

MURPROTEC
Instituciones, Patrimonio y Profesionales **PRO+**

*Cuidando de ellos,
cuidas de tu negocio*



CONDENSACIÓN CAPILARIDAD FILTRACIONES CALIDAD DEL AIRE

La mala calidad del aire, las humedades y espacios no seguros hacen que afecten gravemente a tu negocio. **MURPROTEC PRO+** siempre al lado del canal **HORECA**.



**Certifica la salud y
seguridad de tus clientes**

900 30 11 30
www.murprotec.es

Portavoz oficial:



Asoga



A person is seen in silhouette, balancing on a thin rope (slackline) stretched across a deep valley. The person is standing on the edge of a jagged, rocky mountain peak. The background shows a vast, mountainous landscape under a soft, hazy sky, suggesting a sunset or sunrise. The overall mood is one of adventure and balance.

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



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.

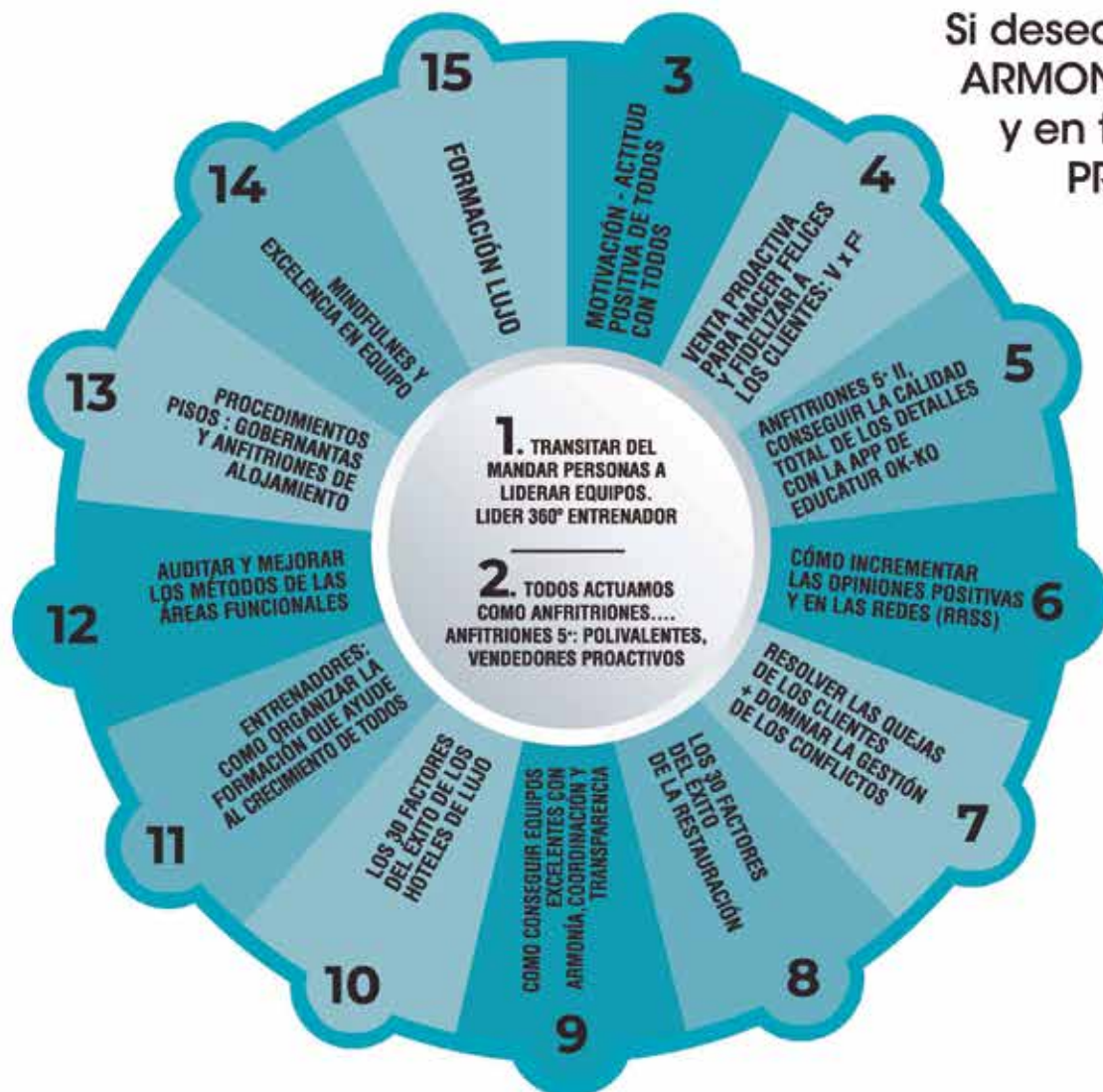
Descubre una experiencia Cook&Chill increíble.

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



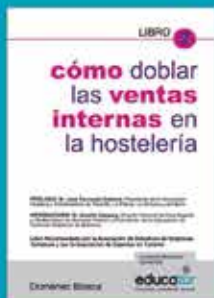
Si deseas **CRECER** en tu
ARMONÍA RELACIONAL
y en tus **HABILIDADES**
PROFESIONALES...



"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, potencia sus actividades.	8
--	---

Reportajes

Élkar el restaurante más alto de España.	10
Trucos para triunfar con el marisco.	12
El delivery aumenta sus opciones y mercados.	22
Un sector con un aire renovado.	38

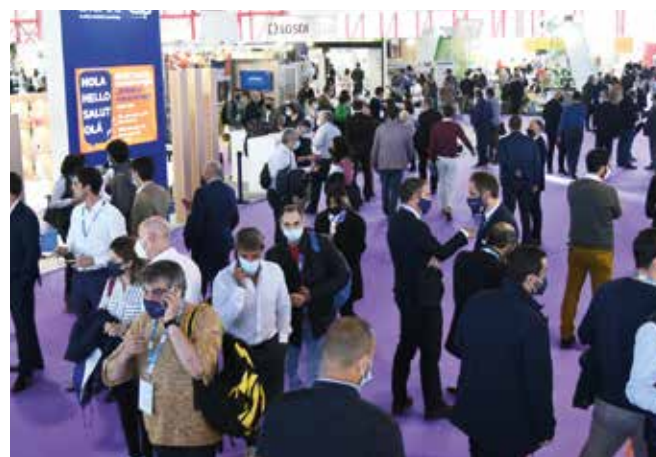
Empresas

En el olimpo de la gastronomía (Provacuno).	16
(Electrolux Professional) Razones para introducir en lavavajillas, tras la Directiva de plásticos de un solo uso.	18
Tecnología higiénicamente segura (Meiko).	20
Una gestión más fácil y digitalizada es posible (Divilo).	24
Resuinsa: reformulando el textil en clave sostenible.	36
Murprotec el gran aliado para la protección de la calidad del aire en interiores y contra las humedades.	40
Guía Comercial.	48



Actualidad

"Salenor una gran oportunidad de negocio".	26
Las ferias, vuelta a la normalidad.	28
FACYRE.	30
AMER.	32
AEHH.	34
AEDH.	42
ASEGO.	44
Las Llaves de Oro.	46



Staff

Hostelería & Restauración H.R.

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

Director:

Fernando Hidalgo de Morillo - fhidalgo@revistahr.es

Coordinación:

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

Publicidad y Marketing:

Luis Jiménez - publicidad@revistahr.es

Calidad:

biomicral@revistahr.es

Redacción:

Jian Zhang - redacción@revistahr.es

Asesores de Comunicación:

María Jesús Gil de Antuñano

Diseño y Maquetación:

Álvaro Díaz Hernando

Suscripciones:

Belinda Sánchez Verbo - suscripcion@revistahr.es

Fotografías:

Redacción, Trimagen Fotografía Creativa

Redacción-Publicidad-Suscripciones:

C/ Matilde Díez 11, Bajo

Tel.: 91 510 27 28

www.revistahr.es

28002 Madrid

Corresponsales-Colaboradores:

Asturias-Galicia: Pablo Sanz

Extremadura-Andalucía: Felipe Damián

País Vasco: José Luis Valle

Castilla-La Mancha: Joaquín Muñoz

Castilla-León: Pilar Rincón

Cataluña: Guillermo Sanz

Comunidad Valenciana: Javier Martínez

Italia: Matteo Gaffoglio

Asesores Técnicos:

Doménec Biosca, Mariano Castellanos, Javier de las Muelas, Ana María Dobaño, Antonio Galán, Javier Gila, Ignacio Guido, Fernando Gurruchari, Miriam Hernández Miguel Ángel Herrera Ubeda, José Luis Inarejo, Luis Irizar, Borja Martín, Íñigo Pérez "Urrechú", Ramón Lefort, Ángel León, Custodio López Zamarrá, Lorena Moreno, Juan Carlos Muñoz, Carlos Orgaz, Vicente Romero, Paco Roncero, 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 2022

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	65€	95€
Extranjero	90€	125€

(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:   

LOS AUTÉNTICOS VAQUEROS DISFRUTAN LA CALIDAD Y EL SABOR DE EUROPA

CON LA CARNE DE VACUNO DE ESPAÑA



HAZTE VAQUERA

Ser un Auténtico Vaquero es contribuir al desarrollo sostenible del medio rural y apoyar el bienestar animal. Es llevar una dieta variada y equilibrada, donde disfrutas de los aportes de la Carne de Vacuno. Ser un Auténtico Vaquero es consumir una carne comprometida con el futuro del planeta, que promueve el desperdicio 0, porque la carne de vacuno europea, además de estar muy buena, se aprovecha al cien por cien. Es hacer hoy, lo que mañana nos hará sentir orgullosos.

Para saber más sobre las pautas dietéticas recomendadas consulta nuestra web www.haztevaquero.eu/pautas-dieteticas



#HAZTEVAQUERO
HAZTEVAQUERO.EU



El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA
LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN
LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



Hostelería & Restauración potencia sus actividades

El último trimestre del año ha sido muy activo en eventos y nuestra revista Hostelería & Restauración, HR, también ha participado en la organización de acciones para Hostelería, entre ellas figuran las presentaciones organizadas conjuntamente con Resuinsa e Hygienalia.

La Hostelería está viviendo un momento delicado fruto de la pandemia que está ralentizando su actividad, pero afortunadamente existen momentos que su incidencia es menor y aprovechamos a atender, informar y dar a conocer nuevas tendencias y productos para mejorar las necesidades del sector. **HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, HR**, consciente de estas necesidades hemos apostado por la organización de actividades.

Si seguimos un orden cronológico la primera presentación que hemos organizado ha sido en Hygienalia, Feria de la Limpieza e Higiene Profesional, que se ha celebrado del 9 al 11 de noviembre en el Palacio de Cristal de la Casa de Campo de Madrid.

HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, HR, ha organizado con gran éxito de público el último día del certamen la jornada “Futuro de la higienización de la hotelería y hostelería hospitalaria”, con la participación de Lorena Moreno, Presidenta nacional de la Asociación Española de Gobernan-

tas de Hotel y otras Entidades (ASEGO); Ana María Dobaño, Secretaria General de ASEGO; Miguel Ángel Herrera Úbeda, Presidente de la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria; y nuestro Directo, Fernando Hidalgo, que hizo de moderador.

Todos los ponentes han resaltado la importancia de los protocolos de limpieza e higienización en hoteles y hospitales, especialmente en el ámbito hospitalario donde es mucho lo que se pone en juego si se cometen errores. También el acto ha servido para comentar la importancia del medio ambiente, la sostenibilidad (como hospitales verdes o sostenibles) además de comentar situaciones vividas durante la pandemia y cómo ésta ha puesto en valor al servicio de limpieza. “Se ha desinfectado y limpiado aparatos que nunca se tenían en cuenta”, ha comentado Miguel Ángel Herrera.



HR organiza una jornada con ASEGO y la AEHH.

Por su parte, Lorena Moreno ha explicado la utilización del ozono en la Hotelería, resaltando su efectividad para el uso concreto que hacen las camareras de piso y bajo un protocolo de seguridad y uso para el que se les da formación.

Textiles sostenibles

La siguiente presentación organizada por **HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, HR**, ha sido el 30 de noviembre en el Hotel Claridge de Madrid conjuntamente con las firmas valencianas Resuinsa y Carmela Martí.



Numerosos profesionales han asistido a nuestras actividades



Resuinsa presenta los textiles sostenibles.

La jornada denominada “Cómo aprovechar los textiles que usamos y desecharnos” ha servido para que Resuinsa imparta la primera jornada de sostenibilidad textil para hostelería.

El público asistente compuesto por más de una treintena de gobernantes y directores de los principales hoteles de Madrid, ha podido comprobar como Resuinsa, fruto de su I+D+i y gracias al desarrollo de su último proyecto CDTI, ha conseguido crear un circuito cíclico de elementos reciclados y reciclables que consigue minorar la producción de residuos. Los responsables de impartir la formación Juan Antoinio López, Director Comercial de Resuinsa, y Carmela Martí, Directora de Proyectos de Carmela Martí han demostrado el proceso de fabricación de diversos elementos textiles.

Incluso han comentado que para el Director General de Resuinsa, Félix Martí, “esta opción, cuyos productos pueden ser reutilizados en múltiples ocasiones, se acerca a lo que podría llamarse el reciclaje infinito”, ya que “no sólo se realiza con productos que proceden de textiles reciclados post-consumo sino que sus elementos pueden volver a ser reutilizados”.

Se trata de favorecer la transición hacia una economía circular, creando varias líneas de productos que tienen una vida múltiple y que son reutilizados para diferentes conceptos, minimizando así el impacto

medioambiental y dando una nueva vida a productos que de otra manera se convertirían en residuos.

De esta manera y sin perder de vista el diseño, ambas compañías apuestan por esta filosofía de consumo ecológica que tiene como intención proteger el medio ambiente y ofrecer alternativas “verdes” al sector hotelero. Qué genera al año toneladas de residuos textiles y que ofrece oportunidades de adaptarse a las nuevas necesidades marcadas por la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Asistencia a ferias

HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, HR, ha potenciado su asistencia a certámenes feriales con stands para estar cerca del sector. Entre las ferias que hemos asistido figuran Hygienalia y el Salón Internacional del Gourmets donde hemos recibido a colaboradores y firmas comerciales del sector.



Ángeles Espinosa y Borja de P&G, y Eric Debain, de Murprotec también nos visitaron.



El presidente de Aspel, Juan Díez, con secretaria general ASEGO Ana María Dobaño.

Amplia programación para 2022

HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, HR, tiene programada para el primer trimestre del año 2022 un ambicioso programa de presentaciones presenciales y online en colaboración con diversas firmas comerciales en diferentes puntos de la geografía nacional. Resuinsa, P&G, Murprotec y Electrolux Professional son algunas de las firmas con las que tenemos cerrada una agenda de presentaciones. Además de con la Cámara de Comercio de Avilés en el salón SALLENOR.



Gobernantes visitando nuestro stand.

Élkar el restaurante más alto de España

Élkar, que significa 'juntos' en euskera, acaba de abrir sus puertas en Madrid, convirtiéndose en el restaurante más alto de España al encontrarse a 160 metros de altura, concretamente está ubicado en la planta 33 de la Torre Emperador Castellana.



Este restaurante supone el nuevo proyecto en Madrid de alta gastronomía de Aramark España, cuya propuesta gastronómica nace de la unión de dos chefs Sergio Ortiz de Zárate, estrella Michelin y especialista en productos del mar, y Beñat Ormaetxea, Premio Nacional de Jóvenes chefs y especialista en caza, que fusionan sus dos cocinas, ambas con mucha personalidad.

Esta es la primera vez que un restaurante dispone de una oferta con la implicación y entrega de ambos chefs, quienes además de ofrecer asesoramiento personalizado como expertos, han elaborado cada uno de los platos de la carta.

En Élkar no sólo se disfruta del 'skyline' madrileño, sino que también es la primera vez que los comensales pueden acceder a un restaurante a través de una cava de vinos.

La decoración interior se ha construido desde el hall de entrada. En ella llama la atención la pared de

granito y la cristalera, lo que garantiza gran luminosidad natural. Al entrar en el restaurante se encuentran cuatro grandes columnas forradas con madera en palillado, aportando mayor calidez al hall y al salón de la entrada. En este espacio disponen de cuatro mesas de grandes dimensiones en madera natural, con ruedas, y con taburetes altos tapizados (para aportar calidez). En esta zona

realizan las catas virtuales y se sirven los cócteles de bienvenida.

En los espacios de pared más grandes, destaca el palillado de madera, y en estos paños de madera, centrado en vertical, han colocado las lámparas.

Toda la iluminación está al menos a dos metros de altura, para evitar reflejos en las cristaleras que impidan la visibilidad y conseguir mayor efecto visual. El hecho de que las mesas tengan ruedas es para dar versatilidad al espacio y puedan disponerse alrededor del videoworld. Con ello las catas virtuales toman cuerpo y realizan eventos dinámicos.

Uno de los mayores atractivos de Élkar es la entrada al comedor, donde el protagonismo lo tiene el vino y que mejor idea que acceder al comedor principal a través de una cava. De esta forma, se da empaque al hall y se compensa el espacio. En el medio figura un símbolo del restaurante y su sofá chester con los cojines del anagrama del restaurante.

Una vez accedes por el arco de la cava, nos encontramos a la derecha





la alacena de madera noble que representa la exclusividad y la tradición.

Enfrente se visualiza un gran paño de madera, de más de 4 metros de largo, con el logo de Élkar sobre puesto en madera natural sin tratar, que representa la sencillez, naturalidad y vanguardismo.

Una cornisa de madera a 3 metros de altura recorre todo el perímetro del restaurante, bañando con luz cálida tanto hacia arriba como hacia abajo, regulable en intensidad.

El espacio para comensales también lo han modificado, al ser con anterioridad diáfano, todo a ras de suelo. Había mucha diferencia en la experiencia del comensal dependiendo de si se les ubicaba a lado de la cristalera, o en las mesas más cercanas a la pared. Por ello han creado un escenario, a 50 cm del suelo, en madera natural, que hace que las mesas dispuestas en este escenario tengan las mismas vistas que las cercanas a la cristalera, en algunos casos hasta mejores.

Un espacio tan alto, de casi 8 metros, sufre de reverberación. Para evitarlo, han insertado tres sombrillas que evocan el estar en una terraza. La techumbre de estas sombrillas es de tela fónica, que absorbe el sonido, al igual que el forrado de todas las columnas y los paños de madera del restaurante.

Igualmente destacan unos plafones a 3,30 metros para finalizar el impacto de sonido y hacer más cálido el espacio. Incluso posee un pequeño huerto natural, justo debajo de la cristalera en la que se ve la cocina, recordando a la proximidad del producto y la naturalidad de su cocina.

Un biombo de madera separa el acceso a cocina de la zona de la mesa del chef, un espacio privado para la brigada de cocina, donde hacer pruebas, o simplemente compartir mesa con personas de confianza.

Gastronomía de altura

La bodega es uno de sus grandes baluartes, al constar la cava de forma física y online, con más de

300 referencias, donde cada bodega y productor puede explicar a los comensales las virtudes de sus vinos y productos. El espacio y la experiencia gourmet para 48 comensales se completa con cinco salones privados en los se puede disfrutar de la intimidad más exclusiva.

La carta de Élkar podría estar presente en el Zarate o en el Jauregibarría, una somera lectura de sus menús establece una estrecha relación entre el 'degus' de Pozas y la oferta matritense «Hacemos cocina de producto, de temporalidad, sencilla y con una base tradicional», señala Ormaetxea, que ha asumido la elaboración de platos de caza como la Perdiz salvaje guisada a la cazadora con puré de castañas o el Lomo de corzo con duxelle de setas de temporada.

Los 'pescateros' de cabecera de Zarate enviarán sus productos para que viajen en horas del Cantábrico a la Meseta. «Hemos visitado buenos restaurantes de Madrid y, con la calidad del pescado que nosotros buscamos, va a ser fácil sorprender», apunta Zarate, que trabajará los peces a la plancha (por seguridad de la torre todos los fuegos son eléctricos).

De armar la bodega (habrá catas por videoconferencia desde viñedos del mundo) se ha encargado Álvaro Novo y el sumiller titular Juanjo González, veterano de Kabuki.



Trucos para triunfar con el marisco

El marisco es uno de los alimentos más apreciados, nutritivos y consumidos para despedir el año o realizar una celebración especial, entre ellos destacan langostinos, gambas cocidas, bogavantes y bueyes de mar.

Enrique Sancho



Es tiempo de marisco, no hay una buena celebración si no están presentes estos deliciosos animalitos. En rigor hay distintas variedades: crustáceos (como camarones, langostinos, cangrejos y percebes); moluscos (por ejemplo mejillones, almejas, berberechos, chipirones y pulpos). Además de otros animales marinos tales como algunos equinodermos (erizo de mar).

A la hora de comprarlos, se puede elegir entre fresco, cocido o congelado, también entre ir a la lonja, la pescadería o marisquería de confianza y, si se busca comodidad y seguridad, confiar en los expertos que los venden online y lo entregan a domicilio, conservando la cadena de frío.

También, se puede comprar al peso entre una gran variedad de mariscos,

Primer paso: cómo elegir el mejor marisco

Gambas, nécoras, bogavante, percebes son algunos de los mariscos más consumidos en las ocasiones especiales. Aunque no siempre es posible, se recomienda adquirir marisco vivo. Para ello, se debe tener siempre en cuenta “tocar los ojos del fresco para confirmar que se le mueven” o “fijarnos en que la cola del animal se presente recogida”. En caso de que no se puedan adquirir frescos, es importante preservar la cadena de frío. Cuando se trata de un producto refrigerado, como langostinos o gambas, “será suficiente una temperatura de 1º o 2ºC”.

En cuanto al marisco congelado, debe conservarse a una temperatura de entre -4º y -18ºC.

Cocinado del marisco

Para cocer el marisco hay que tener en cuenta dos puntos fundamentales: si el marisco está vivo, su peso y tamaño.

En el primer caso, lo ideal es cocerlo a partir de agua fría y con sal. En caso de que el marisco esté muerto se recomienda echarlo una vez que el agua esté hirviendo. En el caso del marisco congelado, quedará mejor si previamente se deja descongelar de la forma más lenta posible. Es importante también usar el recipiente adecuado, “para que el marisco esté holgado y pueda cocinarse bien”, y que el agua cubra el alimento. A continuación, se añade la sal (gorda, preferiblemente) en una proporción de 30 o 40 gramos por litro de agua. En cuanto al laurel, “se trata de un tema opcional”, ya que muchos consumidores opinan que puede tapar el auténtico sabor del marisco.

Tiempo de cocción:

Una vez comience a hervir el agua, se debe contar el tiempo en función del peso y tipo de marisco:

Percebes: 1 minuto y medio.

Langostinos: entre 1 ½ -2 minutos y medio (dependiendo del tamaño).

Cigalas: 2-3 minutos (dependiendo del tamaño).

Caracoles/bígaros: 4 minutos.

Nécoras: 5-6 minutos, en función del tamaño.

Langosta, Centollo, Bogavante y Buey de mar: 7 minutos si la pieza pesa hasta 400 gramos; 8 minutos si pesan 500 gramos y 9 minutos para los de 600 gramos.

Es cierto que los mariscos frescos tienen un alto valor nutricional pero los mariscos congelados no se quedan tan atrás. Con respecto a la cocción, el proceso es similar a la preparación de los mariscos frescos.



Sin embargo, existen dos formas de cocinarlos: descongelándolos antes de ponerlos a la olla o, simplemente, colocarlo a la olla sin descongelar.

De esta manera, el tiempo de cocción variará. Por ejemplo, si echas los mariscos descongelados, el tiempo de cocción será de 4 a 10 minutos dependiendo del tipo de marisco. Si se tratasen de mariscos congelados, se debe esperar el mismo tiempo pero después de la primera ebullición.

Mariscos a la plancha

Otra posibilidad es preparar los mariscos a la plancha, al ser económicos y fáciles de preparar. Si desea ahorrar, puede usar mariscos congelados, pero han de tener calidad. Si utiliza mariscos grandes, como los bogavantes o las cigalas, es preferible partírlas por la mitad para una mejor cocción. Sin embargo, si prefiere la carne más cocida, lo mejor es darles un pequeño hervor de 1 a 3 minutos si son piezas grandes antes de ponerlos a la plancha.

En cambio, si tenemos gambas, nécoras, langostinos o cigalas pequeñas se puede poner directamente en la plancha, sólo se necesita aceite de oliva y sal.

Como consejo, poner la sartén o parrilla a fuego lento, incorporar unas gotas de aceite de oliva y sal de manera uniforme en la sartén.

Cuando empiece a crepitar la sal, es el momento exacto de poner los mariscos. El tiempo de cocción no es exacto, así que, simplemente, si ve que el marisco empieza a cambiar de color, debe saltarse.

Los mariscos, uno a uno

La variedad de mariscos en España es muy numerosa. A continuación, les mostramos las propiedades y cualidades de los más populares.

Almejas: las almejas son uno de los mariscos más deliciosos y nutritivos por su alto contenido en calidad nutricional y sales minerales esenciales, como el hierro, potasio y calcio. Son ricas en vitaminas de tipo B, en especial B12. La B12 o cobalamina, es muy buena para metabolizar las grasas, para el sistema nervioso y para el cerebro, así como para la formación de la sangre y de varias proteínas.

Es beneficiosa para personas con anemia, fortalece defensas y ser buena para el corazón, dientes y huesos. Pueden ser consideradas como el marisco más sano.

Gamba blanca de Huelva: algunos la consideran la reina de los mariscos, por su distinguido sabor, exquisita ternura de la carne y el gran juego de platos a los que da lugar.

La gamba es un crustáceo de cuerpo alargado que habita en sue-

los arenosos del litoral andaluz onubense a profundidades de 180 y 450 metros. Existen diversos tipos de gambas, las rojas abundan en el Mar Mediterráneo y las gambas blancas de Huelva en el Atlántico.

Es la prima hermana del camarón, la langosta y del langostino. Son muy valoradas por su contenido nutricional, al poseer la gamba una proteína ligera, de fácil absorción, que aporta vitamina B y E, además de hierro, zinc, calcio y fósforo.

Cigalas de coral: la cigala es un marisco parecido a la langosta. Se destaca por su bajo contenido en calorías. Las cigalas congeladas aportan casi los mismos nutrientes que las frescas. Incluyen buenas proteínas y aminoácidos esenciales. Poseen también un alto contenido en potasio y yodo, necesarios para el correcto funcionamiento de nuestro sistema nervioso. También poseen un alto contenido en fósforo y calcio, por lo que ayuda a tener huesos y dentadura fuertes. Las personas con gota y con colesterol deben moderar su uso debido a su contenido en purinas y las personas con colesterol alto deben ser moderadas en su consumo.

El bogavante: es un marisco saludable especialmente rico en ácidos grasos omega 3. Es una deliciosa forma de proteger el corazón de todo





tipo de patologías coronarias. Es tan rico como el pescado azul en grasas poliinsaturadas, beneficiosas para la salud. Es uno de los mariscos más nutritivos, rico en vitaminas B3, B12 y A. En cuanto a la B3 o niacina, permite la regeneración del ADN, es esencial en el ciclo energético de las células, actúa en la eliminación de tóxicos del cuerpo y participa en las hormonas sexuales y del estrés.

El carabinero: su valor calórico es relativamente bajo, unas 105 calorías cada 100 gramos de carne. Tan solo en el caso de personas con el colesterol alto suele recomendarse limitar con cuidado su consumo.

Una opción interesante es el aceite de carabinero que se realiza por temperatura a baja temperatura de cabezas de carabinero en aceite de girasol natural. A los beneficios del carabinero se le suman los que aporta el aceite de girasol, como sus ácidos grasos omega 6 que mejoran la circulación y ayudan a regular el sistema nervioso. Además, protege la piel y le aporta un aspecto más juvenil gracias a sus antioxidantes, minerales y vitaminas.

Patatas rusas de cangrejo: es uno de los mariscos más espectaculares. Poseen un sabor suave. No sólo es rico, sino que también tienen gran variedad de vitaminas. Resulta fuente de magnesio, sodio, calcio y zinc.

Buey de mar: se trata de un robusto crustáceo marino de color rojo

pardizo, con un caparazón oval y puntas de pinzas negras. El buey de mar también se conoce como cangrejo europeo, cangrejo pato, ñocla y bou.

Es un crustáceo decápodo que habita en el mar del Norte, al norte del océano Atlántico y en el Mar Mediterráneo. Le gusta esconderse en fondos marinos rocosos, en terrenos gruesos de marga y arena. El buey de mar es un crustáceo de alto nivel proteico. Además, igual que el cangrejo, es moderado en grasas. Cuenta también con un aporte rico en yodo, magnesio y sodio; así como vitaminas B12, B3 y E. Por cada 100 gr. encontramos 1 gr. de grasa.

Bocas de Cangrejo de Huelva:

Las bocas son grandes pinzas de cangrejo. Tras su dura cáscara se esconde una delicada y exquisita carne que hace las delicias de los paladares más exigentes.

El cangrejo de mar es más nutritivo que el cangrejo de río, gracias a que su contenido proteico y lípido es más elevado. Su grasa es buena, en ella se destacan los ácidos grasos mono y poliinsaturados. Su carne es una buena fuente de proteínas y unido a su bajo contenido en grasa le otorga gran valor nutricional. La carne de cangrejo, en general, es baja en calorías y casi todas ellas provienen de las proteínas.

Langosta de mar salvaje: la langosta es un crustáceo que habita en las profundidades de los mares, a no

más de cien metros de profundidad, y su carne es muy apreciada en la gastronomía. Su peso promedio oscila entre los 700 gramos y los 7 kilos pudiendo alcanzar unas dimensiones entre 25 y 50 centímetros. Como curiosidad, en Escocia ha llegado a capturarse una langosta de 20,14 kilos, hecho registrado como un récord mundial.

La carne de este crustáceo es rica nutricionalmente, alta en colesterol con minerales y vitaminas que contribuyen a la salud de nuestro organismo.

Mejillones y ostras: consumir mejillones y ostras puede ser beneficioso para los diabéticos, por su contenido en cromo, oligoelemento que potencia la acción de la insulina.

Presentación y temperatura idónea

Muchos cocineros afirman que el mejor marisco es el que se sirve templado y recién cocido.

En caso de servirlo frío, se deberá tener especial cuidado, pues hay que retirarlo con tiempo de la nevera para que pueda apreciarse todo su sabor.

Los percebes son el plato ideal para servirse en caliente. Por su parte, las gambas, los langostinos, cigalas y langostas deben degustarse a una temperatura fría o a temperatura ambiente. Para ello, se pueden enfriar introduciéndolos en hielo picado o cubitos de hielo un minuto.





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



En el olimpo de la gastronomía

La sostenibilidad impulsa al Vacuno de Carne hacia una nueva era y la encumbra en la alta restauración. Al estar valorada positivamente por consumidores y profesionales de Hostelería.



Estos valores diferenciales conceden un gran prestigio a la carne de vacuno europea a nivel internacional y la encumbra no sólo en la alta gastronomía si no también en las nuevas demandas de consumo centradas en una cocina fácil de preparar en el ámbito doméstico y en el canal Horeca.

La carne de Vacuno europea se diferencia por sus altos parámetros de calidad y apuesta por la máxima excelencia, situándose en la cúspide de la gastronomía y en un alimento imprescindible en la carta de los restaurantes y cadenas hoteleras más prestigiosas. Este sector trabaja por la máxima sostenibilidad medioambiental, como emblema diferencial frente a las producciones importadas de terceros países, que suma a su hoja de ruta marcada por la excelencia de producto, la trazabilidad, la seguridad alimentaria y el bienestar animal. Y es que el sistema de producción en la Unión Europea marca grandes diferencias frente a otros modelos menos exigentes imperantes en el mundo.

En este contexto, la **Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno, PROVACUNO**, muestra su máximo compromiso para que el sector sea cada día más respetuoso con el Planeta y recuerda las grandes contribuciones de la actividad ganadera para mantener los ecosistemas, la población rural y evitar incendios forestales, a veces poco conocidas por la opinión pública concentrada en grandes ciudades.

Con estos puntos fuerte a su favor, la carne de vacuno español es valorada positivamente por consumidores y profesionales de la cocina, tanto de modernas tendencias como de otras más tradicionales. Estos valores diferenciales contribuyen al gran prestigio de la carne de vacuno español a nivel internacional entre la alta gastronomía y le hace un importante hueco por su versatilidad, ante el auge de nuevas demandas de

consumo centradas en una cocina rápida y fácil de preparar en el ámbito doméstico y en Hostelería.

Desde **PROVACUNO**, recuerdan que apostar por la producción local es hacerlo por el futuro del medio rural, de los productores y el medio ambiente. No en vano, el Vacuno de Carne es uno de los sectores clave para el campo, con un sistema de producción eficiente y sostenible. Con 130.153 granjas, 5,8 millones de cabezas, 238 industrias de sacrificio y 677.000 toneladas producidas al año por valor de más de 3.000 millones de euros, el vacuno ocupa el tercer puesto en el sector ganadero en términos económicos en nuestro país. Más de 132.000 puestos de trabajo directos están ligados a la producción primaria, ubicados en zonas desfavorecidas con saldo poblacional negativo y sin otras alternativas viables económicas. A estos datos habría que añadir los empleos indirectos y los ligados a la transformación vitales para luchar contra la “España Vacía”.

Sus compromisos con el medio ambiente y con el consumidor son amplios. Así, por ejemplo, el sector se alinea con la Estrategia “**De la Granja a la Mesa**” impulsada por la



Comisión Europea como una de las iniciativas clave en el marco del **Pacto Verde Europeo** (o Green Deal, que persigue mejorar el bienestar de los ciudadanos y la preservación del medio ambiente) en beneficio de los consumidores y de la sostenibilidad de los medios de producción.

Según datos del Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico, el sector de la Carne de Vacuno en España representa tan sólo el 3,6% de las emisiones totales de gases de efecto invernadero, pero los productores y comercializadores han decidido asumir un papel proactivo para garantizar el respeto al medio ambiente. El sector productor europeo trabaja, por ejemplo, en el programa europeo **“Life Beef Carbon”** para reducir al menos un 15 % las emisiones de gases de efecto invernadero en diez años. **PROVACUNO** también ha desplegado un **Código de Buenas Prácticas Medioambientales**, elaborado por un grupo de 17 científicos de 7 centros de investigación pertenecientes a la Red Remedia, como una piedra angular de la **estrategia Vacuno de Carne Carbono Neutral 2050**. ¿El objetivo? Alcanzar la neutralidad climática ese año, mediante el secuestro del carbono equivalente a los gases de efecto invernadero que generan los distintos procesos productivos.

Desperdicio cero

Por otro lado, el sector del Vacuno de Carne se caracteriza por tener un desperdicio prácticamente “cero”, según arrojan las estadísticas oficiales, donde apenas representa el 0,4% del total de alimentos que se tiran a la basura. “Es importante



concienciar a la sociedad del desperdicio cero de alimentos. Tanto a hogares como restaurantes, que cada día están más comprometidos y ganan en eficiencia. Con unas sencillas pautas como comprar de forma responsable o aprovechar los alimentos sobrantes con creatividad, conseguimos mucho. La carne de vacuno tiene desperdicio cero, sobre todo a nivel de consumo. Si compras un kilogramo de carne consumes un kilogramo, al ser un producto del que se aprovecha todo”, apunta **Javier López**, Director de **PROVACUNO**.

El empleo de nuevos cortes en las principales recetas tradicionales, como sopas, cocidos y potajes son otros elementos que pueden destacarse dentro del abanico y variedad de la Carne de Vacuno, que contribuyen magistralmente al máximo aprovechamiento de la materia prima.

Desde las recetas tradicionales, como los guisos o los estofados, hasta las últimas tendencias foodies, como el wok o el tartar sin olvidar la plancha o la parrilla... Los chefs han mostrado que, con una única ela-

boración, cinco platos equilibrados en los que la carne de vacuno es la protagonista y con los que se puede comer toda la semana. “Por ejemplo, con la elaboración de un rabo de toro, se puede cocinar durante la semana croquetas, canelones, tacos de rabo de toro, pastas con verdura y hamburguesa; señal de que la carne de vacuno ayuda a evitar el desperdicio de alimentos”, recuerda López.

PROVACUNO promueve desde hace décadas el desperdicio cero, tanto en hogares como en restaurantes, y es que según indica el Panel Intergubernamental de Cambio Climático de la ONU (IPCC) en su informe del 2019, el 10% de las emisiones de gases de efecto invernadero en el planeta proceden del desperdicio alimentario. Es por eso por lo que la interprofesional ha puesto en marcha la campaña europea **“Hazte Vaquero”** para informar al consumidor de la importancia de sistemas alimentarios sostenibles donde se siga un modelo de producción como el europeo, el más exigente del mundo.

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA
LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN
LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



Razones para introducir un lavavajillas, tras la Directiva de plásticos de un solo uso

Desde el pasado 3 de julio se han impuesto restricciones que eliminan del mercado el uso de productos de plástico de un solo uso como cubiertos, pajitas, agitadores, platos, vasos y recipientes de poliestireno (EPS) o bolsas de plástico oxodegradable.



lógicas, como cubiertos reutilizables o productos elaborados con bambú, celulosa u otros materiales biodegradables con menor impacto medioambiental.

Todos los negocios dispuestos a emprender un cambio ecológico tan radical se verán enfrentados a enormes cargas de trabajo en las horas punta, ya que el lavado de vajilla requiere tiempo y mano de obra, con los gastos consiguientes.

¿Por qué utilizar lavavajillas en Hostelería?

La Directiva sobre plásticos de un solo uso emitida por el Parlamento Europeo, destaca la importancia de disponer de un equipo de lavado de vajilla válido, fundamental en negocios de hostelería como bares, pubs, restaurantes y hoteles para gestionar sus cargas de trabajo de manera rápida y eficiente (especialmente en horas punta) con el fin de cubrir cinco aspectos fundamentales.

Continuidad del negocio

Al eliminar de los servicios una enorme variedad de productos plásticos, las empresas que no adopten los nuevos materiales ecosostenibles se enfrentarán a una carga de trabajo superior durante las horas punta, dado que deberán lavar un mayor número de platos y cubiertos tradicionales, ralentizando sus actividades. Por lo tanto, el lavavajillas se vuelve fundamental para asegurar un óptimo servicio al cliente y reducir la carga de trabajo del personal que, a su vez, puede dedicarse a tareas más productivas.

Esas restricciones se incluyen en la Directiva europea sobre plásticos de un solo uso (SUPD, Single-Use Plastic Directive), ley destinada a reducir la contaminación por plásticos y que exige a quienes participan en la cadena de suministro de plásticos el cumplimiento de una serie de medidas, como la prohibición de determinados productos, los requisitos sobre diseño, la separación de los puntos de recogida y programas de

mayor responsabilidad de los productores.

Impacto de la Directiva europea sobre plásticos de un solo uso en Hostelería

Todas las existencias de plásticos deben venderse hasta agotarse; a partir de ese momento, los productores, cafeterías, restaurantes y otros negocios de alimentación deberán adoptar otras soluciones más eco-

Normas de higiene

En un periodo histórico en el que las normas de higiene se han hecho cada vez más exigentes, el lavado manual tradicional de platos y vasos ya no es suficiente para garantizar una adecuada eliminación de las bacterias. Por el contrario, la introducción de lavavajillas asegura resultados higiénicos y la eliminación de bacterias a la perfección, en especial en aquellos que pueden funcionar a temperaturas de aclarado de 84 °C constantes o más, capaces de cumplir las normas de higiene más exigentes.

Impacto medioambiental

A diferencia de lo que mucha gente pueda creer, el lavado automático de vajilla, en comparación con el manual, además de dar mejor rendimiento permite reducir considerablemente el impacto medioambiental, dado que los lavavajillas modernos permiten un menor consumo de energía y agua, así como de productos tales como el detergente y abrillantador. Por si esto fuera poco, las emisiones de calor se mantienen bajas, evitando así los incrementos de temperatura dentro del entorno de trabajo.

Costes de mano de obra

Además de permitir el ahorro de energía, agua, detergente y abrillantador, un lavavajillas eficiente puede reducir drásticamente todos los gastos relacionados con la mano de obra, ya que es posible eliminar casi por completo las tareas que tradicionalmente quedaban a cargo del personal. Por otra parte, los lavavajillas con función de aclarado en frío ofrecen copas y vasos listos para usarse de inmediato después del lavado, garantizando así eficiencia y menos estrés en las operaciones diarias.

Menos necesidades de espacio

El rendimiento de los lavavajillas modernos no está estrictamente relacionado con su tamaño, por lo que son sumamente eficientes y fiables con independencia de sus medidas, además de perfectamente aptos in-



cluso para los negocios más pequeños, donde hay menor libertad de movimientos.

sino también de plásticos, y allanar el camino hacia un futuro más sostenible.

Conclusión

El uso de equipos lavavajillas válidos es fundamental para que la Hostelería pueda garantizar la continuidad del negocio, un servicio adecuado y el cumplimiento de las normas de higiene, cada vez más exigentes, con lo que se reducen los gastos de explotación generales y se garantiza el bajo consumo de energía, agua, detergente y abrillantador, además de que permite ofrecer mejores precios a los clientes.

También, y desde el punto de vista de la responsabilidad social, el lavavajillas permite seguir usando la cubertería tradicional y evitar no solo el desperdicio de productos de lavado,



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

El delivery aumenta sus opciones y mercados

El 19% de los españoles seguirá pidiendo comida a domicilio, los hábitos de consumo han aumentado los servicios de delivery y take away, prueba de ello es que más de 12000 establecimientos dan servicio en todo el mundo.

Los españoles cada vez pisan menos sus cocinas. Las opciones de delivery y take away han ido ganando terreno en el último año hasta convertirse en algo cotidiano, impulsadas por el auge de la tecnología y por el cambio de hábitos de los consumidores, en especial de los millennials: el 45% de los españoles ha pedido comida a domicilio al menos una o dos veces por semana durante el confinamiento por el coronavirus.

Tras la pandemia, el delivery ha demostrado seguir siendo esencial. El 19% afirma que ha continuado pidiendo a través de la plataforma. Los usuarios millenials apuestan por la comodidad en todos los aspectos de sus vidas, una demanda que ha transformando la forma en que operan los restaurantes. El uso generalizado de apps de delivery les da acceso, desde cualquier lugar, a una gran variedad y cantidad de restau-

rantes. Y a estos a ampliar notablemente su cartera de clientes.

Los cambios de hábitos de consumo influenciados por la pandemia y la irrupción de fuertes grupos de nuevos consumidores, como los millennials y centennials y sus nuevas decisiones han sido uno de los factores que han propiciado este cambio en la industria hostelera.

La llegada de la digitalización

Otro avance ha sido la digitalización, porque mientras las opciones de entrega a domicilio se limitaban a los folletos de los buzoneo que invitaban a realizar el pedido por teléfono, las nuevas aplicaciones de delivery han revolucionado los hábitos de



consumo: ahora ofrecen variedad, comodidad y un servicio más rápido, y fácil de usar. Una de las características implantadas en las plataformas de entrega, influenciado por las nuevas expectativas de los consumidores, ha sido la geolocalización de los datos. Los usuarios buscan inmediatez y estar constantemente actualizado de cuándo y cómo llegará su comida.

La sostenibilidad, factor decisivo en el nuevo contexto

La sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente también gana peso en el canal Horeca. Los españoles demandan cada vez más envases reciclables y productos de proximidad, dos puntos importantes para el 49% y el 47% de los comensales, respectivamente, según el último Barómetro de Tendencias en Restauración de Unilever Food Solutions. Cada vez más los usuarios demandan cajas biodegradables, envases de plástico reciclables o cubiertos opcionales.



Practicidad y sencillez

Más del 50% de los usuarios de aplicaciones de entrega a domicilio tienen entre 25 y 44 años, según Deliverect, por lo que el uso de chatbots y redes sociales para pedir comida está en boga.

La democratización de la inteligencia artificial ha permitido que las plataformas de delivery automaticen el proceso de entrega a un menor coste: por ejemplo, Just Eat ofrece a sus clientes realizar sus pedidos por voz a través de una función integrada en la aplicación, y tanto Amazon como Google permite a sus usuarios pedir por voz sus platos favoritos a través de sus asistentes de voz. Y tanto los restaurantes pequeños como las grandes cadenas están aprovechando la popularidad de una plataforma como Facebook para implementar asistentes virtuales o chatbots: Domino's Pizza utiliza un chatbot en Facebook Messenger que permite a sus clientes realizar pedidos a través de emojis.

Deliverect confirma que el sector del delivery ha crecido más del 25% anual entre 2018 y 2022, por lo que dominar y adaptarse a los nuevos hábitos de los consumidores se está convirtiendo en un tema clave para los restaurantes. No perder el tren y comenzar a adoptar buenas prácticas en las entregas a domicilio ahora es vital. Con una solución todos

los pedidos de las plataformas de entrega se envían automáticamente a la cocina y se centralizan en el sistema de pago, lo que garantiza que el cliente reciba lo que pidió. De esta manera, el hostelero puede despreocuparse de los pedidos online y centrarse en el servicio de la sala, facilitando su día a día y aumentando sus beneficios.

Existen scale-up internacionales que conectan las plataformas de delivery como Glovo, UberEats, Just Eat-Takeaway.com, entre otras empresas de reparto directamente con los restaurantes mediante la integración de sus sistemas TPV. Lo que aporta a los restaurantes otra opción de servicio profesional y generación de recursos.



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**

Una gestión más fácil y digitalizada es posible

Digitalizar la gestión financiera de un establecimiento de hostelería es la solución perfecta para hacer crecer su negocio y optimizar el servicio tanto para el hostelero como para tus clientes.



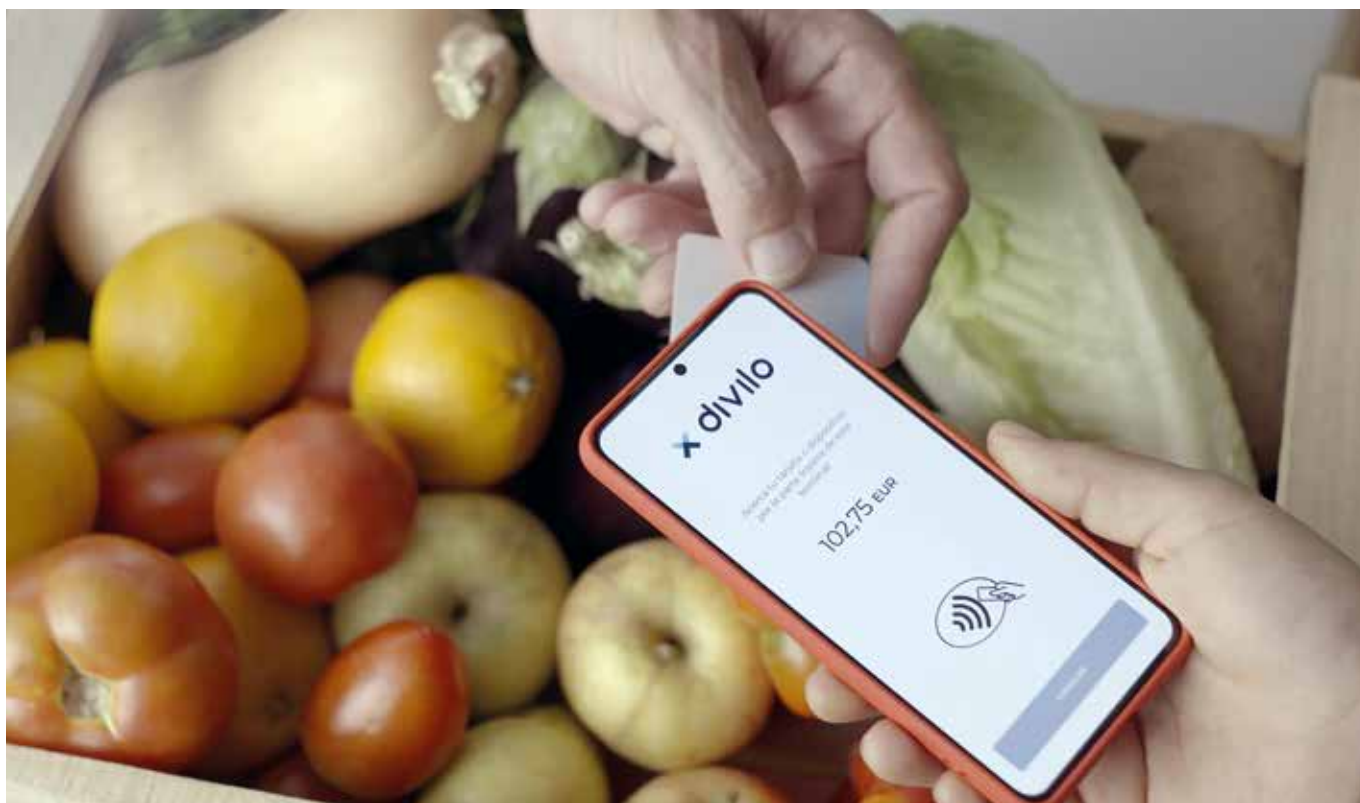
La hostelería está viviendo grandes cambios. El escenario social y económico que está soportando el gremio hostelero no es precisamente fácil. Descubrir algunas de las soluciones que nos ofrece el mercado puede ayudarnos a seguir creciendo. La gestión de proveedores, nóminas, alquiler, cobros y pagos a clientes, entre otras cosas, podría simplificarse si incluimos soportes y herramientas tecnológicas que hagan gran parte del trabajo por nosotros.

Divilo, un Neo Banco 100% digital regulado por el Banco de España con licencia 6905, nació con esta finalidad: hacer la vida más fácil a pymes y autónomos (entre los que se encuentran los hosteleros).

Esta entidad aporta una solución 360° en pagos, cobros y herramientas de contabilidad, ofreciendo la tecnología más avanzada, y donde los fondos se encuentran depositados en una entidad de crédito para garantizar la seguridad a sus clientes.

Diveep, la evolución del datafono

Divilo ha desarrollado, en asociación con VISA, una solución que permite utilizar cualquier teléfono móvil Android con NFC como un datafono sin necesidad de usar ningún otro dispositivo. Diveep es la novedosa, segura y sencilla herramienta que transforma la gestión de pagos y cobros en un proceso



mucho más sencillo y seguro, tanto para los negocios como para los clientes.

Esta herramienta permite emitir recibos y facturas con envío en tiempo real al cliente. Gracias a Diveep, los establecimientos hosteleros pueden agilizar de manera significativa la rotación de clientes. Otro de los beneficios de Diveep es que este puede integrarse de forma sencilla y rápida en el software de gestión del comercio o negocio en el que se vaya a utilizar.

Con Diveep, podrás llevar la gestión financiera de tu establecimiento desde tu propio dispositivo y conseguirás eliminar los problemas de batería, cobertura y papel. Ahora, la digitalización da la opción de olvidarse de una vez por todas del datáfono.

Propinas, cobra a la americana

Una de las consecuencias de la “nueva normalidad” es que los pagos con tarjeta se han disparado en detrimento del uso de dinero metálico. Sin darnos cuenta hemos dejado al sector hostelero y concretamente a sus camareros, sin ese gran incentivo: las propinas.

Ahora que los pagos con tarjeta se han disparado y las propinas se han reducido, **Divilo** ofrece gracias a Diveep una funcionalidad muy útil, ya que los clientes podrán incluir de forma sencilla la propina en el mismo pago de su factura. Dicha propina aparecerá separada del importe al realizar la contabilidad del cobro, permitiendo liquidar las propinas de la manera más transparente y eficiente posible.

DiviStore, facilita la compra directa

Aumentar el ticket medio de compra de cualquier comercio, online o físico, pasa por ofrecer un proceso de pago tan cómodo y sencillo como seguro. DiviStore facilita la compra directa de su catálogo de productos y



servicios mediante escaneo de QRs (o acceso a links), a través de su propio eCommerce. Controla el stock e inventario de su negocio, crea sus propias ofertas y descuentos y todo integrado de forma automática con tu TPV virtual encargado de procesar y liquidar operaciones. Integrar **Divilo** en cualquier página web es sencillo al contar con recursos directos para WooCommerce, Prestashop, Magento, OsCommerce...

Cualquier empresa o autónomo puede convertirse en cliente de **Divilo** siguiendo un sencillo proceso de unos 10 minutos desde su web Divilo.io.

Si busca digitalizar su empresa y hacer de la gestión financiera de su restaurante, cafetería y hotel algo más sencillo, **Divilo** tiene la solución. Entra ya en Divilo.io e infórmate sin compromiso.



“Salenor una gran oportunidad de negocio”

Heriberto Menéndez Rico, Coordinador General de la Cámara de Comercio de Avilés y máximo responsable del Salón de la Alimentación y el Equipamiento del Norte, SALENOR aporta todas las garantías sanitarias y un amplio programa de actividades y novedades para que resulte un certamen sugerente.



¿Describanos qué es el salón SALENOR y qué objetivos tiene?

SALENOR es un salón profesional que se celebrará del 21 al 23 de febrero en el Pabellón de Exposiciones y Congresos de La Magdalena de Avilés. Estará dirigido a profesionales de hostelería, hotelería, confitería y pastelería, para que encuentren las novedades que los diferentes sectores presentan cada año. Además, el programa técnico que se desarrolla es amplio, multisectorial, de calidad y todo un referente.

¿Cuáles son los principales baluartes y apoyos del Salón?

Existen tres soportes: el de las marcas expositoras, el de los profesionales y el institucional/asociativo.

Podemos presumir de expositores y de visitantes, tanto por cantidad como por calidad. El que quiere que le vean debe estar presente en Salenor.

Por otro lado, contar con el apoyo de la Dirección General de Desarrollo Rural y agroalimentación, del Ayuntamiento de Avilés y la Caja Rural de Asturias es determinante. A todos ellos debemos sumar OTEA, patronal de los sectores que dirigimos la oferta, aunque tampoco debemos olvidarnos de la distribución.

¿A qué sectores está abierto SALENOR?

Estamos abiertos a todos los sectores agroalimentarios y de equipamiento. Es la gran versatilidad de Salenor. Estarán presentes desde el último modelo de horno, cocina o software a grandes vinos, aceites, sidras o conservas, jamones y precocinados.

¿Nos puede indicar las cifras estimativas del salón para esta edición respecto al número de expositores y visitantes?

Estaremos rondando la centena de expositores con más de un millar de marcas y esperamos estar en el entorno de los 8000/9000 visitantes.

¿Qué tipo de expositores tienen, cuál es su procedencia y que tipos de productos son los predominantes?

El Salón goza de una aceptación y repercusión importante como lo avalan los miles de visitantes que no sólo de Asturias y comunidades limítrofes asisten. Sino también del resto de España se acercan a visitarnos cada edición.

En cuanto a actividades paralelas, ¿cuáles destacaría para esta edición?

Estamos cerrando el programa pero puedo adelantar que varias estrellas Michelin nos acompañarán, junto a destacados periodistas, enólogos y profesionales. El campeonato nacional de Corte de Jamón que junto a Jamones Montenevado llevamos organizando varios años y que ha sido un éxito desde su primera edición o el campeonato del Mejor Bombón y alguna sorpresa que guardamos... formarán parte de nuestro gran programa.

Como coordinador de la Cámara de Comercio ustedes son de las más activas de Asturias. ¿Cómo calificaría la aceptación y repercusión del salón en Asturias y Comunidades limítrofes?

Creo que todas las Cámaras asturianas son activas. Somos la Cámara más pequeña pero intentamos tener un nivel de actividad similar al de otras Cámaras de mayor tamaño. En este sentido, las Cámaras de Comercio asturianas venimos trabajando de forma coordinada, conjunta e intensamente en estos últimos años siendo un soporte importante en estos tiempos tan duros que nos han tocado vivir.

¿Qué medidas adoptarán para la seguridad e higiene de los visitantes del salón ante la pandemia?

Creo que la mejor garantía es indicar que la Cámara de Comercio de Avilés organiza varias ferias al año y



que durante estos meses no se ha tenido ni un solo caso positivo ni de contagio. El Plan de contingencia que se utiliza es ágil, seguro y garantista aunque siempre hay que apelar a la colaboración de los visitantes ya que en última instancia el cumplimiento individual es el que garantiza el éxito.

¿Cuáles son sus objetivos y retos de la Cámara de Comercio de Avilés?

Estar al servicio de la empresa.

Esto que puede resultar una frase muy hecha, la digo con pleno y amplio sentido de la realidad. Trabajamos por una mejor formación de los profesionales y trabajadores. Desarrollar programas y acciones que ayuden a desarrollar a nuestras empresas y establecimientos a digitalizarse, a gestionarse, a promocionarse en el interior y el exterior, a ser más seguros, más innovadores y a que crezcan.

La Cámara de Comercio de Avilés ha tenido que adaptarse a nue-

vas formas de actuación, nuevas demandas y aún lo hará más en estos años que marcarán el desarrollo de nuestra comarca y región en las próximas décadas.

¿Desea añadir algo más?

Confío que 2022 sea un gran año, en el que disminuya al máximo la pandemia y si es posible elimine las incertidumbres por las que estamos atravesando.

Especialistas en decoración para hotelería.



www.pfiinteriorismo.com

info@pfiinteriorismo.com

T+34 981 979 284

Las ferias, vuelta a la normalidad

Numerosos organizadores feriales han aprovechado el último trimestre del año para celebrar los certámenes que no han podido celebrarse durante la pandemia, como ejemplo de la vuelta a la normalidad.



Almería protagonista en Gourmets.

Han sido varios salones los que han determinado su aplazamiento hasta el 2022 y otros en cambio lo han celebrado recientemente, entre los más significativos han sido El Salón Internacional del Gourmets e Higiene con gran éxito de asistencia de público profesional.

El Salón Internacional del Gourmets se ha celebrado del 18 al 21 de octubre en el recinto ferial Juan Carlos I de Madrid, El Salón ha reunido 47.000 m² de exposición de vinos, aceites, conservas, quesos, chocolates, bebidas, ahumados, cereales y charcutería. Son algunos de los sectores que han formado parte de la 34 edición del Salón Internacional del Gourmets donde además se han presentado 1.300 productos nuevos dentro del espacio Innovation Area y Organic Exhibition Area, reservado a las tendencias y avances del sector tanto en calidad como en presentación y tecnología de producción. El Túnel del Vino / MAPA este año ha

reunido 21 variedades de uva en sus más de 330 monovarietales procedentes de 253 bodegas de España.

Un año más, Estrella Galicia patrocinador principal y Cerveza Oficial del Salón, ha reunido a los mejores tiradores de cerveza en el Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia Masters Edition y en la 7ª

edición del Certamen Madrid, además del novedoso Desafío XChef By Cervezas 1906.

Esto prueba que las actividades han sido otro de los puntos fuertes de esta edición con el primer Burger Combat, Campeonato de España de Hamburguesas / Lantmännen / Gourmets que ha buscado la hamburguesa premium de nuestro país o el II Campeonato Nacional de Arte Cisorio / El Encinar de Humienta / Grupo Gourmets donde los participantes han demostrado sus habilidades a la hora de tratar el corte de una pieza de vacuno.

Tampoco han faltado los concursos clásicos del Salón como el 27º Concurso de Cortadores de Jamón / Dehesa de Extremadura, el 26º Campeonato de España de Sumilleres / Tierra de Sabor, copatrocinado por Protos y Nespresso Professional o el XI GourmetQuesos, Campeonato de los Mejores Quesos de España 2021.

Respecto a los expositores han destacado el espacio del Ministerio



El Ministerio de Agricultura ha organizado catas y demostraciones.



Las denominaciones de calidad realizaron presentaciones

de Agricultura, Ganadería y Alimentación denominado “El País Más Rico del Mundo” que ha incorporado una edición más el Túnel del Vino, Túnel del AOVE y el nuevo Túnel del Pescado. Además de las diferentes comunidades autónomas. Donde sus empresas han presentado sus productos autóctonos. Incluso Almería, ha sido la provincia Invitada, para presentar sus productos amparados por el sello de calidad, Sabores de Almería.

HYGIENALIA en clara progresión

La Feria de Limpieza e Higiene Profesional, HYGIENALIA, celebrada del 9 al 11 de noviembre en el Pabellón de Cristal de la Casa de Campo de Madrid ha consolidado sus datos como feria de referencia a nivel nacional y del sur de Europa, mostrando un buen balance con la asistencia de más de 6.000 profesionales, tanto nacionales como internacionales de 35 países.

El salón, de hecho, iguala prácticamente las cifras de la última edición pre-pandemia, celebrada en 2019, y que constituyó su mejor edición. Ahora, tras un año más que difícil por el estallido de la pandemia y el enorme esfuerzo que ha tenido que



Hygienalia ha acogido el encuentro de asociaciones de limpieza

desarrollar un sector que ha estado en primera línea en la lucha contra el Covid, Hygienalia resurge con más fuerza.

Prueba de ello es que Hygienalia ha ofrecido una visión de 360 grados en torno a las novedades e innovaciones del sector de limpieza e higiene profesional. En este sentido, las principales firmas del sector han aprovechado la feria para mostrar al profesional sus últimos avances. Por ejemplo, avances como una nueva gama de fregadoras con batería de litio, soluciones alcalinas libres de cloro y amonios cuaternarios, sistemas de verificación de limpieza mediante tecnología de bioluminiscencia, la nueva generación de pulverizadores electrostáticos para la aplicación de desinfectantes o soluciones de gestión integral de servicios de limpieza.

Otros atractivos del certamen han sido sus actividades paralelas que han complementado la exposición y

ofrecido al visitante conferencias de interés para el sector de la limpieza e higiene profesional, áreas de exposición de novedades y productos ecológicos, así como zonas de demostración para limpieza de pértigas y productos de cristalización. Otra de las actividades que ha despertado el interés de la Hostelería y Hostelería Hospitalaria en Hygienalia ha sido la jornada organizada por nuestra revista **HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, HR**, “Futuro de la higienización de la Hostelería y Hostelería Hospitalaria”, en la que han participado la presidenta de ASEGO, Lorena Moreno, su Secretaria General, Ana María Dobaño, y el presidente de la Asociación de Hostelería Hospitalaria, Miguel Ángel Hernández, quienes han mostrado la situación real de la limpieza, sostenibilidad y problemática de sus respectivos colectivos.



El equipo de P&G al completo asistió a las ferias.

“Madrid es un referente gastronómico”

La Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid ha elegido presidenta a Miriam Hernández, embajadora de los alimentos madrileños “Mi Producto Certificado” y propietaria del restaurante la Casa del Pregonero, Chinchón, lo que la convierte en una perfecta conocedora de la idiosincrasia del sector.



Miriam, ¿nos puedes comentar su trayectoria profesional y con ACYRE?

Provingo de una empresa familiar de hostelería que este año ha cumplido 50 años. Siempre hemos estado trabajando en el negocio familiar porque nuestros padres nos han inculcado respeto y amor por la gastronomía. Me formé en Administración y dirección de empresas y Turismo, y encaminé mi desarrollo profesional hacia la comercialización y mundo del vino en sala.

Desafortunadamente, mi hermano Jesús, que era cocinero, falleció en 2005 y dejó La Casa del Pregonero, que abrimos para él en 2002, huérfana de todo. Le prometí que continuaría su legado y llevaría su nombre hasta donde él (aunque eso es imposible), hubiera podido llegar.

Empecé a formarme por mi cuenta en la cocina haciendo stages y cursos y siendo autodidacta. En 2009, empecé en la cocina y he ido

creciendo paulatinamente, apostando por una cocina chinchoneta y defendiendo nuestras recetas y gastronomía, al igual que el producto de ceranía.

Conocí a ACYRE, a través de la organización del jurado de la Ruta de la tapa de Chinchón. Creo que fue en 2001, y a partir de ahí, me sumé a su barco y a pelear y contribuir al desarrollo de nuestra profesión.

ACYRE es grande, enorme. Si te implicas te devuelve todo con creces, las personas y socios que lo componen “son maravillosas”.

Empecé colaborando en diferentes acciones en las que requerían apoyo para cualquier acto gastronómico y este año he dado el relevo a nuestro querido jefe José Luis Inarejos. Continuo su proyecto y el de Bárbara Buenache, primera mujer presidenta de ACYRE y a la que se debe el cambio y revolución actual de nuestra Asociación.

¿Qué significa ACYRE para ti?

Para mí en ACYRE ha habido un antes y un después en mi trayectoria profesional. Me ha ayudado a desarrollar grandes habilidades dentro de mi trabajo, a ser mejor profesional y mejor persona. Es verdad que requiere mucho esfuerzo y sacrificio, pero al fin y al cabo, es satisfactorio poder luchar por un sector tan bonito como el nuestro.

En el año 2018 me nombraron Embajadora del Producto Certificado de la Comunidad de Madrid, y eso nos permitió acercar lazos con diferentes instituciones y colaborar de forma más cercana e intensa.

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

Como te comentaba, la propuesta de Bárbara en el desarrollo y trayectoria de la Asociación, bajo mi punto de vista, fue crucial al introducir nuevas propuestas y cambios para mejorar el desarrollo y avance de la Asociación con nuevos proyectos e incorporaciones.

A su vez hay personas que siempre componen el engranaje de ACYRE y que siempre están y son también el pilar / pilares básicos para que siga día a día: Raquel y Jose Luis Inarejos (secretaria y persona de confianza y mi anterior presidente al que denomino con cariño “jefe”).

¿Cómo calificarías el momento actual de la Cocina madrileña y de sus profesionales?

A pesar de estos años tan difíciles y diferentes, creo que la gastronomía madrileña, apoyada por el sector público en este caso refrendado por la Comunidad de Madrid y por el Ayuntamiento, ha impulsado un crecimiento gastronómico. Además de dar a conocer y promocionar el producto madrileño en sí, activar un sector en plena pandemia y ver como sus cierres eran cada vez más frecuentes.

Actualmente, creo que la comunidad de Madrid es un referente gastronómico a nivel nacional e internacional. Será el espejo en el que debamos mirarnos para un futuro más prometedor dentro de nuestro sector.



¿Qué objetivos y proyectos tienes para la Asociación? ¿Y en materia de formación?

Estas son las líneas de trabajo en las que, desde ACYRE Madrid trabajamos de forma continua.

Promoción y divulgación de nuestra Gastronomía. En y conjuntamente con:

Comunidad de Madrid, Vinos de Madrid, M producto certificado, Imidra y otros Partners.

Campeonatos, concursos a nivel Comunidad Autónoma, nacional e internacional.

Impartimos tres formas de Formación:

Directa interna: primeros auxilios, nuevas tendencias, vinos, atención al cliente...

Indirecta: convenio con Escuelas de Hostelería; como la de Alcalá de Henares e IES Casa de Campo,

Talleres, cursos, formación de niños con colegios.

Además de mantener y fomentar una Línea solidaria y la bolsa de empleo.

Establecer una mejor conciliación laboral, solventar problemas de horarios para mejorar el tiempo libre y la visibilidad de la mujer.

Fortalecer la Gastronomía "Mestiza" en Madrid con cocineros extranjeros en la Comunidad Autónoma

Mejorar vinculación con Sala y prestación de servicio. Mantener re-

laciones con otros partners y otras asociaciones,

Solventar las carencias, deficiencias y necesidades de nuestros asociados. Así como establecer asesoramiento externo con otros cocineros, reposteros y profesionales del sector para seguir en evolución continua.

¿Quiénes forman tu Junta Directiva?

La Junta Directiva está constituida por profesionales competentes y con ganas de trabajar. La composición es:

Vicepresidente 1: José Luis Inarejos,

Vicepresidente 2: Begoña Gardel.

Secretario: Samuel Serrano.

Tesorero: José Ramón.

Vocales y asesores: Juan Pozuelo, (Chef y asesor gastronómico); Agustín (Jefe de Cocina Marepolisbuceo y Campeón nacional de España). Blas Pérez (Maestro ACYRE). Carlos Sierra (Chef Poncelet), Coral (repostera del Grupo Tatel). Eduardo Blanco (cocinero Rodrigo De La Calle). Eduardo Casquero (Catering Aldovea). Hermanos Latasia y Tararamara. Jesús La Rosa (Pastelería La Rosa); María Jiménez (Escuela Alambique); Marián Verdejo; Miguel Ángel Mateos (colaborador radio y cocinero); Poli (Maestro Mayor ACYRE); Rubén Amro; Rubén Prin-

cipe (profesor Escuela de Alcalá) e Irene (pastelera Hotel Mandarin).

¿Eres embajadora de los productos naturales y certificados de Madrid, como lo desarrollas?

Hasta el 2020 he sido embajadora del Producto Certificado de la CAM, sin duda una de las mejores experiencias, tanto a nivel personal, como profesional. Han sido un par de años intensos pero gratificantes, porque he podido pelear y dar visibilidad a todos los grandes productos y productores que tiene nuestra comunidad. Ha sido como un despertar en la gente por el conocimiento de los productos y vinos de Madrid.

¿Tienes algún referente profesional que haya marcado tu trayectoria?

Sin duda, mi hermano Jesús. Después todos los profesionales que nos ayudan a mejorar y a crecer diariamente. Pero si nos referimos a referentes cercanos destaco a Iñaki Camba, Sacha, Mario Sandoval y por supuesto a mis padres.

¿Qué es lo que se le debe exigir y que debe reunir un buen producto?

El primer paso sería conocer y abrirnos a descubrir nuestra comunidad autónoma, tan rica en productos y variados. Conocer su calidad, ha de ser sostenible y de km 0, es algo que diferencia y es un factor extra.

Desde la Comunidad y desde ACYRE Madrid estamos apostando por esa divulgación y la mejora en la calidad de los productos madrileños.

¿Desea añadir algo más?

Hemos de tender siempre la mano a futuras colaboraciones, sumar sinergias, apostar por lo nuestro, con respeto, de forma sostenible y haciendo disfrutar sobre todo nuestros clientes.

AMER colabora en el fomento de comercialización de alimentos madrileños

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha firmado, en la Real Casa de Correos, un convenio de colaboración con el canal HORECA y con el que el Gobierno madrileño reafirma su apoyo al sector agroalimentario.

Han participado en la rúbrica la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER); la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM); la Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid (LA VIÑA-HOSTELERÍA MADRID); la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid (ACYRE); y la Asociación Empresarial de las Industrias Alimentarias de Madrid (ASEACAM).



La presidenta de la Comunidad de Madrid ha firmado este acuerdo en el marco de la campaña Navidad con sabor a Madrid, para impulsar la comercialización de alimentos de

la región en hoteles, restaurantes y grandes superficies durante estas fechas festivas, en las que aumenta el consumo y se incrementa el turismo nacional e internacional.

Muestra Syfy de Cine Fantástico

La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, ha firmado un acuerdo de colaboración, un año más, con el canal de TV SYFY para participar en la muestra de Cine Fantástico en Madrid. Esta edición especial dedicada a Halloween, se ha celebrado el 31 de octubre en el Cine Palacio de la Prensa de Madrid.

Al no haberse podido organizar en marzo la décimo octava Muestra SYFY por la pandemia. Una vez prácticamente eliminadas las restricciones y evolucionar favorablemente la incidencia del virus, se ha decidido retomar la Muestra SYFY, aunque haya sido únicamente para hacer un guiño de la que no se ha celebrado este año. La edición Especial Halloween se ha centrado en un único día, como aperitivo de la del próximo marzo.

La colaboración de AMER ha consistido en crear, con los restaurantes y cafeterías adheridos a la propuesta, un circuito de tapas denominadas "Pla-

tillos Volantes", centrada del 29 al 31 de octubre.

Por su lado, la organización de la Muestra ha comunicado y promocionado esta acción y a la Asociación en todos los soportes que ha utilizado: inclusión del logo de AMER en la campaña de exterior que ha instalado en Madrid – unas 300 marquesinas.- durante la se-

mana del evento, presencia en sus soportes digitales (web www.syfy.es) y en sus redes sociales Facebook, Twitter & Instagram) con un mapa indicando la ubicación de restaurantes y cafeterías asociadas adheridas a la acción de promoción y el nombre de la tapa presentada.



Hostelería de España entrega sus Premios Nacionales

Hostelería de España ha celebrado el 17 de noviembre la XV Edición de su tradicional gala de los Premios Nacionales de Hostelería en Caixa-Forum de Madrid.

El Presidente de Hostelería de España, José Luis Yzuel, deseó animar al sector al principio de la gala confirmando la necesidad de pensar en el futuro del sector con optimismo, tras un año complicado.

Una edición más, AMER ha tenido un marcado protagonismo al obtener uno de sus asociados una distinción, concretamente el Grupo La Ancha en la categoría de "Empresa Hostelera destacada en Innovación".

La Ancha es un restaurante familiar con más de 100 años de historia donde la calidad de la comida se sostiene con recetas sin artificios, sencillas y tradicionales de puro producto. La carta cambia diariamente como garantía de la frescura y calidad de producto de mercado. Cuenta con los proyectos del Armando Delivery, Fismuler y la Tortilla de Gabino reco-

giendo lo mejor de la tradición culinaria de La Ancha con la innovación hostelera actual.

Este no ha sido el único reconocimiento para Madrid y su Hostelería. Otro de los premiados ha sido el chef madrileño Dabiz Muñoz, quién ha recibido el premio a la Internacionalización. Reconocido chefs a nivel mundial especializado en cocina de vanguardia y propietario de DiverXo, restaurante con tres estrellas Michelin. O, su restaurante de delivery en Barcelona. Su proyección futura es imparable a nivel internacional, con proyectos como StreetXO Dubai.

También ha recibido el premio a la Entidad o Institución la Comunidad Autónoma de Madrid. En reconocimiento al apoyo que realiza a la Hostelería y la relevancia del sector, como motor económico y social de su gran capacidad de resiliencia en los meses de mayores restricciones de la pandemia. Este reconocimiento se le ha concedido también por su modelo de contención de la pandemia sin criminalizar al sector, compaginando la contención del COVID-19 y la continuidad de la actividad económica.



SEBASTIAN
SUITE

ÁRTICULOS DE DECORACIÓN PARA EL CANAL CONTRACT

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

WWW.SEBASTIANSUITE.COM

La AEHH celebra con el Congreso la vuelta a la “normalidad”

La Asociación Española de Hostelería Hospitalaria (A.E.H.H.), ha celebrado su XXII Congreso Nacional en el Palau de Las Arts de Valencia. Donde ha analizado la actualidad del sector hospitalario español con éxito al asistir 400 congresistas y numerosas firmas colaboradoras.

La Inauguración del Congreso, celebrado el 14 y 15 de octubre, ha contado con la presencia de la Consejera de Sanidad de la Generalitat Valenciana, Ana Barceló Chico; el Concejal de Sanidad y Consumo Responsable del Ayuntamiento de Valencia, Emiliano García Domene, el Presidente de la AEHH, Miguel Ángel Herrera Úbeda, la Vicepresidenta de la Asociación, Clara Ledesma Blanco y la Vocal de la Junta directiva y representante de la Comunidad valenciana Josefina Irlles Filiu.

En el precioso marco que ofrece el Palau de Las Arts de Valencia, se ha celebrado un atractivo programa de sesiones técnicas que ha reunido a más de 400 profesionales, a responsables de los Servicios Generales del sector socio-sanitario y relevantes empresas del sector, que han superado expectativas en un año lleno de incertidumbre, debido a la pandemia.

La temática del programa científico ha incluido diversos aspectos, que han abarcado desde la evolución de la Nutrición, las auditorías de los servicios no sanitarios, la evaluación de la limpieza, la gestión de conflictos, las experiencias de algunos centros durante la pandemia, la sostenibilidad y alimentación ecológica, el modelo EFQM, la integración informática de los Servicios Generales, hasta las nuevas tecnologías en alimentación y el reto de la desnutrición. Para ello, la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria ha contado con un cualificado panel de ponentes.



Inauguración del congreso.

Premios a las mejores comunicaciones libres

Como es habitual, el congreso ha sido marco de la presentación de diversas comunicaciones libres. Entre todas las recibidas por la organización, se eligieron quince para ser presentadas en directo. De entre esas quince, las tres ganadoras fueron:

Primer premio. Asunción Pedrón, del Hospital General Universitario de Albacete.

‘Humanización en la hostelería hospitalaria’.

Esta considera que el paciente hospitalario se encuentra en una situación de especial vulnerabilidad, el momento de la comida puede convertirse en una oportunidad para ayudarle a desconectar y olvidarse de su condición de enfermo.

La humanización aplicada a la hostelería hospitalaria ayuda a convertir el momento de la comida en más agradable, cotidiano y cercano. Estos planes deberían incluir acciones encaminadas a mejorar los indicadores de calidad del servicio, y

para esto hay tres niveles de actuación sobre los que se debe trabajar: aumentar la satisfacción del paciente, proporcionarle una correcta educación nutricional y reducir el riesgo de desnutrición.

Finalmente la presentación comentaba una serie de acciones para llevar a cabo este plan de humanización, entre otros: utilizar la bandeja como vehículo de información, usar la tecnología para mejorar el flujo de información con el paciente y el profesional sanitario, adaptar los horarios a las necesidades del paciente teniendo en cuenta las costumbres, fomentar un trato amable por parte del personal y mejorar la presentación de los alimentos.

Segundo premio. Itziar Igartua, del Hospital Universitario Ramón y Cajal (Madrid). ‘Sustitución y reducción del consumo de artículos de plástico y mejora del reciclaje de envases en el hospital’.

En abril de 2019 se inició en el hospital la implantación de un ‘Plan de plásticos’ para sustituir y reducir el consumo de envases y plás-



El congreso reunió a profesionales de diversos puntos de España.

tico de un solo uso así como para mejorar su reciclaje especialmente en el área de hostelería. Con la puesta en marcha del plan, el centro se anticipó en algunos puntos a la entrada en vigor de la nueva normativa europea que prohíbe la venta de determinados plásticos de un solo uso en la UE. Este plan está en consonancia con la Agenda 2030 de Naciones Unidas, a través del 'Plan de acción para la economía circular' publicada por la Comisión Europea. En la Comunidad de Madrid se han implantado 170 medidas para llevar a cabo los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible de dicha Agenda.

Para diciembre de 2022, el hospital se ha marcado tres objetivos: reducir un 60% el consumo de artículos de plástico desechables por estancia en relación con 2019; sustituir los artículos de plástico de un solo uso por otros de material más sostenibles, alcanzando un 70% de artículos de material más sostenible del total de artículos desechables; e incrementar un 40% el reciclaje de los residuos de envases generados en el centro por estancia en relación con 2020.

El hospital ha realizado ya diversas acciones que le ha supuesto un ahorro de cinco toneladas de CO2 equivalentes en el último año; situando a la organización en línea con las instituciones internacionales, europeas y autonómicas.

Tercer premio. Isabel Montoya, del Hospital Universitario Virgen de las Nieves (Granada). 'Incorporación del código Qr en la elección del menú de los pacientes'.

El Hospital Universitario Virgen de las Nieves ha puesto en marcha una iniciativa que permite la elección del menú a aquellos pacientes ingresados que tienen una dieta basal. También los niños ingresados en el hospital pueden elegir menú, con una carta de platos propia.

El Servicio de Alimentación y el Servicio de Endocrinología y Nutrición han elaborado una minicarta, para el almuerzo y cena. El enfermo puede elegir su menú personalizado; dispone de tres opciones de cada

plato, eligiendo primer plato, segundo plato, guarnición, postre y pan. Para la elaboración de la minicarta se han tenido en cuenta las costumbres gastronómicas de la tierra incorporando platos típicos granadinos.

El menú está disponible en las habitaciones de los pacientes con cartelería informativa; en ella hay impreso un código QR, a través de él, el enfermo desde su teléfono móvil puede visualizar la carta, obtener información sobre cada uno de los platos, listado de ingredientes, alérgenos y las características nutricionales. Así como disponer de unas recomendaciones generales que le orientarán para hacer una elección de menú saludable.

Como todos los años, tras la entrega de premios, se ha anunciado la sede de la siguiente edición del congreso. En 2022 el evento se traslada a Santiago de Compostela.

Por otro lado se recordó en el Congreso que la A.E.H.H., fundada en 1.998, tiene como fines principales el estudio y deliberación sobre temas de carácter científico y técnico, el fomento del conocimiento, intercambio de experiencias y convivencia social entre quienes asumen responsabilidades relacionadas con la Hostelería Hospitalaria.



Importantes firmas apoyaron a la AEHH.

Resuinsa: reformulando el textil en clave sostenible

Resuinsa se suma al compromiso por la sostenibilidad con una propuesta visionaria de productos que marcarán el paso de la hostelería en la lucha contra el cambio climático.



Con una trayectoria de 45 años en el sector, **Resuinsa** lleva más de dos décadas comprometida con el medio ambiente y el cuidado de los recursos naturales, apostando por artículos de calidad que se alejen del uso de productos químicos y de sustancias nocivas para la salud.

Siendo una de sus premisas la preocupación por la sostenibilidad del planeta y la salud de sus clientes, dispone de la certificación mundial STeP – Sustainable Textile Production, auditada y emitida por la Asociación Internacional OEKO-TEX®, que permite un análisis exhaustivo y fiable del alcance de sostenibilidad en seis áreas: gestión de productos químicos; protección del medio ambiente; gestión ambiental; salud y seguridad; responsabilidad social; y calidad.

Con la vista puesta en la sostenibilidad y fruto de su I+D+i desarrollado en su último proyecto CDTI, **Resuinsa** ha conseguido crear un circuito cíclico de elementos reciclados y reciclables que consigue minimizar la producción de residuos. “Esta opción, cuyos productos pueden ser reutilizados en múltiples ocasiones, se acerca a lo que podríamos llamar el reciclaje infinito” ha señalado el Director General de **Resuinsa**, Félix Martí, ya que, “no sólo se realiza con productos que ya proceden de textiles reciclados post-consumo sino que sus elementos pueden volver a ser reutilizados”

Se trata de favorecer la transición hacia una economía circular, creando varias líneas de productos que tienen una vida múltiple y que son reutilizados para diferentes concep-

tos. Ejemplo de ello ha sido la creación de la zapatilla VITA, un producto reciclado y reciclable, que consigue dar una nueva vida a unas prendas que de otra manera se hubieran convertido en residuos.

Un gran paso hacia el desarrollo de este modelo de economía inexistente hasta ahora en el sector de textiles para Hostelería, cuyos beneficios son múltiples, al permitir que los productos y materiales se mantengan dentro de la misma por el mayor periodo de tiempo posible. El uso de recursos y desperdicios se minimiza, y cuando un producto llega al final de su vida útil, se utiliza nuevamente para crear más valor generando importantes beneficios medioambientales, contribuyendo a la innovación, al crecimiento y al cumplimiento de los ODS.

En 2020, **Resuinsa** se integró en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa de sostenibilidad corporativa del mundo con presencia en más de 160 países, basada en los principios universales sobre derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción, cuya meta es alcanzar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que marcarán la agenda 2030.

Main Offices

Avda Mare Nostrum, 50
Tel. +34 391 68 05
www.resuinsa.com
www.resuinsaclub.com
Alboraya 46120 – Valencia



Un sector con un aire renovado

Nos encontramos ante un sector la Hotelería con un aire renovado, lleno de optimismo para el 2023, es agradable comprobar que muchos de nuestros clientes están preparándose para la nueva temporada.

Loli Moroño – Directora Creativa en PF1 Interiorismo Contract. - Fotografía - PF1 Interiorismo Contract.



Nuestra fórmula consiste en mantener, en primer lugar, una escucha activa con los propietarios de las instalaciones. En este punto, el hotelero ya conoce lo que ha funcionado y lo que no. Muchas veces, realizando un proyecto se plantean distintos contenidos para diferentes espacios, que finalmente no son todo lo efectivos que uno quisiera. Lo que ha funcionado hasta hoy, no implica que siga funcionando. o todo lo contrario.

Es fundamental que se revisen continuamente los contenidos, la estética, lo que queremos comunicar, además de las circulaciones de los huéspedes, para detectar los diferentes puntos fríos o calientes de la instalación, de ahí se pueden generar nuevos planteamientos, para conseguir mayor rentabilidad. Actualmente la Hotelería está apostando por dinamizar azoteas, patios e incluso zonas de

sótanos, destinados a otros fines no públicos.

Me encanta ver, como espacios olvidados, se reconvierten en pequeños espacios boutique, a los que, si además le otorgamos personalidad propia, podemos abrirnos a un nuevo cliente ajeno al hotel. ¿Quién no tiene un salón social o un patio interno, que si lo acondicionamos adecuadamente, lo podemos convertir en un agradable desayuno o salón de té? Donde poder ofrecer un servicio extra de brunch / rituales de té u otros servicios en horas puntuales. Para ello, es importante que todos estos servicios extras, se entiendan claramente que son ajenos a lo contratado, estoy segura que por ello, no te importará pagar un extra. De ahí la importancia, de que sean servicios disfrutados en zonas que sean o que parezcan distintas a los espacios habituales de nuestro hotel. Ofreciendo una experiencia con una atmósfera

Paralelamente a la línea de proyectos de nuevas aperturas hoteleras, muchos de nuestros clientes habituales recurren de nuevo a nuestro estudio como cada año, con el objetivo es aportar a sus huéspedes una nueva sensación, una nueva experiencia cargada de energía renovada y con una clara intención de complacer y sorprender nuevamente.

Este tipo de trabajos, para nosotras suelen ser de los que más nos enriquecen, dada su complejidad. Por un lado se suelen destinar pequeños presupuestos y al trabajar con limitaciones, en muchos casos se prescinden de profesionales siendo fácil salirse de la línea estética de la instalación.



distinta, además de añadir un sinfín de atenciones y pluses, pero siempre conviviendo en armonía con el cliente habitual.

Cuando creamos entornos para disfrutar de un buen brunch, nos gusta apostar por la luz, arropada por abundante vegetación. Es importante transmitir luz, armonía, healthy y bienestar. Otro de los aspectos importantes, es todo lo relacionado con el confort acústico, muchos de nuestros establecimientos, al ser proyectados hace ya algún tiempo, raramente cuidaban esos aspectos, cosa casi impensable hoy en día. Lo complicado, es utilizar materiales y objetos absorbentes o porosos, sin que sea demasiado evidente, para que todo fluya y no sean elementos que violenten la instalación.

Actualmente el mercado ofrece un sinfín de productos, como placas acústicas, materiales en fibra de vidrio, espuma de melamina o resonadores con atractivos diseños, a veces se usan para cubrir funciones estéticas, además de absorber el ruido por medio de perforaciones, controlando la reverberación. Incluso, algunas funcionan eficazmente para neutralizar sustancias nocivas y malos olores. Otros aspectos a tener en cuenta es el mobiliario, las moquetas y todos los tejidos. Son elementos de diseño con los que se puede equilibrar la absorción acústica. Es habitual utilizarlos en habitaciones, pasillos y en todas las estancias públicas del hotel, para conseguir buenos resultados acústicos.

Un pequeño truco con el que se consiguen grandes resultados es por ejemplo: cuando nuestra instalación dispone de techos modulares, simplemente sustituyendo las placas de yeso tradicionales, por placas acústicas, se puede apreciar un gran resultado, ideales para pasillos, vestíbulos, zonas de restauración y salones, entre otros espacios.

Estoy segura que ya habéis experimentado mucho con vuestras unidades alojativas, pero una tendencia que estamos detectando en

el mercado, es la reconversión, en muchas épocas del año que no son necesarias en su totalidad, para otros fines como coworking (despachos privados y utilizando las zonas comunes del hotel) simplemente jugando con el mobiliario. Es habitual incluso utilizarlas para hacer pequeñas presentaciones de productos / reuniones; son espacios íntimos y únicos, para ello es importante acondicionar el espacio adecuadamente, para que no se aprecie que realmente está desarrollando una actividad no pensada previamente. Pudiendo rentabilizarla económicamente, mediante un montón de complementos extras a esas actividades. Por ello, es muy interesante poder acondicionar alguna habitación

La industria hotelera lleva años apostando fuertemente por el wellness, pero actualmente recobra más sentido si cabe. El cliente de un hotel wellness, busca soluciones para sus diferentes problemas de salud, entre otros muchos los mentales, provocados por estrés continuado, exceso de trabajo, por multitareas, o falta de sueño.

Es por ello, que la industria está creando nuevos conceptos hoteleros para el turismo de salud, pienso que si no dispone de un hotel con este enfoque, puede ser interesante revisar sus instalaciones para crear espacios orientados al “lifestyle re-

sorts” . Es importante distinguir claramente un hotel de salud, de un hotel “lifestyle resorts”, que no deja de ser un hotel que promueve un estilo de vida saludable, durante el periodo que te alojas en él. ¡Así cumpliremos con las expectativas del huésped!

Para proporcionar al huésped una experiencia lifestyle resorts, podemos revisar aspectos como:

Los espacios de Restauración, poniendo atención en la carta del restaurante, en busca de una propuesta más healthy. Para que el producto sea completo, debería estar acompañado por una decoración adecuada, dónde premien aspectos como la sostenibilidad, confort, operatividad y diseño.

La Recepción y zonas comunes: la decoración debe de ser totalmente acorde, no invasiva. Estudiando muy bien las circulaciones y las diferentes áreas, para generar un contenido saludable y de esparcimiento.

Las Habitaciones: deberán ser revisadas, como los cuartos de baño, desde los materiales a los tejidos, entre otros elementos. Han de crearse experiencias nuevas, tanto de descanso, como de aseo personal, a través del efecto lluvia, cascada, cromoterapia y aromaterapia, por ejemplo. Simplemente con pequeños gestos, como el sustituir la grifería de nuestras duchas o bañeras, el resultado ya es significativo.



Murprotec, el gran aliado para la protección de la calidad del aire en interiores y contra las humedades

La compañía ha creado Murprotec Pro+, una nueva división para empresas que cuenta con tecnologías e infraestructuras exclusivas para los profesionales de Hostelería, así como garantías probadas para ofrecer seguridad a los clientes.



La preocupación por la calidad del aire en interiores siempre ha estado presente en el sector de la hostelería y restauración, pero ha cobrado una importancia vital a raíz de la pandemia por el coronavirus. El sector es uno de los más perjudicados ante el miedo de los clientes a permanecer en espacios cerrados que no garanticen la salubridad. Por ello, y para que los hosteleros puedan contar con un aval verificado que ofrecer a sus clientes, **Murprotec** ha continuado desarrollando y testando su tecnología para garantizar la calidad del aire en interiores.

Lamentablemente este sector suele contar con espacios que no ofrecen ventilación natural como son lo-

cales comerciales, bodegas, sótanos o salones y auditorios en hoteles. Por ello el dispositivo tecnológico con el que cuenta **Murprotec** -Central de Tratamiento del aire- se convierte en una herramienta clave en la lucha por una óptima calidad del aire en interiores. La compañía ha realizado diversos estudios de campo, tanto internos como con organismos oficiales como el CSIC, para testar su tecnología en espacios y los resultados han sido netamente positivos: los datos han confirmado que el dispositivo de **Murprotec** regula, minimiza y gestiona la calidad del CO₂, humedad y temperatura sin necesidad de abrir las ventanas y también reduce los niveles del cancerígeno

gas radón. Por no hablar de su ahorro energético en las instalaciones.

Tras estos análisis y mediante un estudio exhaustivo del espacio a tratar en cada caso, **Murprotec** ofrece un certificado de salubridad que resulta una garantía innegable para las empresas y, por ende, para los clientes que accedan al lugar.

Aunque es innegable que la preocupación por la calidad del aire en interiores es prioritaria en estos tiempos de pandemia, no debemos olvidar la importancia que debe tener para el sector tratar cualquier tipo de humedad estructural, ya no sólo por el importante riesgo estructural y para la salud que conllevan, sino por la mala imagen de cara al pú-



ticos in situ, comprobaciones con unidades de control, mediciones avanzadas y recogida de muestras para el análisis en laboratorios propios, así como la obtención de un certificado de salubridad tras cotejar los informes obtenidos.

Murprotec, una compañía sólida e innovadora

Murprotec es una multinacional europea de origen franco-belga, líder en España y Europa en tratamientos definitivos contra las humedades estructurales y la calidad del aire en interiores. La compañía nace en Bélgica en 1954 y está presente en España desde el año 2000 y realiza tratamientos exclusivos y patentados por la calidad del aire y contra las humedades.

Murprotec ofrece un servicio que integra en su estructura laboratorios de investigación, centros de formación permanente para todo el personal técnico, así como el uso de materias primas de alta tecnología reservadas para el uso exclusivo de la empresa. La compañía, que fabrica en Europa, ofrece una garantía por escrito de hasta 30 años y realiza más de 13.000 obras al año.

blico que proyecta un espacio que tenga manchas de humedad, hongos y desconchones en las paredes y desprenda el característico olor a humedad.

Murprotec PRO+, la nueva división de Murprotec para empresas

Esta área de calidad del aire se encuentra dentro de la división **Murprotec PRO+**, que nace con el objetivo de dar un soporte especializado a las empresas y fruto de la necesidad de responder a las demandas de los empresarios y profesionales, que evidentemente no son las mismas que las de un particular.

Esta nueva división tiene como objetivo ofrecer un servicio premium a profesionales, instituciones públicas y privadas y a grandes cuentas y empresas, para que estos sectores puedan solucionar la problemática de humedades y calidad del aire desde un prisma profesional y recibiendo una atención adecuada a su envergadura.

Desde esta área la compañía ofrece un tratamiento especial y diferencial desde el primer momento y durante todo el proceso a los asociados a ella, así como un seguimiento pormenorizado y control tras la ejecución del tratamiento. Esta nueva división la compone un gran equipo experto especialmente formado para

dar soporte a este tipo de clientes más corporativos e institucionales y que estará a plena disposición para los asociados a PRO+.

Murprotec PRO+ ofrece a las entidades asociadas numerosas ventajas exclusivas y procesos ad hoc en la detección, diagnosis y aplicación de tratamientos definitivos para así eliminar de forma definitiva las patologías derivadas de las humedades estructurales o una mala calidad del aire interior. El sistema PRO+ destaca por el asesoramiento integral de principio a fin, que incluye servicios como desplazamientos prioritarios para diagnós-



La Marca, pacto de confianza entre sueños, calidad esperada y realidad encontrada

Una **marca** que esté posicionada **es como nos ven + porqué nos valoran** los clientes.

Domenec Biosca, Presidente de Educatur



Gracias a sus opiniones, con la ayuda de las nuevas tecnologías, los medios de comunicación y los actores del sector hablan bien de ella y la recomiendan, se convierte en mediática porque es visible en los segmentos de clientes y canales seleccionados, es decir en los mercados escogidos.

Como la **marca** es un matrimonio, compuesto por el producto y las promesas de valores que ofrecemos a los distintos segmentos de clientes.

Una vez definidos algunos componentes de la **marca** tanto si es la suya personal como la de su Empresa y/o la del destino para ayudarle a saber qué valoran los usuarios de una **marca**, le invito a que se auto-chequee con humor y toneladas de auto-crítica, re-

flexionando con cada uno de los “veinticuatro espejos” donde “una **marca se mira**” preguntándose si considera que los usuarios y la opinión pública valoran a su **marca** por:

Los clientes opinan:

Ser arrogante... parece que te perdonen la vida.

Ser inaccesible... es muy fácil de contactar.

Ser auténtica... son de fiar.

Actuar con estilo y buen gusto ... te aconsejan bien.

Ser la mejor marca... todo el mundo habla bien.

Estar prestigiada... es la de mayores garantías.

Ser servicial con los clientes... están siempre a tu lado.

Ser afable con los clientes... son tan amables.

Ser diferente... es distinta a la competencia.

Ser única... no hay otra igual.

Ser amigable... están a tu lado

cuando los necesitas.

Ser divertida, distraída... son tan agradables.

Ser aburrida... parece que no tengan ánimo.

Ser de alta calidad... sus productos-servicios son muy buenos.

Ser innovadora... Están siempre al día.

Ser original... son los más novedosos y atrevidos.

Ser progresista... siempre piensan en los demás.

Ser fiable... nunca falla.

Ser sincera... no te engañan.

Ser clara... te dicen lo que piensan.

Ser tradicional... son de toda la vida.

Ser de confianza... te puedes fiar.

Ser ágiles en la reconquista rápida... si se equivocan te solucionan el si se equivocan te solucionan el problema rápidamente.

Tener identidad... son del territorio.

La Marca es lo que opinan de nosotros por detrás.

VII Encuentro Nacional de Directores y Directivos de Hostelería y Turismo

La Asociación Española de Directores de Hotel ha organizado el 21 y 22 de octubre en el Hotel Novotel de Madrid Center el II Encuentro Nacional de Talento Juvenil en Hostelería y Turismo y el VII Encuentro Nacional de Directores y Directivos de Hostelería y Turismo.

Al II Encuentro Juvenil han asistido 250 estudiantes y miembros de AEDH Juvenil, en el que Alberto Losada ha impartido una conferencia sobre la importancia del Personal Branding y Domenec Biosca otra sobre la motivación

e implicación en la Asociación Juvenil.

También se han organizado mesas redondas, moderadas por miembros de la juvenil, concretamente por Rubén Marín sobre la Nueva Formación y Aina Mena sobre Sostenibilidad y el nuevo puesto de Técnico en Sostenibilidad Turística.

El segundo día ha acogido el VII Encuentro Turístico con la asistencia de 175 asistentes para presenciar diversas mesas sobre Destinos Turísticos Inteligentes, Nueva Economía Turística, Clientes con nuevas necesidades y Comercialización Inteligente.

El broche de oro de los VII Encuentros ha finalizado con la Cena de las

Estrellas, donde se han entregado los Premios Estrella y el Premio al Hotel Innovador del Año. Los galardonados han sido Alicia Reina Escandell, Con Estrella de Oro; Ana Calvin, con la Estrella de Plata, y los Hoteles Mecanizados, con la Estrella de Bronce.





Por 12 razones.

Por seguridad y confianza.

salenor.es

Salenor 2022

Salón de la Alimentación
y el Equipamiento del Norte de España

PABELLÓN DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS DE LA MAGDALENA
AVILÉS · ASTURIAS

21, 22, 23 FEBRERO
2022

Organiza:

Cámara
Avilés

Colabora:





¿Cuáles son mis capacidades profesionales y cómo puedo desarrollar mis talentos?

Como yo, estoy seguro que alguna vez te has hecho alguna de estas preguntas.

David Rodríguez Calderón – Coaching Profesional

Cuando un cliente, persona y/o equipo, me pregunta qué harías tú en esta situación mi respuesta es siempre la misma: “lo mismo que has hecho tú en esa circunstancia”. A partir de aquí, le propongo abrir un espacio de pensamiento y reflexión donde encontrar las respuestas que está buscando porque él tiene todas las capacidades necesarias para afrontar la situación de la mejor manera posible y, lo más importante, conoce el contexto donde se está produciendo.

El cliente que acepta el trato también asume llevar el timón. Sólo le pido que me deje un sitio a su lado, en su barco y, a partir de ahí, nos lanzamos a remar juntos hacia su destino.

Para este viaje mi equipaje es un sombrero de coach ejecutivo y una mochila cargada de experiencias profesionales y llena de herramientas que iremos utilizando a lo largo de los mares que vayamos navegando.

En esta travesía, establezco un compromiso para que el cliente pueda tomar las mejores decisiones. Y me dirás, ¿cómo?

La respuesta es sencilla, le ayudo a encontrar las respuestas que busca



y las diferentes alternativas de actuación creando su plan de acción. Para ello, cuento con aliados provocadores y retadores. Entre mis ayudantes se encuentran mi amiga la pregunta, la observación, las dinámicas en el espacio, la visualización, la provocación, la reflexión y el silencio.

Durante 90 minutos de trabajo intenso por sesión, como se dice “a calzón quitao”, creamos un espacio de confianza, honestidad y confidencialidad donde surgen conversaciones que devuelven a la persona respuestas y tomas de conciencia que hacen avanzar el barco en la dirección correcta. En este trabajo navegamos por mares embravecidos, fosas abisales a las que descendemos para salir de ellas fortalecidos y con nuevas ideas y solu-

ciones. Superamos olas de gran altura que parecen infranqueables pero que somos capaces de cruzar. Afrontamos tormentas con fuertes vientos, a veces huracanados, que ponemos a nuestro favor para que su fuerza nos empuje hacia el puerto que buscamos.

La labor del coach ejecutivo es remar con el cliente para definir su objetivo, su meta a conseguir y definir la mejor ruta que le lleve a su destino. En este proceso, ayudamos a superar limitaciones, bloqueos, pensamientos negativos, miedos y también destapamos potenciales y potenciamos fortalezas que están en la persona.

Como me dijo una gobernanta corporativa de la cadena Riu Hoteles tras el proceso en la que le acompañé: “... no sabía a qué venía y el proceso ha sido un cambio tanto en lo profesional como en lo personal. He aprendido a atender los problemas de forma más favorable para mí y mi equipo. He puesto orden en mi trabajo y mayor bienestar en mi vida personal..”

En definitiva, un coach ejecutivo ayuda a que la persona encuentre sus propias respuestas y los caminos más adecuados en su rol profesional.

Numerosas actividades

Canarias

La Vocalía de Islas Canarias ha celebrado el 20 de noviembre en Fuerteventura y el 2 de diciembre en Gran



Canaria dos interesantes reuniones con sus asociadas para comentar sus actividades, preocupaciones y experiencias del sector tras el Covid.

Madrid

La Vocalía de Madrid ha organizado el 25 de noviembre en el Hotel Claridge de Madrid un taller sobre la cultura de FeedBack impartido por el coach David Rodríguez Calderón. Algunos de los temas tratados han sido dar a conocer cómo una retroalimentación positiva a

un empleado es una parte esencial de la cultura de cualquier organización, al facilitar la mentalidad de crecimiento, identificando esfuerzos y acciones exitosas de habilidades innatas.



Comunidad Valenciana

Un nutrido grupo de asociadas de Comunidad Valenciana han visitado el 28 de noviembre el Hotel Voramar, acompañadas de la gobernanta del establecimiento y perfecta anfitriona,



Adriana Manto. Las profesionales han visitado todas las instalaciones, incluidas las del departamento de house-keeping, donde han conocido sus técnicas de trabajo y organización diaria.

Cenas de Navidad

Madrid

La Junta Directiva de ASEGO de la Comunidad de Madrid ha celebrado el 1 de diciembre en el Hotel Hard Rock Madrid su tradicional cena de Navidad, a la que han asistido numerosos asistentes en un acto lleno de confraternización y amistad.

A esta reunión han asistido gobernantas, socios de honor, representantes de diversas asociaciones profesionales, y representantes de firmas comerciales colaboradoras con la Asociación. Durante el acto ASEGO ha entregado el diploma de Gobernante de Honor de ASEGO, a Hilario Pinilla, Secretario del sindicato sectorial de Hostelería de UGT, en reconocimiento a su trayectoria profesional por dignificar el perfil de los componentes del Departamento de Pisos, en especial de la figura de la Gobernanta.

Tras la cena, se entregaron el pin de ASEGO a las nuevas asociadas y se realizó el tradicional sorteo con to-



dos los regalos donados por las firmas comerciales.

Baleares

La Vocalía de ASEGO de Baleares ha recordado en su Comida de Navidad el 2 de diciembre en un entrañable acto donde los recuerdos y emociones de sus asociados al ser la primera reunión celebrada tras el confinamiento. Había mucho que contar, transmitir y experimentar.

Se ha disfrutado de una gran comida de Navidad donde se han entregado detalles para las asociadas junto al pin de Asego para las nuevas incorporaciones.



Comunidad Valenciana

El Hotel Cap Negret de Alicante ha sido el escenario el 3 de diciembre del tradicional almuerzo de Navidad de ASEGO de la Comunidad Valenciana. Grandes profesionales y mejores personas mantienen esta tradición de reunirse para celebrar la Navidad. Al final del almuerzo se ha celebrado el tradicional sorteo y entrega de detalles cedidos por firmas comerciales.



Galicia

Las asociadas gallegas de ASEGO se han reunido un año más con motivo de la Navidad para compartir



experiencias y seguir sumando experiencias. Un bonito encuentro que finalizó con la entrega de unos detalles cedidos por la Asociación.

Sevilla

Las asociadas sevillanas y de Andalucía Occidental de Sevilla se han reunido para celebrar la Navidad el 10 de diciembre. Una gran velada, a la que han asistido también representantes de firmas comerciales, donde se ha celebrado un bingo donde se repartieron los regalos que hicieron las casas comerciales. Las risas y el buen humor han protagonizado el encuentro.



Cataluña

ASEGO Cataluña, que cada vez más va adquiriendo mayor presencia con el incremento de asociadas y organización de actividades, ha disfrutado el 14 de diciembre de un entrañable almuerzo en el Hotel Salles Pere IV de Barcelona. En esta comida del establecimiento, Eva Suria, ha ejercido de perfecta anfitriona al mostrarles las instalaciones del hotel. De este encuentro han salido muchas ideas y propuestas futuras para desarrollar.



Borja Martín elegido Presidente Nacional

La Asociación Española de Conserjes de Hotel, Las Llaves de Oro Españolas ha celebrado su Asamblea General Anual en Marbella el 25 de noviembre, en la que se ha nombrado por unanimidad nuevo Presidente a Borja Martín.



Las ponencias formativas esenciales en la asamblea.

El Gran Hotel Guadalpín Banús ha acogido la LIX Asamblea de la Asociación Española de Conserjes de Hotel, con un amplio y ambicioso programa. Este año han destacado la celebración de las elecciones y en la Sección de Formación o "Educational Time" dos ponencias. La primera ha estado impartida por Burak Ipekçi, Secretario General de la UICH Les Clefs d'Or International en la que ha expuesto la situación actual de la Asociación a nivel internacional y los futuros proyectos para 2022.

Por su lado, Francisco García Court-Payen, Hotel Manager del Hotel Mandarin Oriental, Ritz Madrid, ha expuesto su experiencia, obtenida por su dilatada trayectoria profesional en la dirección de hoteles a nivel mundial. Éste ha explicado las claves e importancia del turismo y su valor a nivel nacional. Así como el valor que puede aportar las Conserjerías en la excelencia al servicio.

Al finalizar el "Educational Time", las Delegaciones de la Asociación han expuesto su situación de cada una de ellas, es decir de la Delega-

ción de Andalucía, de Baleares, Cataluña, Costa del Sol y de Madrid.

A continuación, se procedió a la elección del Presidente, Vicepresidente Primero y Vicepresidente Segundo, saliendo elegido como presidente Borja Martín Guridi (Chef ConciERGE Mandarin Oriental Ritz, Madrid) y vicepresidentes primero y segundo respectivamente Antonio Morilla Camacho (Head ConciERGE del Hotel Alfonso XIII en Sevilla) y Mauro Torres Anchundia (Head ConciERGE Grand Hotel Central en Barcelona).

Durante la Asamblea General los socios, colaboradores y patrocinadores han agradecido al Presidente saliente Ramón Lefort Carmena su dedicación y logros alcanzados por la Asociación durante su mandato. Además de por su liderazgo especialmente en estos dos últimos años de la pandemia. El ex presidente no se desliga totalmente de la Junta Directiva, al seguir formando parte de ella asesorando a la nueva Junta Nacional Directiva.

La Asociación Española de Conserjes de Hotel, Las Llaves de Oro Españolas agradece la presencia, patrocinio y colaboración de empresas y organismos colaboradores con una mención especial a sus patrocinadores: El Corte Inglés, Sixt Rent a Car, Casino Gran Madrid, Grand Class, American Express, Bodegas Bornos, Grupo Leche Pascual, Banco Sabadell, Incoming to Spain. Además de a sus colaboradores: Ayuntamiento de Marbella, Ayuntamiento de Málaga, Gran Hotel Guadalpín Banús, David Grimaldi Comunicación Visual, Restaurante Casa Juan los Mellizos, Autosol y Garcatri.



Nueva junta directiva.

“Excelencia y calidad de servicio, nuestra prioridad”



Borja Martín asume la presidencia con la máxima humildad, ilusión y energía que le transmite su equipo y el objetivo de posicionar la figura de Conserje como garantía de excelencia y calidad de servicio.

¿Puede comentarnos su trayectoria profesional?

Estudie en un colegio bilingüe alemán en Madrid. Tras terminar los estudios me fui a Inglaterra a trabajar para aprender idiomas.

En 1998 tuve la suerte de conseguir unas prácticas en el Hotel Ritz, donde llevo más de treinta años ejerciendo distintas funciones, actualmente soy Chef Conserje Mandarin Oriental Ritz, Madrid. Desde el principio fui aprendiendo y desarrollando mi carrera profesional en diferentes funciones dentro de recepción, ventas, y conserjería hasta llegar a ser Segundo Jefe de Conserjería. También he ejercido de Asistent from of Manager y he desarrollado e impartido formación de nuestra cadena por diferentes hoteles de prestigio en Europa, por ejemplo el Grand Hotel de San Petersburgo.

En 2015 me nombraron Jefe de Conserjería hasta la actualidad.

¿Desde cuándo está ligado con Las Llaves de Oro Españolas?

Conocí a Las Llaves de Oro Españolas hace unos diez años, desarrollando mi labor de Conserje, decidí hacerme socio y en 2016 me nombraron Delegado de Madrid y posteriormente Vicepresidente nacional.

Incluso este año mi involucración va a ser mayor al nombrarme también asesor internacional del Comité de Selección al Mejor Conserje Internacional de Les Clefs d'Or.

¿Cómo afronta el reto de presidir la Asociación?

Trabajaré los próximos cuatro años con humildad pero con ilusión y la energía que me aporta mi equipo. El objetivo principal es posicionar nuestra profesión como garantía de excelencia y calidad de servicio.

¿Qué objetivos tiene para la Asociación?

Seguir desarrollando los proyectos actuales de la Asociación nacional y de la Delegación de Madrid, de la que sigo siendo Delegado en funciones.

Desarrollar la actividad en Cataluña, al sufrir Barcelona un momento difícil y necesitar recuperar su pujanza turística y en la que estamos todos los componentes de la hotelería y el turismo involucrados para su recuperación. También deseo revitalizar las delegaciones de Andalucía, Costa del Sol y Baleares. Esta última está viviendo un gran momento, gracias a la labor del equipo de su delegado Pep Tony Ferreiro, del hotel Castle Son Vida de Luxury Collection.

Otro de nuestros proyectos es que la asociación nacional se potencie en lugares con un potencial turístico impresionante como el País Vasco, Valencia, Canarias y Galicia.

Seguir posicionando la profesión de Conserje y de Les Clefs d'Or como garantía de excelencia y calidad de servicio a nivel local, nacional e internacional. Para ello la Junta Directiva nacional estamos estableciendo un calendario de eventos.

¿Quiénes componen la Junta Directiva nacional?

La Junta Directiva la componemos:

Presidente: Borja Martín, Mandarin Oriental Ritz, Madrid

Vicepresidente Primero: Antonio Morilla, Hotel Alfonso XIII Sevilla.

Vicepresidente Segundo: Mauro Torres, Gran Hotel central Barcelona.

Tesorera Nacional: Zoubida Santissi, Mandarin Oriental Ritz, Madrid.

Secretario General: Antonio Del Olmo, Rosewood Villa Magna.

Delegados: Antonio Morilla (Andalucía), Pep Toni Ferrer (Baleares); Mauro Torres (Cataluña); Antonio Ramos, del Marbella Club (Costa del Sol); y Borja Martín (Madrid).

Vocales: Juan Manuel López (Intercontinental Madrid); Almudena Durango (Four Season Madrid); Margot Campa (Almanac Barcelona); Edurne Mayoz (María Cristina San Sebastián Luxury Collection); Christian Fons (Intercontinental Barcelona); Justyna Kaminska (Mandarin Oriental Ritz, Madrid).

Ex Presidentes: Manuel Pizarro (Rosewood Villa Magna); Ramón Lefort (Barcelo Emperatriz).

Comité de Sabios: Ángel Masa, Pepe Sánchez, Enrique Pedraza, Amador Maganers y Rogelio Ruiz.

La gran novedad que incorporamos es el Comité de Sabios, idea que incorporamos de Les Clefs d'Or al tener a nivel internacional el denominado "Comité de Sabios" formado por ex presidentes internacionales.

Guía comercial

Accesorios para vinos

Starvinos, Popy Wine

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



Aceites

Compañía 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. Navalpoto, 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 - Vilamalla - Girona



Climatización

Samsung Electronics

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



Colchones y somieres

Eurocolchón

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



Congelados

Congelados Basilio

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



Distribución Hostelería

Makro

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



Distribución de pescados

Pescados Basilio

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



Equipamiento

Electrolux Professional S.A.U.

Av. De Europa 16, 2.ª pl.
Tel.: 91 747 54 00
marketing.es@electroluxprofessional.com
https://www.electroluxprofessional.com/es/
28108 Alcobendas, Madrid



DEKTON UNLIMITED

NEW INDUSTRIAL COLLECTION

ORIX - INDUSTRIAL Collection

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

Conquista 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)



DEKTON
designed by COSENTINO

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@ipc-cleaning.net
www.ipccleaning.net
08339 Vilassar de Dalt, Barcelona



Lavavajillas comerciales

Miele S. A. U.

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



Masas congeladas

Europastry, S.A.

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



Personal temporal

Workhotel ETT

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



Platos precocinados

Calvo Distribución Alimentaria, SLU

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



Productos de Higiene

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



Productos de un solo uso

García de Pou

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



Quesos

Kraft Food España

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



Renting Tecnológico

Econocom

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



Soluciones Limpieza Profesional

PROCTER & GAMBLE

PROFESSIONAL

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



Tapicerías

Gancedo

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



Textiles

Resuinsa

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



TPV

Casio

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



Uniformes

Velilla Confección Industrial

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



Zumos

Zumos Pago

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





GRUPO PIKOLIN CONTRACT

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

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

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

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

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

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

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



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

Créccete con Divilo

**El Neo banco para tu negocio.
100% digital, claro y seguro.**

Descubre la nueva forma de gestionar las finanzas de tu negocio de restauración. Una solución tecnológica 360° en pagos, cobros y herramientas de contabilidad con la que ganar tiempo para hacer crecer tu negocio.

Divilo Fintech S.L. con CIF nº B88581129 es una entidad de pago regulada por Banco de España con nº de registro 6905 que ofrece sus productos y servicios exclusivamente a Empresas y Autónomos. Consultar condiciones en la página web www.divilo.io