no es posible solucionar el problema, ¿Le ofrece al cliente compensaciones u otras ofertas con ciertas ventajas? y ¿Se despide del cliente de forma amable, personalizando la relación, quedando a su disposición, evitando una despedida fría? Como siempre quedo a su disposición en dbiosca@educatur.com tanto en las coincidencias como en las discrepancias, para ayudarle a estar despierto.



Mitsubishi Electric apuesta por Canarias

La firma japonesa Mitsubishi Electric impulsa la Campaña “Compromiso Canarias”, al presentar soluciones integrales centradas en enfriadoras para hoteles y restaurantes. Además, realiza diferentes acciones de comunicación para promocionar la visibilidad de la campaña y promover un turismo y una hostelería sostenible.



Mitsubishi Electric, líder de la climatización en nuestro país, ha decidido contribuir al crecimiento en Canarias apostando por la sostenibilidad, de la mano de diferentes acciones de promoción y soluciones integrales para el sector.

Este plan de Expansión en las Islas Canarias busca no sólo reforzar su presencia en esta Comunidad sino contribuir al crecimiento y desarrollo del negocio de clientes y partners, ayudando a impulsar los principales activos de la economía, como son los sectores vinculados al turismo, como son los Hoteles y Restaurantes. Contempla todas las gamas de producto comercializadas bajo las marcas **Mitsubishi Electric** y Climaveneta.

Todas estas acciones integrarán la Campaña de Comunicación “Compromiso Canarias” que **Mitsubishi Electric** está llevando a cabo en Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife.

Las Islas Canarias son un referente en sostenibilidad y en calidad turística. Actualmente, está trabajando por conseguir la identificación de “Destino Sostenible”, de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS).

Estos objetivos marcados por el Gobierno de Canarias, se alinean actualmente

con los valores de **Mitsubishi Electric**, que en su 100 aniversario ha decidido impulsar más a través de un ambicioso Plan de Sostenibilidad y Visión Medioambiental, centrando su visión en 3 de los 17 ODS:

Objetivo 7: accesibilidad a Energías Limpias.

Objetivo 11: crear Ciudades y Comunidades Sostenibles.

Objetivo 13: medidas concretas que frenen el Cambio Climático.

Mitsubishi Electric propone soluciones integrales para Hoteles y Restauración. Cuando nos centramos en instalaciones vinculadas a Hostelería, un factor primordial para su futuro éxito es el confort, que depende de factores clave como son unos niveles de temperatura adecuados, una correcta humedad del aire y unos niveles de CO2 mínimos.

Para conseguir estas condiciones, es necesario un sistema de producción robusto y fiable, que garantice que se mantienen esos niveles de confort con mínimos costes de operación y consumo energético.

La gama de Enfriadoras Polivalentes de Climaveneta - **Mitsu-**

bishi Electric incluye una amplia selección de equipos capaces de satisfacer los más exigentes niveles de confort, pero también de satisfacer la demanda de agua caliente a alta temperatura para ACS o incluso para servicios de lavanderías.

Este gran portafolio de soluciones con tecnología Aire-Agua y Agua-Agua son ideales para aquellos proyectos que busquen la más alta fiabilidad, eficiencia y confort gracias a:

Amplia gama de enfriadoras polivalentes más eficiente y sostenible del mercado.

Elevado ahorro, con producción independiente y simultánea de agua fría y caliente.

Control ClimaPRO, que permite monitorizar a tiempo real todo lo que sucede en las instalaciones.

La utilización de los refrigerantes más sostenibles, de muy bajo PCA (Potencial de Calentamiento Atmosférico), en línea con los objetivos de sostenibilidad de la Unión Europea y la reducción de la huella de carbono.

Una apuesta real por la Sostenibilidad gracias al desarrollo de los productos más innovadores.





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

“La formación aporta cualificación profesional”

Lucía Mendoza Padilla preside la Asociación de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades de Tenerife, ASGOTE, la segunda asociación en importancia a nivel nacional. En ella la profesional canaria defiende los intereses de las gobernantas canarias a través de métodos modernos e influyentes.



¿Coméntenos su trayectoria profesional?

Llevo trabajado como gobernanta casi 40 años, los últimos 30 en una multinacional que ha trabajado bajo distintas marcas, aunque hoy se la conoce como Diamond Resorts Internacional. Como presidenta de ASGOTE ejerzo desde 2010.

¿Qué significa para usted la formación?

A lo largo de mi profesión no he cejado en el convencimiento de la importancia de la formación continua, como mejor método para cumplir los más altos estándares que demande el sector. El objetivo ha sido siempre la excelencia, pues la perfección no existe y además es peligrosa. Aunque desde fuera no lo parezca, todo cambia deprisa y hay que solventar las deficiencias

y cumplir las exigencias que continuamente surgen.

Una vez bajo control, hay que formar a los equipos, pues son ellos los que al final sacan el trabajo adelante. Se puede decir que soy una directora de orquesta, que se preocupa de todos y cada uno de los músicos, para que la melodía suene perfecta y el cliente sienta que ha pagado por un servicio que ha superado sus expectativas.

¿Cómo se forjó la creación de ASGOTE?

ASGOTE es el acrónimo de Asociación de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades de Tenerife. Es una asociación sin ánimo de lucro fundada en el año 2000 gracias a la inquietud de un grupo de gobernantas de hoteles del sur de Tenerife, que en principio querían aunar esfuerzos para facilitar su mejora profesional y posteriormente dirigirse al resto de compañeros del sector, mediante la organización de eventos, talleres, charlas, cursillos que pudieran dar una mejor cobertura a las necesidades profesionales de la Hostelería. Referente a la atención, cuidado y organización de los servicios complementarios hosteleros y que finalmente cristalizó en forma de asociación.

Desde nuestros inicios, hemos intentado dignificar y poner en valor la profesión de gobernanta y de todas las personas que trabajan a nuestro cargo en el departamento de pisos. Es el que tiene un contacto más íntimo con el cliente a lo largo de su estancia y es necesario que su profesionalidad,

traducido en discreción, disposición, calidez y, sobre todo, calidad, estén presentes en todo momento durante la atención y el servicio. Por eso, y para adaptarnos a las cambiantes modas, prestamos especial atención a la formación y reciclaje de nuestras asociadas en todas aquellas áreas que tienen que ver con nuestro trabajo, vinculado a la gestión departamental como de personas. Desarrollando nuevos proyectos y alcanzando cotas de excelencia más alta cada día.

¿Cómo ha evolucionado la Asociación de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades de Tenerife desde su creación?

Hemos pasado de la formación a intentar influir positivamente en la sociedad, con distintas inquietudes que se han canalizado. Por ejemplo, mediante la organización de eventos para recaudar fondos con los que ayudar a colectivos marginales e instituciones benéficas.

Una de las ideas que más arraigo ha tenido en todo este tiempo, ha sido la creación de un fondo económico para la creación de plazas de “Guardería Infantil” (denominadas hoy “Jardines de Infancia” o “Aulas de Preescolar”) para hijos de trabajadores de Hostelería en el Sur de Tenerife. Los esfuerzos realizados para el incremento de este fondo han sido arduos y continuados, organizando comidas, fiestas y consiguiendo aportaciones con las que hacer frente a algunas de las necesidades que pudieran surgir.

Las diferentes propuestas de creación de “Guarderías” que cubrie-

sen las necesidades de atención a los hijos de trabajadores de Hostelería, por parte de ASGOTE a diferentes estamentos, tanto municipales como provinciales y autonómicos, han sido siempre soslayados por dichas autoridades con muy buenas palabras, desoyendo dichas inquietudes, por lo que hubo que dar destino diferente al montante de dinero recaudado y puesto que esta es una asociación sin ánimo de lucro se decidió en asamblea repartirlo entre diferentes centros asistenciales de menores y de integración personal e incorporación social de las personas más vulnerables y en situaciones de exclusión.

La oferta formativa se ha enriquecido con cursos complementarios, como Decoración floral, cursos de Protocolo, de inglés y de informática.

A lo largo de estos años hemos recibido varios premios por nuestro trabajo; Abinque (Ayuntamiento de Adeje), Ganigos (CIT) y Huésped de honor nominado por Ashotel entregado en el Congreso de Hoteleros Españoles.

¿Qué destacarías de sus componentes?

El tesón, la profesionalidad y la abnegación. La altura de miras, invirtiendo a largo plazo, para que nuevas compañeras recojan el testigo y lleven la excelencia a cotas más altas, haciendo de Tenerife un destino inolvidable, único e indispensable.

También destacaría el trabajo en equipo, pues cualquier innovación corre como la pólvora, nutriéndonos y enriqueciéndonos mutuamente.

Hemos progresado, formándonos y actualizándonos diariamente, preparándonos para las nuevas tecnologías, talleres formativos, protocolo y nuevos sistemas de trabajo.

¿Qué objetivos y proyectos tiene ASGOTE?

Encontrar nuevos talentos. Socias que quieren continuar el legado e impulsar la asociación, para que los proyectos en marcha sigan adelante y por qué no, acometer otros más ambiciosos.

No dejar la formación. Incluso a pesar de la pandemia por Covid no

hemos parado. Sustituimos los cursos presenciales por cursos online, como inglés, liderazgo e informática. Este año, nos interesan cursos de inglés, escucha activa, informática (excel), redes sociales y gestión de equipos entre otros.

Hemos recibido formación en protocolos anti Covid de varias empresas, un webinar de ASHOTEL y, por supuesto de nuestras propias empresas. Gracias a ellas nos hemos preparado para actuar con precaución y seguridad, tanto para nosotros como para nuestros clientes.

Dejamos pendiente un nuevo proyecto, presencial, para la formación de camareras de piso y subgobernantas. Seguiremos trabajando unidas, progresando hasta conseguir el éxito.

¿Cómo calificaría su relación con ASEGO?

Con la Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO, estamos en contacto, y esperamos que en el futuro podamos compartir ideas y colaboraciones.



Especialistas en decoración para hotelería.



www.pfiinteriorismo.com

info@pfiinteriorismo.com

T+34 981 979 284

“Resuinsa, celebra su 45 aniversario mirando al futuro sin olvidar el presente”

Resuinsa es una empresa familiar, que a cargo de su segunda generación, cumple 45 años. Al frente de ella está Félix Martí, su Director General, quien nos comenta la trayectoria de la Compañía en un momento delicado para la Hostelería.



Félix Martí Olivares, adaptándose al paso del tiempo y al cambio que había sufrido la industria textil en el sector empresarial, fundó **Resuinsa** para cubrir las necesidades de un sector concreto, el de la Hostelería.

Veinte años más tarde, me incorporé a la dirección de la Compañía. Soy la segunda generación, pero debo destacar que mi padre ha sido mi gran maestro. El 45 aniversario de Resuinsa es el mejor homenaje que le puedo rendir tras su pérdida en diciembre. Sin su esfuerzo, emprendimiento y resiliencia nada de esto hubiera sido posible.

Respecto a la actividad exportadora de **Resuinsa** no responde a una venta esporádica. La exportación exige de una visión a medio plazo y un conocimiento profundo del mercado de destino, los gustos y las costumbres, para así poder fabricar los productos que necesitan los clientes profesionales.

Somos una empresa internacional porque tenemos una estructura comercial y logística fuerte, ambas nos permiten dar servicio al cliente en cualquier parte del mundo.

Ser internacional significa aportar, arriesgar, emprender, abrir los ojos y salir de la zona de confort para enfrentarse a nuevos retos.

¿Cómo ha vivido Resuinsa este año de pandemia?

En marzo de 2020 centramos nuestros esfuerzos en ayudar a hospitales y residencias, donando mascarillas y todo tipo de artículos textiles. Los siguientes meses, desarrollamos nuevos productos para facilitar a la hostelería el cumplimiento de los protocolos higiénico-sanitarios en sus reaperturas. Pero a pesar de todos los esfuerzos y de estar abiertos en todo momento, ha sido el año más atípico que hemos vivido.

Desde el primer momento de la pandemia, podemos decir con orgullo que hemos cumplido con cualquier cliente que ha necesitado nuestros servicios.

Durante este complejo momento, hemos proseguido con nuestro desarrollo tecnológico, apostando

Resuinsa, empresa valenciana, está presente en 140 países de los 5 continentes. Lo que le permite destacar en el mercado, tras competir con los principales fabricantes italianos y americanos, por la calidad de sus textiles, su I+D+i continua y su firme apuesta por la sostenibilidad.

¿Cómo y cuándo empezó Resuinsa?

Provenimos de un grupo familiar que fundó mi abuelo a principios del siglo XX. En 1976 mi padre,

¿Cuál es el secreto para alcanzar ese nivel de internacionalización?

Nosotros tenemos presente de dónde venimos y a quién nos debemos. Hemos nacido aquí, de la mano de las mejores Cadenas hoteleras y de los profesionales que hay en España, por lo que nos consideramos unos exportadores de este buen hacer. En estos momentos tan duros para el sector, reivindicamos su consideración y apoyo, no sólo a nivel particular sino principalmente institucional.

por la digitalización de los textiles y por la sostenibilidad, no podemos olvidar la gran importancia de estos temas.

También hemos ido analizando los cambios que se estaban produciendo por la situación pandémica mundial, con unos incrementos de materia prima desorbitados, escasez, dificultades en el transporte,... para tomar medidas y anticiparnos a la situación.

Desde **Resuinsa** apoyamos firmemente al sector, somos una empresa por y para el hotelero. Estamos totalmente preparados para el ansiado “despegue”, con miles de prendas fabricadas para dar un servicio inmediato a los clientes. Apostamos totalmente por este verano, con muchas ganas de trabajar y especialmente con mucha ilusión.

¿Con qué adjetivo se definiría?

Me considero afortunado porque trabajo en lo que me gusta. Gracias

a ello he conocido muchas culturas y personas de las que he aprendido muchísimo. Me siento orgulloso de mis compañeros de trabajo cuando veo como en **Resuinsa** se desarrollan, personal y profesionalmente. Es un privilegio que cada vez sean más los que me ayudan a llevar este barco.

Aprovecho esta oportunidad para dar las gracias a todos los clientes,

colaboradores y trabajadores que forman **Resuinsa**. Hemos pasado muchos momentos juntos, buenos y no tan buenos, pero siempre hemos permanecido unidos. Llegar a cumplir 45 años, en gran parte se debe a todos y cada uno de ellos. Para mí es un placer seguir contando con todos para que la bandera de la hostelería española sea conocida en todo el mundo.



Resuinsa viste a grandes hoteles Americanos y Europeos



Interiorismo textil que cambia el mundo



20 años vistiendo hoteles

CARMELA • MARTÍ
DECORACIÓN



“ASEGO es mi otra familia”

Ana María Dobaño, Secretaria General de la Asociación Española de Hotel y Otras Entidades, ASEGO, se caracteriza por su imponente carisma profesional y personal, además de ser considerada el alma mater de la Asociación. Ella mejor que nadie puede realizar un balance de la entidad.



¿Nos puedes comentar tu trayectoria profesional y con ASEGO?

A estas alturas de mi vida tengo poco que añadir, toda mi vida la he dedicado a la hostelería. Desde que decidí presentarme a los exámenes de ingreso para TEAT en la Escuela Oficial de Turismo, allá por 1966.

Al principio combinaba prácticas con mis estudios, así como varios trabajos hasta que entré en el Gran Hotel Colón de Madrid. Empecé como telefonista, entonces no había todavía mujeres en recepción pero al crearse el departamento de reservas, allí pasé. Y de aquí a pisos donde permanecí hasta mi jubilación como Gobernanta General del Hotel.

La Asociación Española de Gubernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO, se creó en 1986, cuando empezó a haber inquietud por el asociacionismo. Con José Fina Alonso empezamos a trabajar varias compañeras para llevar a cabo este proyecto. Desde el principio EN y CON ASEGO.

¿Qué significa ASEGO para usted?

ASEGO junto con mi familia y mi trabajo, siempre ha sido una parte importante de mi vida. Ha sido como mi otra familia.

¿Cómo ha visto la evolución de la entidad y de sus integrantes, desde que entró a formar parte de ella?

Al principio, todas éramos gobernantas de hoteles de 4 y 5 estrellas, y con puestos estables. Más adelante, debido a las circunstancias laborales y la creación de Otras Entidades, se fueron incorporando otras gobernantas de diferentes sectores.

Desde el inicio hasta el día de hoy, el objetivo de ASEGO está claro: defender la categoría profesional y los intereses concernientes al Departamento de Pisos.

ASEGO consta de dos partes, la primera la Hotelera y la otra es Otras Entidades. ¿Se puede considerar que en ASEGO tiene mayor relevancia la Hotelera y en el conjunto de la sociedad Otras Entidades, como en el segmento Hospitalario?

Efectivamente en un principio tuvo mayor relevancia la parte Hotelera y de hecho es que la mayor parte de las asociadas pertenecen a este segmento, pero las Otras Entidades, que pueden ser hospitales o residencias, cobran hoy en día mucha relevancia social y más aún en los tiempos que estamos viviendo.

Una Gobernanta bien preparada y con capacidad de liderazgo, por supuesto que puede ejercer sus funciones en cualquier entidad privada o pública, sólo hay que saber adaptarse al puesto.

¿Ha cambiado el papel desarrollado por las gobernantas?

Bastante, en sus inicios el papel de la gobernanta era puramente organizativo y de control, pero con la evolución del sector y las nuevas tecnologías, leyes/normativas nos exigen una cualificación más completa.

El papel de la gobernanta ha evolucionado hacia una profesional más cualificada y con una labor más dirigida a una buena gestión del departamento, donde hay que cumplir con objetivos económicos y directivos diferentes a los de antes.

Las crisis económicas han afectado mucho al trabajo de la gobernanta, puesto que las empresas, bajo mi punto de vista, han querido reducir personal y costes, lo que ha llevado incluso a la externalización del Departamento de Pisos, dejando éste en manos de empresas ajenas a la organización, que en algunas ocasiones no conocen la esencia y sus valores. Esto ha perjudicado y ha bajado la calidad de los servicios, tal y como los entendíamos antes.

¿Valora el sector y la sociedad la figura de la Gobernanta?

El sector conoce y valora el papel de la Gobernanta y del equipo de pisos. Sin embargo, la sociedad o los clientes no siempre saben el trabajo que hay detrás, ni las tareas a realizar para que todo esté en perfecto estado.

El equipo del departamento de pisos está evidentemente implicado con la limpieza, higiene y desinfección, no sólo de las habitaciones sino de todas las áreas del hotel.

¿Cuál ha sido el revulsivo de las diferentes Juntas Directivas, como lo catalogaría?

En cada Junta, se plantean las diferentes problemáticas o circunstancias del momento y se trata de debatir, compartir experiencias y por supuesto llevar a cabo la mejor gestión de ASEGO.

Deseo transmitir mi agradecimiento a todas aquellas compañeras y amigas que desde la primera a la última Junta Directiva

han participado y nos han acompañado en este trabajo.

¿Qué es lo que se le debe exigir y que debe reunir a una buena Gobernanta?

Profesionalidad, amar la profesión, empatía y liderazgo.

A usted se le considera el alma mater de ASEGO ¿Nos puede decir el nombre de algunas asociadas que han sido imprescindibles y un ejemplo para la Asociación?

Lo primero, gracias por ésta consideración, que no hubiera sido posible sin compañeras y amigas que han estado y siguen estando apoyando nuestros intereses pese a algunas estar jubiladas y otras con muchos esfuerzos en sus respectivos trabajos y siempre buscando tiempo para la gestión y apoyo de la Asociación.

No quiero dejarme a nadie sin mencionar, son muchas las personas que han sido imprescindibles en ASEGO desde el principio, pero sin ánimo de ofender o molestar a nadie, si me gustaría dar algunos

nombres: Rosa Martín Hidalgo, María José Bielza, Beby, Paloma Box, Ángeles González Cando, Ana María Delgado y Antonia Gemio.

¿Nos puede indicar los grandes momentos de la historia de ASEGO?

ASEGO tiene un día a día que de por sí ya es importante, puesto que hacemos actividades y estamos activas en la medida de lo posible y en contacto continuo con las asociadas.

En cuanto a grandes momentos, cabría recalcar la importancia que supuso la derogación de la antigua ordenanza de hostelería y la creación del ALEH (Acuerdo Marco) que conllevó el ajuste de las categorías profesionales por áreas y salarios estipulados por categorías. Durante este proyecto de ALEH tuvimos que movernos y trabajar mucho para que la figura de la Gobernanta tuviera el mismo nivel que los demás jefes de departamento.

También, añadir que ASEGO colaboró cuando se creó la nueva formación de Técnico Superior de Alojamiento, que venía-

mos pidiendo desde hace tiempo, ya que el nivel de Regiduría de Pisos era nivel 1. Además gestionamos exámenes para la obtención del título de Regiduría de Pisos.

ASEGO participó con el INCUAL en el diseño de las cualificaciones profesionales nivel 1 y nivel 3 (el actual de la Gobernanta).

También colaboramos con los sindicatos CCOO y UGT en la elaboración de un Manifiesto de "Por un Turismo de Calidad" que se presentó a todos los partidos políticos y medios de comunicación.

Como último punto a señalar, ASEGO ha estado pendiente de la externalización hotelera, siempre intentando velar por la profesionalidad y calidad de los servicios. Además de luchar contra ciertas injusticias laborales que ello conlleva.

¿Desea añadir algo más?

Seguimos apostando y confiando en el sector turístico, así como trabajando para salir de esta crisis cuanto antes.

Me siento orgullosa de todas las personas que se han cruzado en mi vida durante esta larga etapa profesional.

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

Mayor comodidad, nuevas lavadoras Benchmark de Miele

Las nuevas lavadoras Benchmark con conectividad de Miele se caracterizan por ser duraderas, eficientes, polifacéticas y especialistas. Vienen a sustituir a las anteriores, acompañadas de las secadoras de la misma serie de 12 y 20 kg de capacidad.

Las lavadoras y secadoras *Benchmark* de **Miele** están disponibles en las dos series ya conocidas demostrando que las máquinas comerciales son la base del funcionamiento eficiente de una lavandería en hoteles y restaurantes.

Los modelos emblemáticos *Performance Plus* se reconocen fácilmente por sus frontales de acero inoxidable. Cuentan con más de 90 programas de lavado agrupados en paquetes para satisfacer las necesidades específicas de cada canal. Incluyen programas especiales para ropa de cama, toallas, ropa de cocina y ropa de trabajo entre otras. La gama de programas estándar está disponible en los modelos *Performance* con su nuevo frontal gris hierro.

La pieza clave de estas lavadoras son sus nuevos manejos que permiten la personalización de los programas. Según el ámbito de aplicación, los manejos *M Touch Pro Plus* con pantalla táctil a color pueden configurarse para ofrecer un amplio abanico de programas y parámetros o para ser increíblemente sencillos, en más de 30 idiomas. La pantalla, lisa y fácil de limpiar, responde incluso a las manos con guantes.

Todas las máquinas están preparadas para la conectividad y para ir actualizándose con soluciones futuras. Otras características son las conexiones con los sistemas de dosificación y otros sistemas, por ejemplo, para la gestión de cargas de pico.



Puerta bloqueada con una pulsación

El manejo de lavadoras y secadoras es más sencillo que el actual. Por ejemplo, el bloqueo electromecánico de la puerta *OneFingerTouch* es aún más fácil de manejar, gracias al nuevo diseño del tirador: que con una pequeña pulsación es suficiente para cerrar y bloquear la puerta de 415 mm e iniciar un programa. Una vez finalizado el programa, la puerta vuelve a abrirse con la misma facilidad. En las secadoras, se ha optimizado el tirador y se ha aumentado el tamaño del hueco del asa de la puerta para un manejo sencillo y ergonómico.

La comodidad del usuario aumenta gracias al funcionamiento suave de las lavadoras, incluso con carga completa. Esto está garantizado por un motor principal de accionamiento potente y eficiente y un nuevo sensor de desequilibrios 3D. Este último supervisa la rotación durante la rampa hasta la velocidad máxima y evalúa los datos recogidos.

Las velocidades de centrifugado se ajustan de forma constante y automática para garantizar que las prendas húmedas y secas se distribuyan correctamente por el tambor de panel de abeja patentado *Mark 2*. El control automático de la carga integrado ajusta la entrada de agua a la carga, alineando simultáneamente los tiempos de funcionamiento del programa y el consumo.

Ciclos de lavado y secado cortos

El programa más corto de las lavadoras *Performance Plus* consume solo 5,9 litros de agua y necesita 42 minutos. La humedad residual es sólo del 44%, permitiendo agilizar su secado posterior en la secadora más grande con calentamiento eléctrico y 44



kg de capacidad. Los tiempos de funcionamiento de los nuevos modelos se ven reducidos hasta un 10% en comparación con la generación anterior.

También es nuevo el modo en que un porcentaje del aire de proceso de la secadora se devuelve al proceso de secado mediante *AirRecycling Flex*, la evolución del anterior proceso *AirRecycling Plus*. En el nuevo sistema, los recorridos del aire se adaptan dinámicamente mediante controles inteligentes a las condiciones de funcionamiento actuales. Esto garantiza unos resultados de secado perfectos combinados con un bajo consumo de energía, programas más cortos y un tratamiento más delicado de las prendas. La duración de los programas se reduce aproximadamente un 4% más.

Los ciclos optimizados también aumentan la durabilidad de todos los modelos. Al igual que en las generaciones anteriores, las nuevas *Benchmark* utilizan exclusivamente materiales de alta calidad, como el acero inoxidable y el hierro fundido, capaces de soportar el nivel de exigencia continuo de las lavanderías. Estas máquinas han superado pruebas de resistencia que garantizan 30.000 y 20.000 horas de funcionamiento para las lavadoras y las secadoras.

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 Especifica Cordero de Extremadura

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



Cash&Carry y Deliver

Grupo Miquel (GM Cash)

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



Soñamos con un mundo mejor,
trabajamos para conseguirlo



Miele

En perfecto equilibrio

Lavadoras y secadoras
de la nueva serie Benchmark.

Miele Professional. Immer Besser.



Diseñadas para superar cualquier límite. Los slackliners ponen en equilibrio la tecnología, la precisión y la pasión para superar cualquier límite. Las nuevas Benchmark también encarnan ese equilibrio perfecto entre tecnología y características que garantiza unos resultados extraordinarios y procesos óptimamente coordinados. **Un hito en lavandería.**

miele.es/benchmark