



### ¡Entra y siéntete seguro!

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

\*Proceso de desinfección certificado

Lavavajillas



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

\*Proceso de desinfección certificado

Portavoz oficial:



# DEKTON UNLIMITED

NEW INDUSTRIAL COLLECTION

ORIX - INDUSTRIAL Collection

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

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

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

DEKTON UNLIMITED



## COSENTINO SEDE CENTRAL

T: +34 950 444 175

e-mail: [info@cosentino.com](mailto:info@cosentino.com)

[www.cosentino.com](http://www.cosentino.com)

Descubre más en [www.dekton.com](http://www.dekton.com)

Síguenos:  



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



**DEKTON**<sup>®</sup>  
designed by **COSENTINO**





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

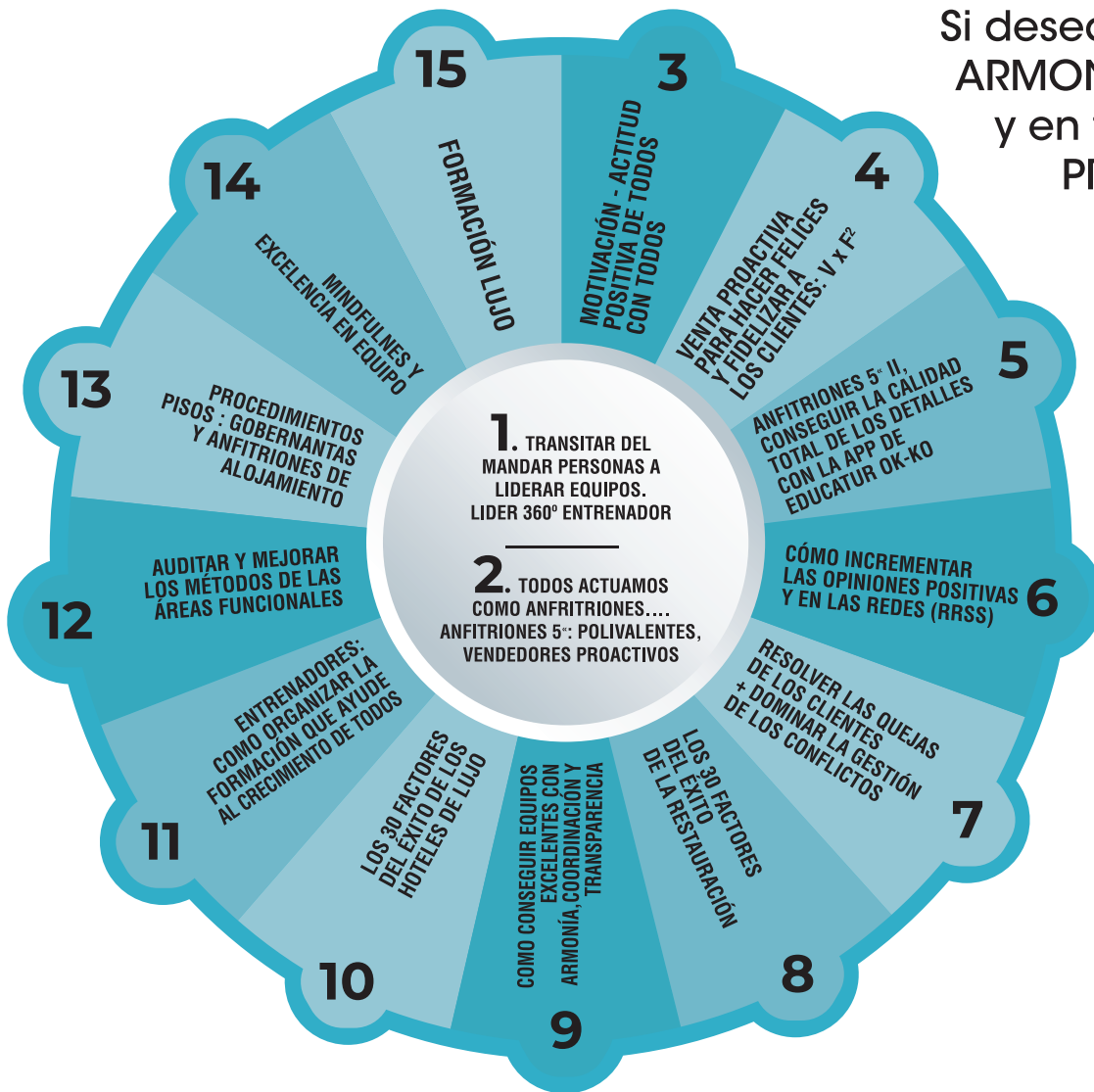
Con más de 7000 bombas de calor certificadas y registradas en Europa desde 2008, *Eurovent Certified Performance* cuenta con la más amplia gama de soluciones certificadas para su proyecto. Ofrecemos sistemas de climatización interior con una clara diferencia, una certificación que beneficiará tanto a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

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



Descargue su solución certificada personalizada en  
[www.eurovent-certification.com](http://www.eurovent-certification.com)

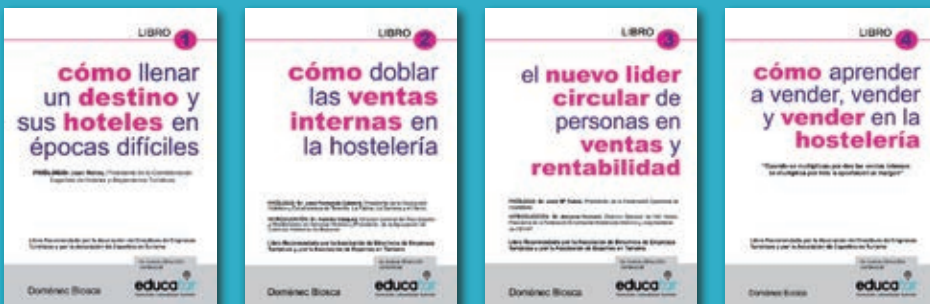
Si deseas **CRECER** en tu **ARMONÍA RELACIONAL** y en tus **HABILIDADES PROFESIONALES...**



"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

HR potencia su presencia en Hostelería.

8

## Reportajes

Hotel The Witmore, otra dimensión. 10  
Las algas, el vegetal más antiguo. 14  
Vinos de tierras volcánicas. 26  
Recuperando buenas costumbres. 30

## Noticias

Notas de empresa. 45  
Muestrario empresarial. 48

## Actualidad

Cocina paso a paso (Martín Berasategui). 12  
La ginebra revoluciona la Coctelería. 22  
FACYRE. 24  
La crisis hostelera se agudiza. 25  
AMER. 26  
¿Desea fidelizar a sus clientes?. 32  
Protocolo hotelero frente al COVID. 34  
Las instituciones deben valorar y escuchar al sector. 38  
Extensión de los ERTE muy positivo. 39  
ASEGO. 40  
AEDH. 44

## Empresas

Ingeniería de procesos de lavado de vajilla, Meiko. 18  
Lavavajillas higiene&clean, Electrolux Professional. 28  
La pandemia actual ha supuesto un reset para el Turismo (Resuinsa). 43  
Numatic International, la opción en productos de limpieza desechables. 47



# Staff

## Hostelería & Restauración H.R.

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

### Director:

Fernando Hidalgo de Morillo - fhidalgo@revistahr.es

### Coordinación:

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

### Publicidad y Marketing:

Luís Jiménez - publicidad@revistahr.es

### Calidad:

biomicral@revistahr.es

### Redacción:

Jian Zhang - redacción@revistahr.es

### Asesores de Comunicación:

María Jesús Gil de Antuñano.

### Diseño y Maquetación:

Enol Álvarez Santana

### Suscripciones:

Belinda Sánchez Verbo - suscripcion@revistahr.es

### Fotografías:

Redacción, Trimagen Fotografía Creativa.

### Redacción-Publicidad-Suscripciones:

C/ Matilde Díez 11, Bajo.

Tel.: 91 510 27 28

www.hidalsa.com

28002 Madrid

### Organizaciones Colaboradoras:

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

### Asesores Técnicos:

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

### Corresponsales-Colaboradores:

Asturias-Galicia: Pablo Sanz.

Extremadura-Andalucía: Felipe Damián.

País Vasco: José Luis Valle.

Castilla-La Mancha: Joaquín Muñoz.

Castilla-León: Pilar Rincón.

Cataluña: Guillermo Sanz.

Comunidad Valenciana: Javier Martínez.

Italia: Matteo Gaffoglio.

### Profesionales de Hostelería & Restauración:

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

Edita: Biomicral S.L.

Depósito Legal: AS.-767/96

Impresión: Matiu - VA Impresores S.A

## Suscripción

Empresa .....  
Nombre y apellidos .....  
D.N.I./N.I.F. ....  
Domicilio ..... Nº ..... C.Postal .....  
Población ..... Provincia ..... Tfno .....  
Actividad .....

Un año

Dos años

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

Contra reembolso

Banco

Efectivo

También puede suscribirse por tño.:

(+34) 91 510 27 28

609 98 61 87

.....a..... de..... de 2020

## DATOS DE DOMICILIACIÓN BANCARIA

Titular de la cuenta .....  
Entidad bancaria .....

Datos de cuenta:

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

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

(Firma y sello de la empresa)

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

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

Solicitado control OJD y de Calidad.





Seguro. Simple. Efectivo.

**CONFIANZA Y SEGURIDAD  
PARA TUS CLIENTES CON  
TUS MARCAS DE  
TODA LA VIDA**



cada experiencia cuenta™

# HR potencia su presencia en Hostelería

Biomicral a través de su Consultoría y la revista Hostelería & Restauración, HR, desean estar al lado de la Hostelería utilizando la herramienta de la formación como elemento imprescindible para el control y gestión de la pandemia en cada uno de los ámbitos profesionales.



**Biomicral** continúa organizando acciones para Hostelería, desde la impartición de cursos COVID 19 para Hostelería, Colegios y Colectividades pasando por presentaciones de firmas comerciales del sector (las próximas que organizaremos son con las firmas Meiko, (15 de octubre, Numatic International, 22 de octubre, y Resuinsa, en noviembre), Además de continuar realizando analíticas en restaurantes y hoteles de coronavirus con nuestro Kits y apoyar a la plataforma "Turismo Somos Todos", que aún a todo el sector turístico español.

## Curso COVID-19 para Hostelería

**Biomicral** ha impartido varios cursos en diferentes establecimientos hosteleros y Escuelas de Hostelería de la geografía nacional, como en Andalucía, Asturias, Aragón, Extremadura y Madrid. Entre ellas se encuentran el Hotel Escuela de la Comunidad de Madrid y la Escuela de Hostelería de Alcalá de Henares.

Los cursos impartidos por Lara Ubiera Pérez y María José Sanz, han informado y formado a las brigadas de cocina, sala y profesores de los conocimientos suficientes para saber actuar tanto en la vida diaria como en la profesional ante la enfermedad COVID-19. Reduciendo al máximo la posibilidad de contagio y transmisión a terceros.

Los contenidos han abarcado desde el origen de la enfermedad, su propagación, transmisión y contagio hasta la presentación y utilización de los equipos de protección individual, EPIS.

La Limpieza y Desinfección merecieron una atención especial, que junto con la higiene personal, el distanciamiento social y el control del flujo de personas evitando la aglomeración, permiten contener y mitigar el virus.

Cada curso contó con la participación entre 25 y 30 profesionales, a los que se les ha dotado de un manual técnico y folleto informativo sobre técnicas de limpieza y desinfección, así como los puntos críticos a tener en cuenta para evitar el contagio.

## "Turismo Somos Todos"

La plataforma "Turismo Somos Todos" pretende aunar a todo el sector turístico español (y también colaborar con organismos y empresas internacionales relacionadas) ante la presente crisis generada por el COVID-19.

Desde Turismo Somos Todos, plataforma a la que apoya **Biomicral y Hostelería & Restauración, HR**; ante los acontecimientos que afectan gravemente al sector turístico a raíz de la crisis sanitaria propiciada por la pandemia del COVID-19, se solicita al Gobierno una nueva hoja de ruta centrada en medidas concretas de protección a la industria turística.

Esta solicitud se ha elevado al Gobierno con la intención de Salvar al Turismo, que representa directa e indirectamente un 25% del PIB nacional.

En el sector se han propuesto desde el inicio de la pandemia una serie de medidas, que han sido desatendidas por el Gobierno Español y por los autonómicos. Medidas que hubieran podido evitar la grave situación en la que se encuentra, el sector turístico.

Desde Turismo Somos Todos, que representa a más de una veintena de asociaciones profesionales y empresariales, se le solicita al Gobierno la puesta en marcha de una nueva hoja de ruta basada en 8 puntos estratégicos, recogidos en el Manifiesto para #SalvarElTurismo.

Los objetivos comunes del manifiesto son salvar vidas, salvar la economía y al Turismo, evitar la destrucción de empresas y el empleo que de forma directa e indirecta están ligados al sector, y conseguir que uno de los principales motores económicos de España lidere la recuperación económica del país.

Los puntos del Manifiesto son: PCR's ( PCR's a la población y PCR's a los viajeros o turistas); Plan de Comunicación; Estímulos económicos y fiscales; Prorroga y Flexibilización de ERTES; Comitté de Expertos del Sector; Perseguir la oferta turística legal; Ley Antiokupa; y crear un Ministerio de Turismo.





# #MAKROPLUS

## ACCEDE A UNA NUEVA FORMA DE COMPRAR EN MAKRO.

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

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

**En Makro estamos COMPROMETIDOS SIEMPRE contigo y con tu negocio**

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

**makro**

TU ÉXITO ES NUESTRO COMPROMISO

## The Wittmore, otra dimensión

El Hotel Wittmore, ubicado en el Barrio Gótico, es uno de los establecimientos boutiques más sofisticados de la Ciudad Condal. Se caracteriza por su exclusiva decoración y servicios.



La experiencia de alojarse en The Wittmore es una suerte de relato de misterio que atrapa al huésped desde que pone un pie en las callejuelas aledañas del Barrio Gótico barcelonés. Escondido en un cul-de-sac de aires decimonónicos, este hotel de cinco estrellas gran lujo desvela sus encantos a medida que se avanza por sus cuidados rincones, trazando un recorrido que arranca en el interés del visitante por la personalización del servicio, la decoración y su azotea, desde la que se puede respirar la magia del casco antiguo barcelonés.

Su propietario, Narcis Barceló nos comenta “queríamos conseguir un ambiente de hotel boutique, no simplemente por sus habitaciones, sino por ofrecer la sensación de estar en una casa gracias a la distribución compartimentada sin espacios y amplios”.

The Wittmore es el primer hotel de este emprendedor, que se confiesa admirador de Jean Louis Costes, André Balazs y Nick Jones. El concepto sigue la línea de referencia

establecida por los hoteles Costés, en París; el Chiltern Firehouse, Londres; y Greenwich Hotel de Nueva York.

La motivación de Barceló para confeccionar este objeto de deseo para el viajero más sofisticado nació de la experiencia personal. “Estaba harto de que siempre que me alojaba en un hotel, fallase algo”, confiesa. “Lo que diferencia al Wittmore de otras propuestas es la atención al detalle y el servicio. Esto exige mucho esfuerzo para cumplir las expectativas de clientes exigentes, pero al final define la personalidad de un hotel”.

Basta echar un primer vistazo a la recepción para percibir que lo que promete Barceló es real: una cuidada decoración, en la que lámparas Sputnik conviven con grandes estanterías llenas de libros, una chimenea, paredes con un acogedor papel pintado, telas en rojos oscuros y luces tenues que aportan una gran dosis de excitación al revelador cartel de “Adults only” que cuelga en su web.

“La idea era crear un ambiente con reminiscencias de los años 20 y 30”, explica el propietario, quien asegura que todos los muebles del hotel están hechos a medida y han contado con la participación de artesanos locales.

The Wittmore fusiona el tartán escocés de sus paredes enteladas con las mesas de practicidad parisina y ambiente neoyorquino de los años 70; ofreciendo una atmósfera cálida, acogedora y ecléptica.

La combinación de los terciopelos de los sofás con las librerías repletas de libros junto con las maderas nobles y alumbradas por una luz suave convierte al hotel en un establecimiento acogedor y de ensueño, transportándonos a otra dimensión.

En las veintidós habitaciones, divididas en cinco categorías, proliferan detalles exclusivos que elevan la estancia a categoría de experiencia única. Todas, con vistas al jardín vertical, poseen una decoración cálida en tonos que van del burdeos al beige en





equilibrio con los elementos decorativos y atrezzo en tonos "lumiere noir".

Los huéspedes agradecen al entrar en ellas la sensación de contar con todo lo que necesita, desde dos tipos de almohadas hasta, los amenities. "Hemos sido el primer hotel del mundo en ofrecer amenities de la firma londinense Dr. Harris.

En las habitaciones del Wittmore reina el silencio a pesar de estar en uno de los puntos más bulliciosos de Barcelona. Fruto del acierto del proyecto arquitectónico de orientar la entrada del hotel hacia el cul-de-sac lateral.

De esta forma han conseguido aislar las habitaciones del ruido y que el edificio gire alrededor del patio central con jardín vertical.

El jardín vertical, con más de 32 metros, se alza desde un patio central. Es el epicentro del Wittmore para los foodies que disfrutan de la oferta gastronómica del establecimiento y os visitantes o huéspedes que prefieren disfrutar de una de las cartas de cócteles más completas de la Ciudad Condal.

Desde su apertura en 2016, el restaurante del Wittmore se ha convertido en uno de los destinos favoritos de los barceloneses. "Creo que nuestro concepto de hotel boutique contribuye a la buena acogida que tiene el Witty entre el público local. Al no tener esa sensación de estar en un hotel, invita a pensar que estás en un restaurante,

plasmándose en que un 80% de la clientela es de la ciudad", nos explica Narcís Barceló, propietario del hotel.

El baluarte del Wittmore es su exclusiva azotea, reservada para sus huéspedes. Es el punto de peregrinación obligado para los desayunos y atardeceres. Desde sus tumbonas se puede admirar el encanto de la Barcelona antigua, en la que destaca la escultura que corona la Basílica de Nuestra Señora de la Mercé.

### Oferta gastronómica

Witty es el restaurante del hotel The Wittmore. Espacio único de grandes cortinas de terciopelo que dan paso a un mágico patio con el jardín vertical más alto de la ciudad compuesto de más de 3.000 plantas. Es entrar y enamorarse de su decoración, de tartanes y terciopelos, de su servicio atento e impecable, de sus cócteles de bienvenida, de sus elegantes y atrevidos platos donde la presentación, originalidad y colorido suman puntos al sabor de sus creaciones.

El chef Alain Guiard, formado en las cocinas de prestigiosos restaurantes nacionales e internacionales, sorprende fusionando sabores e ingredientes con técnicas culinarias de distintas culturas gastronómicas, destacando la catalana, la francesa acompañada de dosis de clasicismo inspirado en el estilo British de los años 60. Donde los productos de temporada tienen el máximo protagonismo.



Entre sus platos destacan los Macarones del Cardenal, la Crema de Erizo con Tartar de Vieira y Alga, el Jarrete de Ternera de Lechal, la Coquelet con relleno de Foie grass y el solomillo Wellington.

Su propuesta culinaria lo completan con atractivas propuestas; desde un divertido *Aperitivi*, los jueves en la terraza *Sundeck*, hasta la velada *Soundhall* pasando por las cenas amenizadas con música en vivo y el *Brunch* del fin de semana.

**Hotel The Wittmore**  
Carrer de Riudarenes 7  
Telf.: 93 55008 85  
08002 Barcelona

## Cocina paso a paso

Retomamos una de las secciones que mayor éxito ha tenido en Hostelería & Restauración, HR, desde que se creó la revista hace más de 24 años, "Cocina paso a paso". En esta ocasión, lo hacemos de la mano de uno de nuestros chefs más afamados y laureados Martín Berasategui y del restaurante Melvin, en Tenerife.

### Ensalada de apio



- 1 cucharada sopera de perejil.
- Zumo de un limón.
- 3 cucharadas soperas de aceite de oliva.
- 1 cucharada sopera de vinagre de sidra.
- Sal Pimienta.

#### Elaboración:

1 - Mezclar en un bol queso, vinagre, perejil y aceite de oliva hasta obtener una salsa de queso untuosa.



2 - Cocer el apionabo 30 segundos. Sacar de la cazuela, escurrir y enfriar bajo el chorro de agua. Cortar en dados.



3 - Ya templado saltear a fuego vivo con mantequilla clarificada.

4 - Tras lavar la rúcula, la endivia y la manzana; cortar la manzana en bastones con la piel.



5 - Mezclar las verduras y frutos secos. Aliñar con salsa de queso. Salpimentar.



### Mantequilla clarificada

#### Ingredientes:

120 g mantequilla sin sal.

#### Elaboración:

Derretir la mantequilla a fuego lento; retirar la espuma de la superficie.

Servir la mantequilla líquida en un cuenco, procurar que no caiga el sedimento lácteo, el suero, depositado en el fondo del cazo.

*Nota: la mantequilla clarificada debe tener un color parecido al aceite de oliva ligero. Conservar en nevera.*

#### Ensalada:

Ingredientes: 4 personas.

- 350 g apionabo pelado.
- 1 endivia.
- 1 manzana verde Granny Smith.
- Mantequilla clarificada.
- Rúcula.
- Nueces.
- 1 cucharada sopera de queso azul.



## Merluza en salsa verde con almejas

### Caldo de pescado

#### Ingredientes:

- 2 kg cabezas y espinas de pescado blanco.
- 2 cebollas medianas en rodajas.
- Champiñones limpios en rodajas.
- 1 puerro picado
- 2 cucharadas soperas de aceite de oliva virgen.
- 2 l agua.
- 1 l vino blanco.
- Sal gorda.

#### Elaboración:

1 - Tras calentar el aceite en el fuego cocinar en él a fuego suave las cebollas, champiñones y el verde de puerro 5 minutos.



2 - Lavar bien el pescado, para eliminar rastros de sangre, y cortar en trozos pequeños.



3 - Ya tierna a verdura incorporar el pescado. Subir el fuego y cocinar 5



minutos, remover de vez en cuando. Sazonar ligeramente.



4 - Agregar el vino y hervir unos segundos. Añadir el agua y hervir 15 minutos a fuego lento.



5 - Retirar del fuego y dejar reposar el caldo 10 minutos.

6 - Colar y conservar en frío.

### Merluza

#### Ingredientes:

- 4 lomos de merluza.
- 20 almejas grandes.
- 3 dientes de ajo picados.
- Harina.
- Perejil picado.
- 2 dl caldo de pescado.
- 3 cucharadas de aceite de oliva virgen.
- Sal.

#### Elaboración:

1 - Cortar la merluza en 4 trozos y desespinar.

2 - Poner en una cazuela al fuego el aceite con ajo, cuando comience a "bailar" añadir harina.

3 - Rehogar unos segundos sin que tome color, añadir el caldo de pescado y hervir 1 minuto.

4 - Sazonar el pescado y pasar por la salsa con la piel hacia arriba, tener a fuego suave 5 minutos. Dar la vuelta a los lomos y dejar 2 minutos más.

### Montaje

Instantes antes de retirar el pescado del fuego, introducir las almejas y tapan la cazuela.

A medida que se vayan abriendo las almejas, ir retirándolas.

Abierta la última almeja volver a introducir las y si alguna no abre tirarla.

Espolvorear con abundante perejil picado.

Emplatar.

# Las algas, el vegetal más antiguo

Las algas son los vegetales más antiguos que existen, tienen más de 3.200 millones de años de antigüedad y se originaron en el mar cuando fuera de este aún no existía vida. No son un alimento tradicional en nuestro país, sin embargo su consumo está aumentando por el auge de la gastronomía asiática.



La producción de las algas en España ha aumentado más del 350% en los últimos años, convirtiéndose en el tercer país productor comunitario, tras Francia e Irlanda. Las algas se pueden presentar de múltiples formas, como maki Rolls, ensalada y sopa de miso. Las algas pueden tener formas muy variadas: filamentosas, cilíndricas y en cintas.

También puede ser de diversos colores como azules, pardas, rojas o verdes.

## Características nutricionales

Las principales cualidades nutricionales de las algas es que a pesar de no ser ricas en vitamina B12, contienen análogos de vitamina B12.

Ricas en hierro: las algas nori y wakame aportan entre el 10% y el 12%

de la ingesta diaria recomendada (IDR) de este mineral por cada 100 gramos.

El contenido en yodo de las algas varía dependiendo de la especie a la que pertenecen, el lugar de recolección o el procesado al que se han sometido. El contenido de yodo en las algas es alto, lo que a priori podría parecer bueno debido al elevado déficit que hay en la población española de este mineral, sin embargo no es así, la cantidad de yodo de las algas puede superar hasta en un 2.000% la Ingesta diaria recomendada, lo que puede causar problemas a personas con hipo/hipertiroidismo, niños y embarazadas.

También son ricas en calcio, pero su contenido varía dependiendo del tipo de algas, por ejemplo la variedad wakame tiene un contenido más

elevado que el resto. Esta variedad de alga aporta más calcio incluso que la leche, Fuente de Omega 3 vegetal.

De hecho, es de ellas de donde lo obtienen los pescados azules. Los suplementos de DHA fabricados a base de microalgas tienen la misma efectividad que los de origen animal.

Las algas son ricas en antioxidantes, al contener carotenoides, clorofila, polifenoles y vitaminas C y E que neutralizan los radicales libres que oxidan a las células y combaten el envejecimiento celular.

Además, las algas poseen un elevado contenido en fibra y agua por lo que contribuyen a regular el tránsito intestinal y son diuréticas.

## Variedades

Algunas de las algas más conocidas son:

*Nori*: es una de las algas más consumidas en Oriente. Cuando se seca y se prensa se transforma en una especie de hoja de papel negro. Es el alga que se utiliza para envolver el sushi maki pero también se puede tostar y desmenuzar para utilizarla como aderezo en sopas, ensaladas y pastas.

*Wakame*: de color verde brillante, puede recordar a las espinacas cocidas. Posee un sabor suave por lo que es ideal para incluir en sopas, caldos o como acompañamiento de pescado.

*Kombu*: suele añadirse al agua de cocción de legumbres al favorecer su digestión. Además es un gran potenciador del sabor, por lo que se incorpora a guisos

*Espirulina*: es uno de los suplementos vitamínicos más vendidos. La ONU la ha calificado como el alimento del milenio. Es una de las fuentes de alimentación más completa del mundo y es un alimento fundamental en la dieta de los astronautas de la NASA.



Tiene propiedades antiviricas, antiinflamatorias y fortalece el sistema inmune. Se recomienda a deportistas, para dietas de adelgazamiento y para personas que siguen un régimen de alimentación vegano. Es fácil encontrar pasta hecha con ella.

Espagueti de mar: su nombre científico es Himanthalia Elongata. Su forma alargada y estrecha recuerda a la pasta italiana. Se vende normalmente deshidratada, posee un alto contenido en proteínas y fibra y apenas calorías y grasas. Lo ideal es cocerla y tomarla como si se tratase de pasta.

Agar-Agar: debido a su elevada capacidad para absorber agua, en la cocina se utiliza como espesante y

gelificante de alimentos dulces o salados sin aportar sabor.

Algunos expertos como Noelia Suárez, Directora de comunicación de Nutritienda.com, aconsejan disfrutar del consumo de algas al contener muchas propiedades beneficiosas pero no de forma habitual, ni en grandes cantidades. Una buena opción es consumirlas a modo de condimento y limitar el consumo de platos que las contienen como ingrediente principal. Hay países como Francia que han establecido regulaciones específicas para su consumo y otros como Japón cuyo consumo es habitual, pero hay que tener en cuenta que los japoneses



tienen una flora intestinal capacitada para digerirlas y eliminar el exceso de yodo al llevar siglos comiéndolas. Lo más adecuado es hacer un uso responsable.

## Sugerencias de Jesús Almagro

### Pasta fresca de alga Salicornia, gulas y guindilla



#### Pasta:

*Ingredientes: (4 personas)*

- 4 huevos.
- 500 g harina de trigo.
- 40 g alga Salicornia deshidratada.
- 50 ml aceite de oliva.

#### Elaboración:

Deshidratar las algas con una deshidratadora a 65 ° C, manteniendo el alga 2 horas. Una vez deshidratada, triturar el alga hasta conseguir polvo; tamizar.

En un bol añadir harina, polvo del alga deshidratada y aceite de oliva. Incorporar los huevos uno a uno.

Una vez que la masa esta homogénea dejar reposar 1 hora a 5 ° C.



Estirar la masa y cortar con la cuchilla dando forma de espaguetis.

Cocer los espaguetis en agua y sal 5 minutos. Refrescar y conservar con un chorro de aceite de oliva.

#### Gulas:

*Ingredientes:*

- 250 g gulas.
- 10 g sal.
- 10 g ajo.
- 2 g guindilla fresca o Shichimi tougarashi.

25 ml aceite de oliva.

*Elaboración:*

Calentar una sartén, añadir los ajos laminados e incorporar las gulas. Sazonar e incorporar la guindilla fresca o el shichimi.

#### Montaje:

Disponer la pasta en un plato y colocar encima las gulas, sazonar y añadir la guindilla fresca o el shichimi hasta que quede lo más homogéneo posible. Servir.

## Yema de huevo de caserío curada con lechuga de mar, sopa de maíz y caballa marinada



Cubrir las yemas de huevo con el polvo del alga 4 horas a una temperatura de 5° Reservar.

### Caballa marinada

#### Ingredientes:

- 400 g caballa.
- 400 g sal fina
- 100 ml vinagre de arroz.

#### Elaboración:

Lavar la caballa, sacar los lomos y desespinar. Una vez desespina cubrir de sal y dejar los lomos cubiertos 2 horas.

A continuación lavar en abundante agua fría, secar con papel y cubrir en vinagre de arroz 2 horas. Reservar.

### Guarnición

- 30 g polvo de maíz frito.
- 20 g cebolleta en aros.
- 20 g maíz dulce.
- 20 g mini mazorca de maíz.
- 7 g salicornia.

### Montaje:

Disponer en un plato la yema curada y alrededor suya el resto de los ingredientes de forma armoniosa.

Servir a continuación la crema de maíz a una temperatura de 85° C.

### Sopa de maíz

#### Ingredientes:

- 100 g maíz en conserva.
- 60 g pan de molde.
- 30 g cebolleta fresca.
- 10 g sal.
- 5 g ajo.
- 250 ml leche.
- 20 ml aceite de oliva.

#### Elaboración:

Fondear en aceite de oliva la cebolleta cortada en brunoise junto con el ajo. Una vez fondeada añadir el pan de molde, el maíz y por último la leche, dejar cocer 10 minutos triturar hasta conseguir una crema lo más fina posible, rectificar de sal y reservar.

### Yema curada

#### Ingredientes:

- 4 yemas de huevo.
- 100 g lechuga de mar deshidratada.

#### Elaboración:

Deshidratar la lechuga de mar con una deshidratadora a 65 °C 2 horas. Triturar y tamizar.







m

**MEIKO**

The clean solution



**MEIKO DESACTIVA  
EL COVID-19**



Desactivación  
efectiva del  
coronavirus



# Ingeniería de procesos de lavado de vajilla

Las zonas de lavado son imprescindibles. Sin embargo, el 95% de las instalaciones de lavado de vajilla son ineficientes, independientemente del tipo de establecimiento que se trate.



como hace 40 años, “como siempre”. Como resultado: los trabajadores no dan abasto, los costes de operación suben y los beneficios bajan.

## La ciencia tras el diseño

Como en el diseño de toda la instalación, desde barras y autoservicios hasta cámaras y zonas de producción, hay muchos cálculos y conocimientos previos que se necesitan para diseñar una zona de lavado correctamente.

El primer factor que hay que conocer, lo más básico, es qué se va a lavar, en términos de cantidad y tipo de piezas. Bandejas de acero, de porcelana, platos de todos los tamaños, copas de diferentes tipos, vasos, tazas, cubertería o incluso útiles de cocina, como grandes cuchillos o bandejas para hornos.

El segundo factor es el tiempo para el lavado. Y el tercero es el personal disponible para lavar la vajilla. Todo ello ha de colocarse en la sala de lavado o en el espacio destinado al lavavajillas.

Siempre me ha llamado la atención el que se estén instalando hornos cada vez más avanzados, que pueden compartir e intercambiar recetas por Internet, cocinando prácticamente de forma automática, supervisados, eso sí,

Desde el local más pequeño, que todavía se pregunta si es más rentable un lavavajillas profesional o lavar a mano, hasta una instalación de gran producción, como un obrador central de pastelería o un gran resort. Todos ellos son objeto de un estudio de rentabilidad en profundidad. A continuación se incluyen case studies de un gran casino y de un bar de carretera.

La hostelería es un negocio y supone la fuente de ingreso para muchas familias. En concreto, de 1,7 millones de trabajadores en 2019. Junto con los proveedores y clientes, afecta directamente a más de 10 millones de personas sólo en nuestro país. Y estas cifras están en constante evolución.

En la gran mayoría de los más de 300.000 negocios hosteleros de España, desde la cafetería más humilde hasta el mayor complejo

hotelero, pasando por panaderías, pastelerías, franquicias, comedores de empresa, hospitales, hoteles y bares de carretera, se sigue planteando el diseño del negocio de restauración







por el chef. Mientras que los equipos de lavado se consideran de segunda necesidad y se destina a ellos el personal menos formado y con mayor rotación.

Si falla el lavado o no alcanza el rendimiento necesario, nunca hay personal suficiente para lavar. Vemos continuamente camareros invirtiendo horas en reparar copas, muchas veces rompiendo estas durante el proceso, ¿por qué el lavado no puede sacar el cristal limpio?. Costes, costes y más costes.

Un lavavajillas bajo mesa con tratamiento de agua por ósmosis, cuesta 6.000 euros. 1 hora al día de dos camareros todos los días del año cuestan más de 8.000 euros. Sin contar las roturas de copas y cortes aparte.

Además esto se hace ¡para suplir el trabajo defectuoso de un lavavajillas! Que no fue gratis, que lava mal, y que consume, y mucho, agua, electricidad y detergentes.

### Planificación de costes de instalación y operación para el lavado

*-Errores tradicionales "como siempre se ha hecho".*

Implantar un túnel de arrastre (más de 90 cestos a la hora, más de uno por minuto) cuando el operador no puede operar más de 18. Debe: clasificar la vajilla, ponerla en el cesto, pre-lavar a mano, introducir en la máquina, entre otros cometidos. Y en casi todos los casos, retirar el cesto lavado. Más de 200 veces al día. Es inviable.

*-Solución.*

Lavavajillas de cúpula, que rinde hasta 23 cestos por hora. Mucho más eficiente, en todos los sentidos que un túnel.

*¿Puede cargar sólo un equipo de cúpula? Sí. ¿Puede incorporarse secado a un cúpula? Sí. ¿Es más caro el conjunto frente al túnel de arrastre de cestos? NO, es más barato ¿Ahorra costes de operación un cúpula frente a un túnel? Enormemente.*

También es tradicional implantar túneles de arrastre de cestos en instalaciones de banquetes, en sala o en el alquiler de vajilla, donde ni hay personal ni tiempo para clasificar. En casi todos los casos, se deja la vajilla horas, y en algunos casos días, sin lavar. Deben ser túneles de cinta, que no necesitan preclasificación ni prelavado manual, y pueden con todo a la vez y en una fracción del coste de las soluciones tradicionales.

### ¿Por qué contactar con Meiko?

Prácticamente todos los equipos de **Meiko** incorporan

de serie recuperadores de calor que eliminan la extracción de vahos dedicada (ahorro de coste de obra), desde el lavavajillas más pequeño hasta el mayor túnel. Con estos recuperadores, la media de ahorro de consumo eléctrico es del 30%, llegando al 50% en algunos sistemas. Estos últimos, además suelen ser los casos más comunes (ahorro de costes de operación).

Adicionalmente, los equipos de lavado actuales ahorran de un 50 a un 70% de consumo de productos químicos. Coste de operación y protección el medio ambiente.

En todos los casos: no hace falta repasar el cristal, se ahorran miles de horas de trabajo y miles de euros en vidrios rotos.

En cuanto al factor humano, una instalación bien calculada y diseñada permite que el operador rinda de forma continua, reduciendo el agotamiento producido por largos turnos. Ello hace que el personal se haga estable y se ofrezca mejor calidad de lavado. Reduciéndose los costes.

En definitiva, significa *un ahorro final para el negocio, un aumento de la productividad del trabajador y de la calidad del servicio para los clientes.*

**Meiko ofrece la solución perfecta: tecnología alemana para un resultado de lavado de vajilla impecable.**

**Francisco Freire,**  
jefe Ventas y Proyectos.  
Móvil: : +34 680 87 67 33  
Email: ff@meiko.es

**MEIKO CERTIFICA HIGIENE**

Todos los equipos Meiko se prueban y certificamos sus resultados de lavado para que sea **sanitariamente higiénico**.  
El Dr. F. Rheinbaben, virólogo, microbiólogo e higienista, ha publicado un protocolo de lavado para la desactivación de los Coronavirus, específicamente para el SARS-CoV-2

Meiko, con sus equipos estándar, cumplen con los requerimientos específicos de ese protocolo de lavado





## Vinos de tierras volcánicas

En los últimos años los vinos canarios están en plena revolución, tanto que se han puesto de moda a nivel mundial, les invitamos a descubrir juntos este territorio que les da un carácter único y diferente.

Vanesa Santana – Asesora Gastronómica



Ya hablaba Shakespeare entre otros escritores de la época, quienes plasmaban en sus obras de una u otra manera la calidad de los “canary” o “shack” que eran los nombres que recibían por aquel entonces los vinos procedentes de las tierras canarias.

Les muestro un ejemplo, que nos hace entender ese sentir. Henry IV (Part II, Act II, Scene IV), Mistress Quickly says to Doll Tearsheet: “but, if faith you have drunk too much canaries, and that’s a marvelous searching wine, and it perfumes the blood ere one can say: what’s this?”

Traducción: Enrique IV (Segunda parte, acto II, escena IV), Mistress Quickly dice a Doll Tearsheet: “Por mi fe que habéis bebido demasiado vino canario, un vino maravilloso y penetrante que perfuma la sangre antes de que se pueda decir: ¿qué es esto?”.

### Panorama vitivinícola

Canarias dispone actualmente de unas 7000 hectáreas, divididas entre las once denominaciones de origen distribuidas en siete islas (la última en incorporarse ha sido Fuerteventura).

Esto supone aproximadamente unos 15.000.000 litros.

La gran mayoría de las hectáreas se encuentran en la isla de Tenerife que es la gran productora de vino.

Los vinos canarios están sufriendo desde hace unos 10 años una revolu-





Lístan negra, uva autóctona canaria.



ción, que les permite formar parte en las cartas de los mejores restaurantes del mundo y elaborarse como vinos exclusivos para algunos mercados. Los motivos de esa exclusividad son el origen, clima, el terroir y los viticultores que les aportan una personalidad e identidad única.

### Vinos únicos

Con los años las Islas Canarias ha demostrado tener una gran historia



mercantil en el mundo del vino, pero además cuenta con uno de los patrimonios vitícolas más desconocidos e importantes de España.

Todo ello resultado del trabajo diario y constante de los "jardineros de las viñas", viticultores y de los bodegueros, de esa particular orografía de cada isla, que consiguen que esta viticultura este catalogada como "viticultura heroica", que las hace únicas y diferentes, de la diversidad climática



de una misma isla. La altitud, ese soplo de los vinos alisos, ese sentir del mar atlántico bañando nuestras costas y sin duda ese carácter que le aporta el origen de nuestros suelos, el carácter volcánico o bien que el 100% de los viñedos de Canarias se trabajen vendimiándolos a mano.

Son características que los hace una zona única en España, es una zona por descubrir, valorar y saborear. Porque sin duda es una zona de producciones limitadas, siendo la mayoría de las bodegas pequeños productores.

Sus elaboraciones no llegan a 1000 por tipología de vinos, a esto es lo que se les llama microbodegas, que elaboran vinos diferentes para marcar el cambio.

En los últimos años se empieza el cambio de la filosofía de los vinos de Canarias, dónde bodegas como Bodega Tajinaste, Bodega Suerte del Marquez, Borja Perez Viticultor, Matías y Torres, Envínate (con Roberto Santana a la cabeza del proyecto en Canarias), Lava, Bodega Vega de Galdar o personas como Carmelo Peña, Juan Fariña, aportan la idiosincrasia y personalidad de los vinos canarios.

Entre ellos y algunos más, buscan embotellar el paisaje, la honestidad del territorio, dónde la variedad sea la protagonista.

# La ginebra revoluciona en la Coctelería

La ginebra es de los grandes destilados que aporta notables sutilezas y evolución a la Coctelería. De ahí que se conmemore el Día Mundial de la Ginebra.

ICON Spirits junto a reconocidos bartenders, como David Rios, Matias Iriarte de Chapeau y Raimondo Palomba de Atelier que nos presentan propuestas con diferentes ginebras para todo tipo de clientes.

## Hanky Panky

**Barman: David Ríos**

**Ingredientes:**

45ml Nouaison Gin.

45ml La Quintinye Vermouth Royal

Rouge.

5ml Fernet.

Decoración:

Naranja.

que al ser intensa ofrece un equilibrio único obtenido gracias a la combinación de la elegancia de la uva con un perfil aromático especiado, rico y complejo.



**Elaboración:**

Características organolépticas: elaborada con la ginebra Nouaison,

## Mallorquín Porn Star

**Barman: Matias Iriarte de Chapeau**

**Ingredientes:**

35 ml Gin

15 ml June Gin Liqueur redestilada en Rotavap con salvia.

40 ml albaricoques locales centrifugados.

**Decoración:**

5 ml Perfume de pimienta de Timut

Albaricoques deshidratados para decorar.



**Elaboración:**

Cóctel basado en la receta clásica de Dick Bradsell. Con June Gin Liqueur, destilada, infundada y creada en los viñedos de Cognac, Francia, nace como respuesta a las nuevas tendencias en el mercado de las ginebras y las necesidades del consumidor de obtener nuevas experiencias en sabor, frescura y suavidad.

## Martini Perfect

**Barman: Raimondo Palomba de Atelier**

**Ingredientes:**

50 ml No.3 London Dry Gin.

25 ml Vermouth Dolin Dry

25 ml Vermouth Carpano blanco.

1 drop orange bitter

Piel de limón





# DESCUBRE PAGO

*Gourmet*



*En los mejores*  
**BARES**



# La Hostelería no es un asunto baladí

El sector de la hostelería es uno de los más castigados del COVID19, En un principio por la agresividad de la propia pandemia y por la falta de eficacia en el tratamiento de las medidas a adoptar, la dejadez y falta de interés de nuestros dirigentes políticos.

*Pepa Muñoz, Presidenta de Federación de Cocineros y Reposteros Españoles, ACYRE*



También vislumbramos la ausencia de consultas de opiniones, por la administración pública nacional, a profesionales. Que desde hace años, volcamos nuestro día a día en trabajar y observar un mercado que tanto beneficio cualitativo y cuantitativo ha traído a España desde hace décadas.

De repente, parece que nuestros dirigentes han olvidado que la gastronomía consiste en ir más allá de asistir a un restaurante. Es dónde se observa la culminación y el final de una enorme y valiosa cadena que comienza con la producción agroalimentaria (agricultura, pesca, granjas, industria alimentaria); así como en la logística que conlleva (la distribución, a través de diversos canales como mercados, supermercados, grandes superficies, pequeñas tiendas de barrios y ultramarinos por ejemplo). Por no hablar del turismo que tanto

tiene que ver con la gastronomía y la economía nacional.

El valor que genera la gastronomía en España, es enorme. Se fragua con la agricultura que produce 50.000 millones de euros en nuestro país, sigue con la industria agroalimentaria que genera 100.000 millones y continúa con la distribución.

Sobre el turismo, al que por todas partes parecen desanimar para que venga a nuestro país, del total del gasto realizado por los turistas internacionales que han visitado España en 2017 (80.664 millones de euros), el 15,5% se destinó a la gastronomía (12.509 millones de euros), según recoge el informe "La gastronomía en la economía española. Impacto económico de los sectores asociados", elaborado por KPMG.

No quiero en este artículo hablar de los datos que rodean a la gastronomía y que tanto aportan a la economía española; tampoco quiero tocar datos actuales nefastos que, más que la pandemia, está dejando la gestión de nuestro sector (las cifras ya rondan el 43% de cierre de establecimientos de hostelería con todo su capital humano), pero sí deseo manifestar mi tremenda decepción.

Permítanme pluralizar como presidenta de la Federación de Cocineros y Reposteros Españoles, FACYRE, sobre el sentimiento de ignorancia que hemos sentido por parte del Gobierno. Nos han dejado solos, hemos suplicado medidas por escrito, por teléfono, en la puerta del Congreso, en Cibeles. ¿Qué hemos recibido?

Ninguna respuesta; ninguna muestra de interés. Seguimos sin más remedio y muy a pesar nuestro, alimentando las cifras del paro que tan graves consecuencias traerán en

un futuro próximo, a pesar de que si vuelven a necesitaros para volver a cocinar para los más necesitados, ahí volveremos a estar para y por España.

¿Qué medidas estamos pidiendo (suplicando) como ayuda para nuestra supervivencia?

La reducción del IVA en los gastos fijos (luz, agua y gas).

Revisión sobre la ley de alquileres.

Necesaria ampliación de los ERTES.

Aplazamientos de impuestos sin intereses ni penalizaciones incluyendo la revisión de los porcentajes exigidos.

Que cuenten con nosotros (que algo entendemos de esto) a la hora de establecer medidas en las mesas de negociación. Al menos, que escuchen nuestros argumentos.

Considero que es perfectamente compatible proteger el sector que, como digo, tantísimo mueve en España con algo que no es cuestionable y es el cuidado de nuestra salud. En este caso, la absoluta protección del Covid-19.

El retorno de la atención que pedimos, vendría con seguridad, no sólo porque demostraríamos que ir a un restaurante o a cualquier lugar relacionado con la gastronomía, no sólo es seguro (sabemos cómo ocuparnos de eso). También nos permitirían aportar en la economía, generar empleos y atraer al turismo.

Gastronomía es sinónimo de celebración, de encuentros y de mesas amables para negociar. Seguimos esperanzados en que nos "echen un salvavidas" que nos ayude a salvar a esos hosteleros que estamos consiguiendo sobrevivir y seguir sumando. España lo merece y lo necesita. La Hostelería no es un asunto baladí.



## La crisis hostelera se agudiza

El turismo, en el que la Hostelería tiene un importante peso, ha vivido la peor temporada de verano que se recuerda. Este sector tiene un peso en la economía nacional del 12,3%, siendo desde el principio de la crisis del COVID-19 uno de los más castigados.

*José Luis Yzuel - Presidente de Hostelería de España*

Esta situación se ha visto agravada por las continuas restricciones del sector, que en ningún momento han venido acompañadas de medidas de apoyo, dejando desamparadas, en el caso de la Hostelería, a más de 300.000 empresas que daban trabajo a 1,7 millones de trabajadores quienes generaban el 6,2% de la riqueza del país, hasta el inicio de la crisis.

Desde las diferentes Administraciones, en lugar de haber trabajado en un plan de prevención y contención, ante los recortes masivos, se ha optado por poner el foco sobre el Turismo y la Hostelería, criminalizando a este segmento económico, que no es, ni mucho menos, el mayor propagador de la epidemia. Aparte de haber actuado, en su gran mayoría, con responsabilidad desde el primer momento. Esto sumado a la sensación de improvisación y falta de coordinación deja al sector en una situación crítica y de clara discriminación con respecto a otros motores económicos nacionales.

En concreto la Orden Ministerial del pasado 14 de agosto, y que posteriormente han interpretado y aplicado las Comunidades Autónomas, está siendo objeto de recursos contencioso administrativo por diferentes asociaciones provinciales empresariales de Hostelería, solicitando medidas cautelares, al considerarse que no están suficientemente justificadas y suponen graves consecuencias económicas al sector, provocando el cierre definitivo, que no temporal, de muchos negocios.



En una comparativa con otros países europeos, en los que incluso el turismo no tiene un peso tan significativo como el que representa para España, se echa de menos políticas de incentivo al consumo, pasillos turísticos, dotación económica directa al sector, bajada de impuestos o recomendaciones de reuniones en espacios públicos, cómo es la Hostelería, En lugar de encuentros en ámbitos privados, al considerarse más seguros por su cumplimiento de las normas higiénico-sanitarias.

Hay que recordar que nuestro país ha sido pionero entre las naciones vecinas de la creación de un distintivo de "Hostelería Segura". Consistente en un sistema de declaración responsable, donde los hosteleros se comprometen a cumplir una serie de requisitos de limpieza, salud, necesarios para

una "Hostelería Segura" que permita aportar confianza a trabajadores y clientes desde que entran en el local hasta que salen.

Hay que tener en cuenta el fuerte impacto indirecto, ya que si hay algo que se ha podido comprobar, es el valor añadido que se produce a lo largo de toda la cadena de valor y que sólo si se materializa la comercialización en Hostelería se genera producción agrícola y ganadera de alta calidad, industria agroalimentaria y distribución.

La Hostelería no puede seguir asumiendo acciones restrictivas de su actividad sin medidas de carácter compensatorio, tanto sobre las empresas como el empleo. En estos momentos, la limitación de recursos no puede ser excusa puesto que las comunidades autónomas disponen de fondos de aplicación al refuerzo del sistema y las medidas sanitarias. Se están aplicando medidas cuyo contexto es 100% sanitario y, por ello, tanto desde el gobierno central como desde las Comunidades Autónomas se debería contemplar, cada vez que se produzcan medidas restrictivas a la actividad económica, destinar parte de esos fondos a complementos de recursos que preserven el empleo.

Afortunadamente a plataforma 'Juntos con la Hostelería', formada por Hostelería de España, FIAB y AECOC hemos conseguido la ampliación de los ERTE hasta el 31 de enero lo que paliara el posible cierre de cerca de 125.000 establecimientos de la Hostelería y la pérdida del 40% del tejido empresarial.

# Hygiene made by MEIKO

Desactivación efectiva del coronavirus



## Convenio colaboración con Aval Madrid



Avalmadrid (S.G.R.) ha presentado "Abrimos contigo", una línea de avales para impulsar la financiación de la Hostelería y la Restauración de la Comunidad de Madrid,

El responsable de la presentación ha sido Pedro Embid, Director General de Avalmadrid, a quien le han acompañado Antonio Galán, presidente de la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER) y Tomás Gutiérrez, presidente de Hostelería Madrid.

Las dos asociaciones empresariales han firmado un convenio de colaboración con Avalmadrid por el que la S.G.R. se compromete a estudiar de forma ágil e individualizada cada una de las propuestas que le planteen sus asociados y a ofrecer un asesoramiento especializado.

Por su parte, ambas asociaciones fomentarán entre sus asociados actuaciones de promoción y una mayor implantación de las ayudas de Avalmadrid destinadas al sector, realizando los

mayores esfuerzos de análisis, estudio y explicación para lograr una mayor utilización del aval entre las pymes y autónomos asociados.

Pedro Embid ha recalcado el esfuerzo que la S.G.R. está dedicando para que pymes y autónomos madrileños puedan continuar con sus negocios, a pesar de la crisis económica derivada de la pandemia. Incluso ha añadido que "La nueva línea de avales está destinada a un sector especialmente afectado por esta crisis y la firma del convenio con las dos asociaciones más importantes del sector es clave para llegar a los empresarios que lo necesiten".

Por su lado, Antonio Galán, Presidente de AMER, coincide con Embid y hace hincapié "en la necesidad de aunar esfuerzos para que el sector reflote tras más de tres meses de parón en su actividad y una vuelta que todavía está lejos de recuperar la normalidad".

El paquete de medidas diseñado por Avalmadrid contempla dos líneas de financiación:

### *Línea Liquidez Express Hostelería:*

Préstamos de hasta 50.000 euros para financiar los gastos generales generados durante la crisis, con la finalidad de mantener su actividad y empleo una vez finalizado el periodo de alarma. Su plazo de devolución es de 24 meses más 6 de carencia. En esta línea los gastos financieros, tanto del préstamo como del aval, de los clientes están bonificados por la Comunidad de Madrid.

### *Línea Vitamina Hostelería:*

Son préstamos, créditos, leasing, factoring y/o confirming de un importe de hasta 1 millón de euros con el objetivo de aportar liquidez suficiente a pymes y autónomos.

El plazo de devolución para los préstamos será negociable, aunque con carácter general, de entre cuatro y cinco años, con el primero de carencia. En el caso de los créditos serán pólizas de uno a tres años.

Bajo el eslogan 'Abrimos contigo' Avalmadrid quiere visibilizar su apoyo a bares, restaurantes y negocios satélites del sector.

Ante este escenario y con el objetivo de que los efectos de la crisis no se conviertan en irreparables, Avalmadrid centra todos sus esfuerzos en sus líneas de avales para que, tal y como reza su lema, estos establecimientos puedan seguir abriendo su persiana.

## Cupón de Hostelería de la ONCE

La hostelería ha protagonizado el cupón de la ONCE del sábado, 11 de julio. Cinco millones y medio de cupones han difundido la labor del sector por España.

Luis Natalio Royo, Delegado territorial de la ONCE en Madrid; junto a Antonio Galán, presidente de AMER; y representantes de otras asociaciones del sector han presentado el cupón en la Plaza Mayor.

Con esta iniciativa la ONCE desea apoyar a los hosteleros en su crisis

económica fruto del confinamiento y reconocer la labor de ceder los fogones al servicio de quienes han luchado directamente contra la enfermedad y de las personas con pocos recursos.

'Volvemos a disfrutar juntos' es la frase que se puede leer en estos



cupones, ilustrados con la imagen de un camarero



## “Madrid de tapa en tapa”

AMER conjuntamente con otras asociaciones empresariales del sector de Madrid y el Grupo Mahou San Miguel han organizado “Madrid de tapa en tapa”. Consistente en una ruta donde poder además de reunirse y recuperar este tiempo separado de familiares y amigos colaborar y ayudar a la reactivación de la economía madrileña.



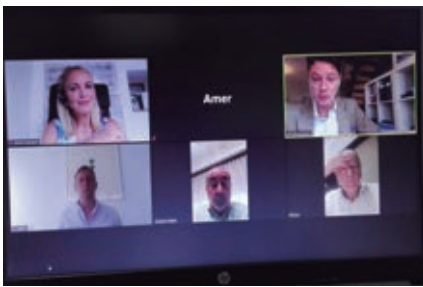
dar a recuperar el sector hostelero.

Durante los fines de semana que dure la activación un equipo de azafatos/as realizará un circuito por los establecimientos participantes y repartirán invitaciones a un Tercio de MH 5 Estrellas a los consumidores. Además, regalarán fotos instantáneas a los clientes que consuman la oferta paquetizada (consistente

El objetivo de la acción, que abarca del 24 de septiembre al 10 de octubre, es incrementar el tráfico de clientes y el consumo, así como a dar publicidad a los establecimientos y ayu-

en; Tapa + Tercio de Mahou Cinco Estrellas, Mahou Maestra, Mahou 0,0 Tostada o Agua Solán de Cabra = 4 euros).

## Reunión AMER Cámara de Comercio Hispano Sueca



La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, ha mantenido el 24 de septiembre un encuentro

telemático con la Cámara de Comercio Hispano-Sueca.

La Directora de la Cámara, Anna Fransson ha tratado con el Presidente de AMER, Antonio Galán, posibles sinergias y posibilidades de colaboración entre ambas instituciones.

Además durante el webinar se ha presentado una solución para la carga de baterías para móviles, concretamente Naki (<https://nakipower.com/es>),

## Caravana Protesta de la Restauración



Hostelería de España conjuntamente con AMER y Hostelería de Madrid han organizado el 29 de septiembre una protesta organizada de la Restauración mediante una caravana reivindicativa en las principales calles de la capital de España para exigir al Gobierno que incluya en la prórroga de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) a la hostelería.

Los organizadores también han solicitado la inclusión de los trabajadores de restauración en la ampliación de los ERTES y un Plan de Rescate del sector.

Su solución en:



Calidad.

Implantación y seguimiento de programas de autocontrol APPCC.

Trazabilidad.

Análisis Microbiológicos.

Consultoría en Dietética y Nutrición.

Desarrollo de Proyectos formativos.

Prevención de Riesgos Laborales.

Formación bonificada.

**KIT PARA  
COVID-19**

## Lavavajillas hygiene&clean

En los últimos meses nos hemos enfrentado a cambios y dificultades sin precedentes como consecuencia de la situación sanitaria mundial. Dentro de este nuevo entorno, el objetivo de Electrolux Professional principal es ofrecer a tus clientes y personal la confianza y la garantía de que su salud y seguridad están protegidas.

Electrolux Professional presenta la línea de lavado de vajilla *hygiene&clean*, la primera gama completa de soluciones de lavado de vajilla para el servicio de comidas que desinfecta\* y no sólo higieniza, según

las normas y que ha sido evaluado por un organismo de certificación independiente: UL.

Todos los modelos *hygiene&clean* cumplen la norma DIN 10510 o la DIN 10512, y ofrecen un grado

de desinfección **A<sub>0</sub> de 60**, según se define en la norma UNI EN ISO 15883-1, que normalmente solo se aplica a los equipos médicos.



\* La desinfección se define como “destrucción térmica o química de patógenos y otros tipos de microorganismos” en Glossary Guideline for Disinfection and Sterilization in Healthcare Facilities (Guía y glosario sobre la desinfección y esterilización de instalaciones sanitarias), elaborada por los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC, Centers for Disease Control and Prevention). Más información en <https://www.cdc.gov/infectioncontrol/guidelines/disinfection/glossary.html>



### Desinfección garantizada

Se garantiza el **99,999%** reducción de las bacterias mediante una combinación de duración de ciclo, temperaturas de lavado y aclarado y acción química.

La línea de lavado de vajilla *hygiene&clean* reduce el riesgo de exposición a patógenos peligrosos para que clientes y trabajadores se mantengan seguros en tus empresas.





## hygiene&clean Bajomostrador Doble Pared



<b>DIN 10512</b> Temperatura de aclarado <b>90 °C</b> Tiempo de aclarado <b>12 s</b>	<b>A<sub>0</sub> 60</b> Temperatura de aclarado <b>90 °C</b> Tiempo de aclarado <b>16 s</b>
--	---

**¡Desinfección garantiza!** El mecanismo de cierre de la puerta impide la interrupción del ciclo.

**¡La seguridad primero!** Puedes ver la temperatura de seguridad a distancia gracias a la monitorización 24/7.

**Consumo de agua de aclarado:** 3 litros/ciclo (conforme con DIN 10512); 4 litros/ciclo (conforme con A<sub>0</sub> 60).

## hygiene&clean Capota con Doble Pared Automático



<b>DIN 10512</b> Temperatura de aclarado <b>90 °C</b> Tiempo de aclarado <b>8 s</b>	<b>A<sub>0</sub> 60</b> Temperatura de aclarado <b>90 °C</b> Tiempo de aclarado <b>18 s</b>
---	---

**Se reduce la contaminación cruzada** del operador por el sistema de apertura/cierre automático. Operaciones sin utilización de asas.

**¡La seguridad primero!** Puedes ver la temperatura de seguridad a distancia gracias a la monitorización 24/7.

**Consumo de agua de aclarado:** 2 litros/ciclo (conforme con DIN 10512); 4,5 litros/ciclo (conforme con A<sub>0</sub> 60).

## hygiene&clean Lavacacerolas

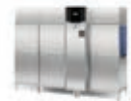


<b>DIN 10512</b> Temperatura de aclarado <b>90 °C</b> Tiempo de aclarado <b>20 s</b>	<b>A<sub>0</sub> 60</b> Temperatura de aclarado <b>90 °C</b> Tiempo de aclarado <b>20 s</b>
--	---

**¡La seguridad primero!** Puedes ver la temperatura de seguridad a distancia gracias a la monitorización 24/7.

**Consumo de agua de aclarado:** 7 litros/ciclo (conforme con DIN 10512); 7 litros/ciclo (conforme con A<sub>0</sub> 60).

## hygiene&clean Rack Type Multi Rinse



<b>DIN 10510</b> Temperatura de aclarado <b>90 °C</b> Tiempo de contacto <b>2 min.</b>	<b>A<sub>0</sub> 60</b> Temperatura de aclarado <b>90 °C</b> Tiempo de contacto <b>4 min.</b>
--	---

**Se reduce la contaminación cruzada** del operador gracias al funcionamiento continuo de los cestos.

**¡La seguridad primero!** Puedes ver la temperatura de seguridad a distancia gracias a la monitorización 24/7.

## ¿Quieres más Información?

Tlf: 91 748 21 19

Web: [www.electroluxprofessional.com/es/](http://www.electroluxprofessional.com/es/)

E-mail: [marketing.es@electroluxprofessional.com](mailto:marketing.es@electroluxprofessional.com)

## Recuperando buenas costumbres

La decoración evoluciona hacia nuevas tendencias, pero estas han de respetar las anteriores y especialmente las arraigadas en las tradiciones de los pueblos. Todo es combinable si predomina el gusto y el respeto.

Loli Moroño – Directora Creativa PFI Interiorismo



Luminarias artesanales de Arturo Álvarez en el Hotel Lux Santiago de Compostela. ( Fotografía Sue Rainbow photo & design)

Os propongo una reflexión. ¿Os apetece?

Si os hablo de que nos encontramos ante una alerta sanitaria, medioambiental y con una globalización latente en todos nuestros rincones favoritos y establecimientos, no os digo nada nuevo ¿verdad?

¿Os habíais planteado por qué estamos ante esta situación? Seguro que sí, también estoy segura, que poco o nada nuevo, os puedo aportar al respecto.

Esta pequeña introducción es fruto de que deseo hablaros de una tendencia, que está despertando ciertas sensibilidades en el colectivo de creativos de nuestro país.

Y no es otra, que volver a las buenas costumbres. Cuando hablamos de ellas, nos referimos de volver al origen de las cosas, haciendo diseños más saludables, sostenibles y destacando los valores propios de la identidad, ubicación, cultura, tradición y hábitos locales. Poniendo en valor a la artesanía local, ¡pero cuidado!

Estos últimos años, hemos percibido en el segmento del diseño especia-

lizado, que está siendo recurrente la solicitud de proyectos decorativos con premisas claras, de continuar con el concepto decorativo de estándares de cadena, pero añadiendo pinceladas con recursos locales. Indicando la necesidad de implantar arte local, artesanía o incluso alusiones a su localización.

Este concepto, desde nuestra humilde opinión lo vemos correcto, pero lo que no nos convence son ciertas aplicaciones. Dado que es recurrente, observar la aplicación de elementos superpuestos en los diferentes espacios y no consiguiendo que se perciban integrados o incluso siendo demasiado evidentes. En este caso, la instalación comunica un lenguaje decorativo concreto y los recursos superpuestos hablan otro lenguaje decorativo. Crean una gran confusión estética, que estamos seguros

que no queremos y también a veces no se percibe tan fácilmente. A simple vista se puede observar que no funciona, en cuanto a estética, pero no se detecta tan claramente lo que no está funcionando.

Con esto, no queremos decir que no existan casos de éxito específicos, pero si detrás de todo ello, no se ha realizado desde la intencionalidad, es muy difícil que salga bien por sí solos.

Con la vista puesta cara a la próxima temporada, nuestra propuesta consiste en diseñar y re-diseñar nuestros hoteles y restaurantes, ofreciendo una clara reconciliación con nuestros orígenes.

Cuando visitamos Lanzarote queremos recorrer paisajes volcánicos, playas de ensueño y nos hospedamos en establecimientos con blancas paredes encaladas, por poner un ejemplo. Tenemos que hacer que nuestras instalaciones recuperen la esencia, en cuanto al concepto formal, analizándolo arquitectónicamente, como mediante elementos de ornamentación.

Una gran fórmula para obra nueva, es la utilización de sistemas constructivos y materiales de cercanía, como piedras específicas locales, materiales cerámicos, terracotas esmaltadas o



Complejo Rural Vila Sin Vento - Santiago Compostela



vitrificadas, celosías cerámicas, entre otros materiales.

Utilizando estos recursos, ya tenemos mucho ganado en cuanto a lo que queremos comunicar, además a la hora de equipar o implementar los elementos decorativos, no necesitamos ser tan evidentes. Estará impregnado en el ADN de la instalación la esencia local y evidentemente todo fluirá, al estar realizando una instalación integrada en su entorno, aparte de colaborar con la sostenibilidad y la cultura local.

En cuanto al equipamiento y ornamentación, nuestra sugerencia es recurrir a un maridaje entre tres mundos. El arte, la artesanía y el producto industrial elaborado en serie.

Y recordar el dicho "Ni el bueno, es tan bueno, ni el malo, es tan malo", de manera que, porque sea un producto artesanal, o una pieza de arte o bien una pieza seriada... no quiere decir que tenga la calidad, ni el diseño que buscamos. ¡Ni todo lo contrario!

Por eso, es tan importante rodearse de grandes colaboradores y estar en



Flor artesanal de pared. Carmela XL en tejido (de Sebastian Suite).

una constante búsqueda del material más adecuado, de la pieza más sobrecogedora o especial, dependiendo de lo que queramos transmitir en cada caso.

Así que les propongo un ejercicio fácil. Permítase un paseo por su pueblo o ciudad, donde se ubicará o se ubica su hotel.

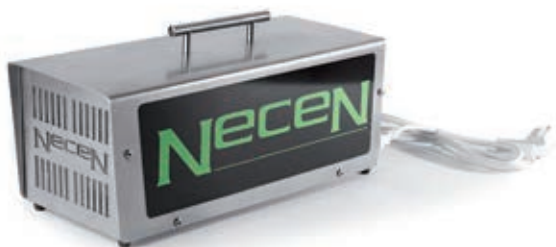
Reencuéntrese con sus gentes, paisajes y cultura. Visite a los artesanos locales y piense cómo puede sorprender o agasajar a sus huéspedes con un nuevo concepto, sin perder su esencia para la ansiada próxima temporada.

Ah, y por supuesto no se olvide de "Volver a las buenas costumbres".

# Necen

Ozono [www.necen.es](http://www.necen.es)

CAÑÓN OZONO 5000



¿Necesitas eliminar malos olores en las habitaciones de tu hotel?  
**¡Llámanos!**

NATUR-CLOR 12



Dí adiós a la limpieza con químicos gracias a nuestro nuevo Natur-Clor 12.  
**Limpieza y desinfección garantizada.**



932 433 200

Conoce nuestros equipos en  
[www.necen.es](http://www.necen.es)



info@necen.es

## ¿Desea fidelizar a sus clientes?

¿Quiere saber si domina los doce talentos del líder orientados al éxito?  
Dómenec Biosca – Presidente de EDUCATUR



Tan sólo aquellos que se sientan seguros ante el vacío, las críticas no les creen tensiones, les gratifique imaginar alternativas, seleccionarlas y rectificar como un acto de sabiduría y crean, en lo más profundo de su alma, que escuchar es enriquecerse, prefieren el éxito del equipo al suyo propio, Su mente rebosa posibles alternativas, sosegadas por el rigor de los números y tendencias, aparte de disfrutar y hacer que todos los de su alrededor se ilusionen y sirvan para liderar si potencian estos doce talentos:

*El talento de hacerse entender:* es decir, sepan crear un clima de adhesión racional y reflexivo, de atención pero no de tensión. Consiguiendo que los colaboradores tengan claro lo que se espera de ellos, que no haya dudas. Para ello debe prepararse en las técnicas de comunicación y conducción de reuniones.

*El talento de innova:* han de buscar la mejora y hacer cosas nuevas que nos hagan progresar en los detalles diferenciándonos de la competencia. Se ha de entender innovar como la búsqueda constante, organizada y racional del mejor uso de los recursos, tanto humanos como económicos, para conseguir que el cliente repita y estemos cada vez en mejores condiciones de conseguirlo.

*El talento de tolerar el error:* si se rectifica, recupera o compensa. Cuando no se practica la tolerancia al error, cuando los empleados no perciben en



el ambiente esta tolerancia, la tendencia es esconderlos, culpando de chivato a quien lo denuncia y en consecuencia será el cliente quien pague los errores.

Si lo quiere evitar no se dedique a buscar culpables, como un calzador furtivo. Si lo hace, le nacerán como hongos los transportistas de excusas, problemas y culpables, siendo incapaces de crear el clima de búsqueda de la mejora. Sea tolerante con los que habitualmente tienen éxito, ayúdeles a rectificar y a reflexionar sobre el error. Fomente el lema: “excusas y culpables no” y “soluciones sí”.

*El talento de escuchar atentamente:* es la única forma de saber lo que piensa la competencia, el cliente, el empleado y el accionista. Se puede optar por oír pero no escuchar, queriendo tener razón sin averiguar si esta razón también coincide en todo o en parte con la razón del otro interlocutor. O puede optar por oír y escuchar, entendiendo por ello la reflexión de lo que su interlocutor le está diciendo para poder coincidir o no, pero siempre

entendiendo y conociendo sus razones para llegar a un posible acuerdo.

*El talento de entrenar:* he preferido utilizar la palabra entrenar por lo que tiene de enseñar lo teórico y lo práctico. Sólo aquel líder que escoja el camino de enseñar los conocimientos (en cuanto a acompañar y adiestrar, de forma breve, no con sesiones maratónicas y aburridas) lo hará con éxito. Los conocimientos que puedan aplicarse de forma inmediata, con continuidad, conseguirán componer un equipo coordinado, eficiente y con armonía. Con objetivos comunes, y con un estilo compatible de dirigirse los unos a otros.

Un equipo no se consigue por casualidad ni se encuentra en una esquina. Hace falta crearlo, es decir, entrenar a sus componentes y el líder ha de predicar con su ejemplo.

*El talento de no desmotivar:* he preferido utilizar esta expresión en lugar de la de motivar, porque he llegado a la conclusión de que motivar es tan complejo que su aplicación cae en el mundo de los imposibles. En cambio, concretar lo que no hay que hacer para



no desmotivar es posible, si se realiza de forma práctica y amena.

*El talento de prever planes de emergencia:* para aquellos puntos críticos que no pueden fallar, porque las consecuencias son graves. Hay que saber escoger y preparar los planes que se pondrán en marcha cuando la alarma lo indique, sin improvisaciones que le llevarán al desorden.

*El talento de la continuidad:* en los esfuerzos positivos, en los detalles de calidad, en la formación, en las normas, en los éxitos, en el «pressing», porque la enfermedad del empezar y abandonar le llevará al descrédito y al fracaso. Evite que su estilo de conducta baile al son del cha-cha-chá, un paso hacia delante y dos hacia atrás. Reflexione antes y durante. Rectifique pero no abandone sólo por falta de tiempo, ganas o debilidad.

*El talento de cumplir con los plazos:* hay que cumplir los plazos comprometidos o en cualquier caso avisar con tiempo suficiente para rectificar o buscar apoyos. No espere que le descubran fuera de plazo.

Aunque tenga sus razones, el cliente no pagará por las excusas o los culpables y menos por sus problemas. El compromiso de un plazo comporta una responsabilidad que debe estar por encima de cualquier comodidad.

*El talento de controlar para rectificar:* son muchos los directivos que o no controlan a tiempo real. con lo que consiguen ser sorprendidos por los errores y a veces con la crisis, o

controlan para cazar a los culpables, haciendo caer todo el peso de los galones de mando sobre el colaborador; además de quitar al culpable los galones en plaza pública mediante la bronca correspondiente.

Si el objetivo perseguido era desprestigiarle y que se cobije en su zona de confort, quizás era

este el método adecuado; pero así sólo conseguirá crear miedo y descontentos.

Controlar significa pactar o concretar la información que desea recibir, cuándo la quiere recibir, cómo quiere que se la presenten e incluso el tipo de análisis que desea que se efectúe, con el único objetivo de poder rectificar en tiempo real si fuese preciso. Cuando un «controller» detecta un error, debe avisar primero al interesado, para evitar que le cite su superior inmediato y acuda a la cita sin conocimiento del control. Si lo practica, acabará creando un clima de desasosiego y desconfianza hacia el control, que incitará a los controlados a esconder los errores. Lógicamente, cuando el controlado no rectifica, deberá tomar las medidas oportunas.

*El talento de "hacer hacer" asegurando el éxito:* entendiendo que «delegar» sería justamente el título de este apartado, pero he preferido el de «hacer hacer» antes que el de «delegar» por lo



que esta frase comporta en cuanto a lograr la motivación de los colaboradores y liderar el conjunto hacia el éxito de un proyecto.

*El talento de pedir y dar colaboración:* cuando quien nos lidera no practica el talento de tolerar el error (punto tercero), cada departamento se cierra en sí mismo para obtener su éxito, aunque sea a costa de crear problemas al vecino. Todos están a la defensiva, nadie piensa en el cliente, sólo se sirve al jefe, nadie busca satisfacer las necesidades del cliente. Hace falta crear la mentalidad y la práctica de que todos tenemos clientes y proveedores tanto externos como internos, antes llamados departamentos. Cuando esto ocurre, surge la calidad total, es decir, el pedir y dar satisfacción a las necesidades de los clientes y empleados.

grupo **enerdex**

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

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



# Protocolo hotelero frente al COVID

Las asociaciones empresariales hoteleras, como la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos, CEHAT, son partidarios de que cada hotel desarrolle su propio protocolo de contingencias, que ha de cumplir unos mínimos establecidos.



Las principales entidades hoteleras han desarrollado el documento "Medidas para la reducción de riesgos higiénico-sanitarios frente al Covid" que recoge los consejos establecidos para que los hoteles y apartamentos turísticos lo cumplan y desarrollen individualmente. Este documento analiza los principales apartados a tener en cuenta para la apertura de los establecimientos:

**Gestión del riesgo:** debe formar parte de todos los procesos del establecimiento y su dirección debe conformar un comité, si no dispone de un consejo de seguridad y salud, para definir las estrategias y la toma de decisiones destinadas a minimizar los riesgos.

**Organización del personal:** en caso de que existan turnos deben planificarse, siempre que sea posible, de forma que se concentren los mismos empleados en cada uno de los grupos.

**Proporcionar EPI** (equipo de protección individual) adecuados, previa evaluación de los riesgos laborales.

Si no puede asegurarse la desinfección del sistema de control horario con contacto (huella, dígitos), en caso de que lo hubiese, debe implementarse un método que evite el uso de una misma superficie por distintos empleados. Si se opta por la desinfección tras cada uso, debe asegurarse la disponibilidad de una solución hidroalcohólica.

El hotel debe determinar la modalidad de uniforme, el tipo de limpieza a aplicar y su frecuencia de lavado. Se recomienda que el establecimiento se responsabilice del lavado de ropa de trabajo del personal junto con la lencería propia.

Utilizar mascarilla cuando el puesto de trabajo y la evaluación de riesgos lo determine y siempre que no pueda respetarse la distancia interpersonal.

**Desinfectar frecuentemente**, durante toda la jornada laboral, los objetos de uso personal (gafas y móviles, por ejemplo).

## Área de pisos y limpieza

Este departamento debe utilizar un equipo de protección individual adecuado dependiendo del nivel de riesgo que se considere en cada situación. Como mínimo, el personal debe estar equipado de mascarilla y guantes.

## Instalaciones para uso del personal

En el caso de habilitar comedor para el personal, se precisará aumentar los turnos de comida para que coincida el menor número de personas posible, lo que puede implicar el ajuste temporal de su duración o distribución. Se debe establecer un aforo que permita respetar la distancia mínima de seguridad y un estado óptimo de higiene.

Es importante colocar carteles que recuerden el lavado de manos antes y después de pulsar los botones en las máquinas de vending y café.

La ropa de calle debe guardarse en bolsa de plástico o porta traje para que no haya contacto entre la ropa de calle y la de trabajo, aconsejándose la instalación de taquillas.

## Medidas informativas

Se debe informar a los proveedores y a los clientes de las medidas que les afecten directamente (uso de mascarilla, lavado de manos y distancia de seguridad, entre otras).

Explicar al cliente antes de la confirmación de reserva las condiciones de servicio y medidas de prevención establecidas, para su aceptación.

En el establecimiento se debe colocar cartelería con las medidas preventivas implantadas y las pautas a seguir por los clientes; indicación y marcación de posiciones respetando la distancia de seguridad en recepción, en la entrada al restaurante y otros espacios comunes, así como información sobre los centros de salud y hospitales más cercanos.

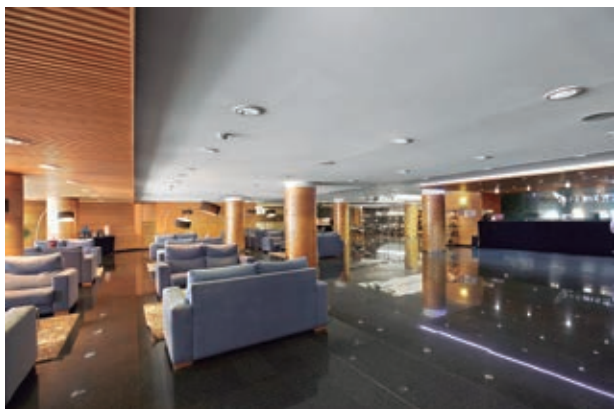
## Servicios de recepción y recogida

Determinar el aforo máximo de la zona de recepción y establecer las medidas necesarias para asegurar el distanciamiento entre clientes y empleados. Si no puede mantenerse esta separación con el equipo del hotel deben establecerse medidas de seguridad adecuadas, como pantalla protectora o mascarilla.

En la zona de recepción y acogida se debe contar con solución hidroalcohólica.

Fomentar el pago con tarjeta de crédito u otros medios electrónicos y desinfectar el TPV tras cada uso en el que exista contacto.





Debe disponerse de un termómetro sin contacto con el fin de realizar las comprobaciones oportunas en caso de clientes con sintomatología compatible con Covid-19.

En cuanto al servicio de aparcamiento, debe evitarse la manipulación de coches de clientes por parte del personal.

Si se utilizan tarjetas o llaves, éstas deben depositarse en un recipiente con desinfectante al finalizar la estancia o tras cada uso si se depositan en recepción.

El equipo informático y cualquier otro elemento de uso (teléfono) deberá desinfectarse al inicio y al finalizar la jornada. Se recomienda el uso de auriculares y cascos de uso individual.

Se sugiere la colocación de alfombras desinfectantes a la entrada de los establecimientos.

### **Cafetería y restaurante**

Como medida general, se ha de reducir la manipulación o intervención del cliente. En el caso concreto de bufes, se deben implementar fórmulas como el bufé asistido con pantalla de protección, emplatados individuales y/o monodosis tapados (también con pantalla de protección), entre otras medidas.

Eliminar elementos y equipamientos de uso común (vinagreras, saleros,

aceiteras, máquinas de bebidas, azucarillos) y cualquier elemento decorativo.

Según las instalaciones, el establecimiento deberá sugerir un itinerario para evitar aglomeraciones.

En el servicio de room service el camarero debe usar guantes, portar mascarilla si no puede mantener la distancia de seguridad. Higienizar mediante lava vajillas todo el material de vajilla (incluidas bandejas y campanas cubreplatos).

Se debe definir un protocolo para la retirada de los residuos, del que se informará al cliente.

### **Habitaciones**

Debe analizarse la reducción de textiles, incluidas las alfombras, en la habitación, objetos de decoración y amenities. La papelera del baño debe contar con tapa, doble bolsa y accionamiento no manual.

Las mantas y almohadas en los armarios deben encontrarse protegidas.

**Especialistas en Proyectos de Interiorismo Hotelero**

**PF1 INTERIORISMO CONTRACT**

[www.pf1interiorismo.com](http://www.pf1interiorismo.com)

Consultas: [info@pf1interiorismo.com](mailto:info@pf1interiorismo.com)  
T +34 981 979 284

Desinfectar el secador de pelo (incluido el filtro) y las perchas, en caso de que no se ofrezcan precintadas, a la salida del cliente.

Debe limitarse el servicio de plancha.

Se recomienda eliminar la papelera de la habitación con el fin de que cualquier pañuelo, mascarilla se concentre en una única papelera con tapa.

En el caso de habitaciones compartidas por personas que no conformen una unidad familiar, debe ser el comité de riesgos el que determine las medidas adecuadas atendiendo a la tipología de clientes.

### Zonas de uso común

Se ha de tener especial atención a la limpieza y desinfección de las zonas de uso común. El establecimiento debe determinar los aforos de los distintos espacios.

Disponer de solución hidroalcohólica en lugares de paso y en aquellas instalaciones de uso intensivo por los clientes.

Los aseos de uso común deben contar con dispensadores de papel de secado o secador de manos. Deben evitarse las toallas, incluso las de uso individual.

Las papeleras deben contar con una apertura de accionamiento no manual y disponer en su interior de doble bolsa interior.

### Gimnasios

Definir el aforo para asegurar la distancia de seguridad (también entre máquinas).

Las clases colectivas o grupales (si se imparten) deben garantizar un espacio al margen del profesor. Las posiciones deberán marcarse en el suelo y evitarse los ejercicios que conlleven contacto.

Asegurar un periodo sin actividad entre sesiones de clases colectivas para acceder a la limpieza y desinfección de las salas.

Tras la utilización de cada una de las máquinas entre clientes, se procederá a su limpieza y desinfección.

Se retirarán los elementos comunes como pueden ser pesas, bolas de fitness o mancuernas, entre otros, si no es posible la desinfección entre el uso de un cliente y otro.

Si no se puede garantizar la distancia de seguridad en este tipo de instalaciones, se recomienda cerrarlas temporalmente.



### Ascensores

Determinar la capacidad máxima. Se aplicará la norma de no compartirlos entre personas de diferentes unidades familiares, salvo que se utilicen mascarillas.

### Piscinas

Se determinarán las directrices y recomendaciones a aplicar de acuerdo a los resultados del informe científico solicitado sobre comportamiento del Covid-19 en el agua de piscinas tanto exteriores como cubiertas.

### Áreas de recreo infantiles

Se debe aumentar la frecuencia de limpieza y desinfección en estas áreas. Se abrirán al público infantil de acuerdo a las directrices de las autoridades competentes.

Las personas responsables del cuidado de los niños observarán la higiene personal, obligando al lavado y/o desinfección frecuente de las manos.

### Animación

Estas actividades deben planificarse de tal forma que permitan controlarse los aforos y respetar la distancia mínima

de seguridad entre personas. En caso contrario, se deberá utilizar mascarilla.

En cualquier caso, debe desinfectarse el material utilizado en las actividades de animación después de cada uso.

### Eventos

Cada establecimiento debe definir las zonas en las que se pueden celebrar, atendiendo al análisis de riesgos previo. Deben controlar los aforos y respetar la distancia de seguridad a la llegada, en las pausas, en los servicios de comida y bebida y a la terminación del evento. Si no puede asegurarse, se debe portar mascarilla.

El espacio donde se vaya a celebrar el encuentro debe ventilarse dos horas antes para garantizar la normativa vigente. También debe valorarse la distribución de material en reuniones (papel, bolígrafo, aguas entre otros elementos).

### Plan de limpieza

Incremento de las frecuencias de limpieza y de sus repasos, especialmente en las zonas de mayor contacto.

Ventilación diaria de las zonas de uso común en las que haya habido clientes.

Uso de productos de limpieza desinfectantes en condiciones de seguridad, por ejemplo dilución recién preparada de lejía. También son eficaces concentraciones de etanol 62-71% o peróxido hidrógeno al 0,5% en un minuto.

Los carros de limpieza deben limpiarse y desinfectarse tras su uso diario.

En las habitaciones, se debe contemplar de forma específica el aireado, el remplazo de toallas y de lencería de cama, atendiendo a las frecuencias establecidas según categoría hotelera.

Se prestará especial atención a la limpieza de paredes, suelos, techos, espejos y ventanas, muebles, equipos y elementos decorativos y funcionales.

Se debe evitar prestar el servicio de minibar en la habitación si el establecimiento no puede garantizar su limpieza entre clientes.



# Numatic



## Adaptabilidad a cualquier entorno

### Gama Versacare



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

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

#### NUMATIC INTERNATIONAL IBERIA

Máquinas y Sistemas de limpieza



+34 93 647 22 22



info@numatic-iberia.com



www.numatic.es



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



## Las instituciones deben valorar y escuchar al sector turístico

No cabe duda de que, desgraciadamente, el sector turístico español está atravesando una de las peores etapas de su historia con la llegada del Covid 19 y sus consiguientes restricciones.

*Santiago Aguilar Presidente Asociación Española de Profesionales de Turismo, AEPT*



El sector turístico ha experimentado un parón en la actividad, por lo que los miles de trabajadores y empresas del sector se han visto abocados a la inactividad prácticamente total.

Empresas y profesionales del Turismo español que deben considerarse como los más importantes en generación de riqueza y transmisión de nuestro valor de marca a nivel internacional, tienen que ser tratados por instituciones y organismos con la consideración que se merecen. No hay que olvidar que el sector turístico representa directa e indirectamente más de un 25% del PIB nacional.

Aunque las soluciones al COVID 19 no son fáciles, el Gobierno debía y debe escuchar a los profesionales; ha de atender las medidas que éstos han propuesto desde el principio de la pandemia, como:

Considerar al turismo una prioridad absoluta a la hora de crear líneas específicas de ayuda, tanto económicas como sociales. Es necesario prestar especial atención por su singularidad a los pequeños negocios y a la oferta complementaria tanto en turismo como en hostelería y ocio. Concesión de prórrogas y flexibilización de los ERTES, así

como medidas especiales de incentiviación a la contratación.

Bajada y unificación de tipos al mínimo posible del IVA turístico, así como la rebaja o exoneración de otro tipo de impuestos y tasas para facilitar la liquidez de las empresas del sector.

En fin, una batería de medidas que tanto la AEPT como otras asociaciones del sector vienen pidiendo desde el inicio de la crisis originada por la pandemia. Pero al parecer los profesionales no tenemos el suficiente peso para que el gobierno central ni los autonómicos nos presten la debida atención.

Ya va siendo hora de que, de una vez por todas, los profesionales del principal sector de la economía española obtengamos ese merecido reconocimiento social y académico que nos otorgue ese peso que reclamamos desde AEPT y el resto de asociaciones profesionales turísticas.

Por ello, desde la Asociación de Profesionales de Turismo estamos gestionando la creación del Colegio Oficial de Profesionales del Turismo de la Comunidad de Madrid, como paso previo imprescindible para la futura creación de un Consejo General de Colegios Oficiales de Profesionales del Turismo.

Un Consejo que permitiría la ordenación de las profesiones turísticas, mediante la creación de su registro y de los profesionales, constituyéndose en un observatorio permanente de la actividad turística, logrando, entre otras medidas, capacidad de interlocución y negociación institucional para los profesionales del sector, visibilidad social de los profesionales del turismo, apoyo a la calidad de los integrantes, aumento de la reputación y credibilidad de nuestros profesionales. Además de la mejora de resultados económicos para los profesionales, o mediante la difusión de información y creación de economías de escala.

Afortunadamente, y a pesar de cómo nos está castigando la situación, España cuenta con magníficos profesionales turísticos dotados de vocación, profesionalidad en el servicio al cliente y formación. Entre otras enormes cualidades, que, si pronto los vientos son más favorables, volverán a situar a nuestro país en lo más alto del turismo mundial.



# Extensión de los ERTE muy positivo

Los hoteleros madrileños valoramos positivamente la extensión de los ERTE aprobada por el Gobierno de España. Esto nos permitirá luchar por reactivar la actividad.

*Gabriel García Alonso Presidente Asociación Hotelera de Madrid y Vicepresidente de CEHAT.*

Los componentes de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) estamos satisfechos por el acuerdo alcanzado por el Gobierno, CEOE y los sindicatos mayoritarios para prorrogar los ERTE hasta el 31 de enero del próximo año. Dicho acuerdo permite, además, una exoneración de la Seguridad Social del 85% para las empresas de menos de 50 trabajadores y del 75% a las que tienen más de 50.

A pesar de ser satisfactorio el acuerdo, mantiene cierta carga salarial que puede llegar a ser un problema para cualquier empresa que no esté 100% operativa. Reconocemos el esfuerzo del Gobierno nacional para contribuir a preservar el empleo y prote-

ger al sector de la crisis. Este acuerdo no sólo abarca al sector del alojamiento, sino a gran parte de la cadena de valor de la industria turística.

Este escenario nos da un margen de cuatro meses para trabajar, en colaboración con las administraciones y otros agentes de la industria turística, para promocionar nuestro destino y reactivar el sector. Durante este tiempo tendremos que negociar otras medidas necesarias para complementar la extensión de los ERTE, garantizar los puestos de trabajo y las empresas. Entre las medidas destacan rebajar el IVA, ampliación de los créditos ICO, su moratoria y la creación de corredores turísticos.



Esta ampliación ofrece cierta flexibilidad y anima a los empresarios a ser valientes para reactivar la actividad, permitiendo reintegrar al personal necesario en cada momento. En caso de producirse una caída en la actividad, tanto empleador como empleado tienen la tranquilidad de que este último estará protegido por el ERTE.

**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



# Momentos de máxima implicación laboral

La Hotelería está viviendo momentos delicados. Algunos hoteles se han mantenido abiertos o han cerrado el menor tiempo posible. Para ello una de las claves ha sido el Departamento de Pisos que está desarrollando un papel fundamental.

De esta forma invitamos a seis gobernantas, que desarrollan su labor en diferentes tipos de hoteles para que nos comenten su visión de la crisis. Concretamente a Adriana Manto, del Hotel Voramar, de Benidorm; Ana Fernández Alonso, del Grupo Gargallo, de Barcelona; Araceli Cruz, del TorreMirona Golf & Spa Resort, de Girona; Carolina Martín, del Hotel Casual Las Letras, de Sevilla; Elena Castillo, del Parador San Francisco, de Granada; e Inés Rodríguez, del Balneario Amoaia Caldaria, de Orense.

## ¿Cómo ha sido la reapertura de su hotel?

**Adriana Manto:** Siempre las reaberturas se viven con intensidad. Este año ha sido con un sabor extremadamente intenso al tener que implementar nuevas herramientas, nuevos productos y nuevo protocolo de actuación al tener que reforzar y priorizar la desinfección.

En los tres meses y medio que ha durado el confinamiento, las Gobernantas asociadas a ASEGO, hemos tenido la fortuna de formarnos, preparamos y reciclamos nuestros conocimientos a través de empresas multinacionales, que preconizan lo que el Ministerio de Salud y la OMS han dictado como imprescindible para nuestra labor, tanto en productos como en herramientas. Estos cursos, webinars y charlas nos han aportado un plus de seguridad y certeza, por lo que los equipos se han visto respaldados por el conocimiento adquirido.

**Ana Fernández:** Ha sido un momento de ilusión, mezclada con responsabilidad y trabajo. El objetivo ha sido preparar los hoteles como marcan los protocolos de seguridad e higiene. Para que nuestros clientes y trabajadores estuviesen seguros. El esfuerzo del equipo y la actitud han hecho que funcione perfectamente y hemos ofrecido lo mejor a nuestros clientes.



Araceli Cruz, TorreMirona Golf & Spa Resort, Girona

**Araceli Cruz:** Ha supuesto un reto importante por los nuevos protocolos. No obstante, nuestro compromiso con la calidad y con la seguridad ha supuesto un esfuerzo colectivo que ha servido para mejorar y preparamos para la situación actual y futuros retos.

**Carolina Martín:** La reapertura ha sido complicada. Hemos tenido mucho trabajo, para que el hotel estuviese en condiciones óptimas. Hemos utilizado nuevos productos y protocolos para conseguir la máxima calidad de higiene y desinfección para nuestros clientes como marcan los protocolos del Ministerio de Sanidad.

**Elena Castillo:** Cuando mi empresa me anunció que abrían el hotel me llevó una enorme alegría. Tuve una mezcla de emociones de sentirme útil y ver a mis compañeros.

En cuanto a formación e información de las medidas de protocolo, medidas de seguridad, cambios en ámbitos y forma de trabajo, lo encaje muy bien al



Ana Fernández Alonso, Grupo Gargallo, Barcelona

tener la oportunidad de formarme durante el confinamiento.

**Inés Rodríguez:** Ha estado programada por nuestro departamento de calidad siguiendo las pautas marcadas por Sanidad. Tras una desinfección de todas las instalaciones y una formación al personal en los nuevos protocolos a seguir, los clientes empezaron a llegar con la seguridad que marcaba a Galicia como un destino seguro, y a los bañeristas como un lugar donde siempre se ha desarrollado una continua convivencia con la limpieza y la desinfección.

## ¿Cuáles han sido los cambios más relevantes?



Adriana Manto, Hotel Voramar de Benidorm.

**A. M:** El cambio más simple y más pesado ha sido utilizar la mascarilla. dado que el ritmo de trabajo es fuerte. (si normalmente es molesto imaginarse lo que supone después de arreglar un par de habitaciones).

Para mi personalmente el más relevante ha sido el uso de la vaporeta en cada salida para los textiles. Su uso se ha implementado en cortinas y habitaciones.

Para las camareras ha sido relevante el desinfectar con oxígeno activo paredes, muebles y hasta perchas con aspersor manual, suponiendo una modificación del ratio de habitaciones.

**A. F :** Ha sido la adaptación a los nuevos protocolos. El objetivo ha sido la

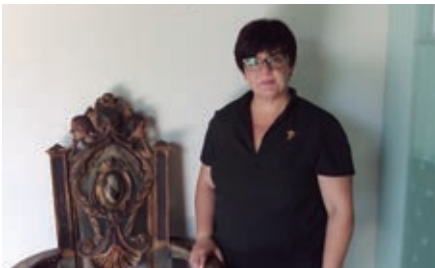


limpieza y desinfección que se ha tenido que hacer de forma ordenada, austera y segura, en el mínimo tiempo posible para reducir costes de personal y materiales.

Además de conseguir que el equipo trabaje con confianza y serenidad para transmitirlo al cliente.

**A.C:** Hemos tenido que adaptar los requerimientos globales a las particularidades del Resort, con la implementación de medidas de higiene y desinfección; seguridad del personal, utilización de los Epis de mayor calidad y adaptamos a la nueva forma de realizar las habitaciones.

**C.M:** El trabajar con mascarilla ocho horas, muchas veces cuesta respirar bien, resultando agobiante. La limpieza ha sido siempre exhaustiva, lo único nuevo es que se ha utilizado algún que otro producto virucida, para que nuestras habitaciones e instalaciones, además de limpias, sean seguras e higiénicas.



Elena Castillo, Parador San Francisco, Gránada.

**E.C:** La Pandemia nos obliga a cambiar para sobrevivir y readaptarnos no sólo en lo profesional sino en lo personal.

**I.R:** Hemos elaborado nuevos protocolos de seguridad e higiene para ofrecer una estancia agradable y segura. La desinfección es imprescindible, Hemos adaptado nuestros productos de limpieza a los indicados por el Ministerio de Sanidad. En las habitaciones hemos individualizado amenities, toallas y albornoces. También se han instalado indicativos de distancia de seguridad, mamparas en las recepciones y en buffet. Las mascarilla y gel hidroalcohólico son imprescindibles.

### ¿Como ha sido el proceso de adaptación de clientes internos y externos?

**A.M:** El proceso de adaptación en los clientes internos ha sido positivo y concienzudo. Hemos adoptado un patrón de disciplina extrema en todos

los departamentos teniendo presente que al cuidarnos nosotros, cuidábamos todo el entorno.

Debo destacar, el esfuerzo de un proceso inconsciente que hemos atravesado para que en nuestra actitud reflejásemos el cuidado de cada detalle. El hecho de habernos preparado y anticipado en la ejecución de protocolos ha facilitado la adaptación.

**A. F:** Los clientes han valorado positivamente la austeridad que han encontrado en las habitaciones a nivel de falta de objetos decorativos, en cambio han destacado a la sensación de bienestar y seguridad que hemos transmitido.

También hemos trabajado la parte emocional del equipo de pisos, para que transmitieran una actitud tranquila y serena en el servicio. Sin olvidar jamás la importancia de los pequeños detalles.

**A.C:** Ha supuesto grandes procesos de comunicación para que todo el mundo comprendiera los cambios, tanto para la seguridad de los clientes y compañeras, como para la mejora de los productos.

Adaptarse a nuevos hábitos siempre es complicado sobretodo cuando algunos de ellos suponen un reto para trabajos físicos, como es utilizar la mascarilla.

**C.M:** En los días previos a la reapertura, tuvimos que mentalizarnos de como iba a ser ya la nueva normalidad. Antes de incorporarnos Hemos recibido cursos de protocolos y riesgos laborales. Nuestros proveedores también se han adaptado a la situación, y todo ha ido bien en general, aunque a algún que otro cliente, le hemos tenido que advertir, de la utilización de la mascarilla en el hotel.

**E.C.:** En el trabajo del día a día los cambios que aún se nos resisten creo que son el no poder tener un acercamiento más estrecho con compañeros e incluso clientes habituales que ya son como de la familia.

**I.R.:** Con mucha responsabilidad. Los clientes vienen predispuestos a colaborar y son conscientes que deben cumplir con las normas marcadas y el cliente externo de nuestros eventos también son responsables.

### ¿Como calificaría el presente y el futuro del sector?

**A.M:** Dentro de la oscuridad que se vive, tenemos el deber de ser luminosos. Debemos ser faros en nuestros equipos, porque estamos en un mar de incertidumbres. Nuestro presente es dinámico y fluctuante, no podemos guiarnos ya por un forecast como podíamos hacer hasta marzo. Ahora el cliente reserva in situ, sin mediación de agencias, hoy por hoy (y hasta en lo personal incluyo) se vive en presente.

El cliente llega al destino, se asegura a través de la vista la confiabilidad y decide quedarse. El cliente nacional, ante el temor del un posible confinamiento, decide aprovechar unos días de playa. El turismo extranjero, que tenemos, se realiza test por su cuenta para evitar



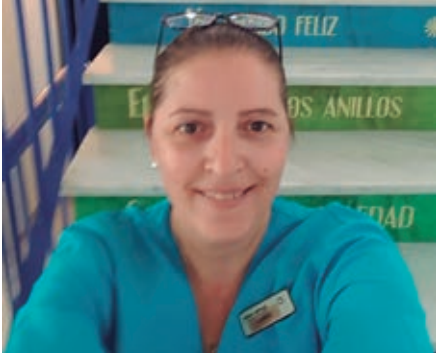
Inés Rodríguez, Balneario Arnoia Caldara, Orense

cuarentenas y/o requerimientos de su país de residencia.

El futuro lo vamos construyendo día a día, con las implementaciones que cada país decide y nuestra capacidad de adaptación. Los próximos seis meses serán largos y difíciles.

**A. F:** El presente está siendo difícil, nadie podía imaginar algo así. Es la hora de implicarse para ayudar a sacar adelante nuestras empresas. Debemos trabajar con austeridad y profesionalidad; tenemos que aportar confort y bienestar al cliente y como gobernantas ser capaces de motivar a los equipos, para ofrecer un servicio impecable.

El futuro lo veo complicado pero con la ilusión de que esto pasará y con el con-



Carolina Martín, Hotel Casual las Letras, Sevilla.

sector, muchos hoteles están cerrando sin terminar ni siquiera las temporadas y los que siguen abiertos, se mantienen bajo mínimos.

Deseo que el 2021 venga mejor de lo que se espera. Todo apunta, que veremos la luz al final del túnel en 2022.

**E.C.:** En Paradores como cualquier otra empresa ha reabierto sus puertas con cierta incertidumbre sobre el comportamiento del segmento turístico extranjero del que venía acostumbrado a alojarse en la Red y concretamente en el Parador de San Francisco de Granada.

Viendo la situación actual se apostó por el perfil de cliente español, que junto con un plan de marketing bastante acertado, hemos conseguido ponernos a la cabeza de la compañía

hotelera con un porcentaje de alojamiento superior al 70%. Lo que me permite ver con optimismo el presente y el futuro, aunque reconozco que costará dos años para salir de la crisis.

**I.R.:** Nuestro presente es negro y el futuro aún más complicado. El verano se ha solventado con clientes particulares y varios eventos que nos han dado un respiro. Pero el otoño e invierno nuestros clientes son básicamente de Inmerso y sus programas están cancelados. Los únicos viajes que se mantienen son los de la Diputación de Ourense que apuesta por el termalismo provincial y esto nos da oxígeno.

## ASEGO reivindica la labor de la Gobernanta

Ya en octubre 2020, nos encontramos con un mercado de trabajo que tiene por delante un profundo reto de recuperación económica teniendo en cuenta la dificultad de prever la solución de la pandemia que afecta a un aspecto fundamental, el poder movernos con garantías sanitarias.

Si algo hemos aprendido de los estragos de las crisis anteriores es que el impacto generado en las personas es totalmente desigual, afectando de manera más perjudicial a los colectivos más vulnerables. El departamento de pisos compuesto principalmente por mujeres, con casos de madres monoparentales, un porcentaje amplio de extranjeras que se ven con la obligación de mantenerse aquí y enviar dinero a sus países, personas con perfiles formativos bajos y un sinfín de casos particulares, pone al departamento de pisos, en el ojo de mira de la segregación laboral de nuestro mercado de trabajo, teniendo en cuenta, que desde el 2008 llevamos sufriendo una devaluación en calidad y derechos laborales.

A la Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO, nos hubiera gustado decir tras la cuarentena y dadas las circunstancias y la importancia que la limpieza tiene en estos extraordinarios momentos, que nuestro departamento se fortalecería pero recibimos un feedback de los asociados/as de ASEGO que nos hacen ver una realidad diferente. Tenemos gobernantas en ERTE con hoteles abiertos llevados por las subgobernantas porque el sueldo es menor y hoteles sin gobernanta porque parte de sus funciones se encarga alguien del hotel, en algunos casos, el director contando con la buena predisposición de las camareras de pisos, auto responsabilizándose del trabajo realizado. También hay gobernantas solas, haciendo todo lo referente a habitaciones, limpieza y lavandería y además colaborando con otros departamentos, otras gobernantas desbordadas porque les falta personal en días de más ocupación y tienen que dejar de lado las horas dedicadas a la supervisión para ponerse en faena, así como a camare-

ras de pisos con una sobrecarga que es contraproducente para entregar una habitación según la normativa del ICTE.

En cambio hay hoteles que están haciendo muy bien las cosas, cuya dirección escucha las inquietudes y necesidades que le informa la gobernanta para hacer nuevas hojas de ruta. Vivimos tiempos muy dinámicos y tenemos que estar realizando cambios ante ocupaciones que fluctúan constantemente.

Confiamos qué con el último Real Decreto del 29 de septiembre de 2020, con medidas sociales en defensa del empleo, sea un soporte para mantener el empleo de tantos trabajadores del sector, en la confianza de que las empresas puedan apostar cuanto antes por las reaperturas, si las circunstancias sanitarias lo permiten.

Que los meses futuros nos sirvan para analizar y mejorar nuestra área de competencia, nuestro pequeño rincón.

**Junta Directiva, Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO.**



# La pandemia actual ha supuesto un reset para el turismo

El sector turístico no es sólo el motor de la economía española, además es un integrante de la economía mundial, tanto por su crecimiento como por los aportes que realiza al planeta y al desarrollo.  
Félix Martí, Director General de Resuinsa



Cuando hablamos de turismo, englobamos a todas las empresas de hostelería, restauración, compañías aéreas, cruceros, tour operadores, agencias de viajes, eventos y congresos. Gracias a su profesionalización, se han desarrollado a lo largo de la historia.

Pero desde hace más de 6 meses, estamos atravesando uno de los periodos más difíciles de nuestra sociedad y de la industria turística. La pandemia nos ha hecho vivir momentos de vértigo, con hoteles cerrados,

ERTEs, aviones en tierra, caídas en Bolsa y cese total de actividad en medio mundo. Nunca antes nos habíamos enfrentado a una situación semejante.

Mirando hacia atrás, y siendo consciente de que todavía no tenemos perspectiva histórica sobre lo ocurrido, es de admirar cómo el sector ha reaccionado ante esta situación tan desconocida y a la vez tan cambiante, que todavía hoy nos genera a todos una gran incertidumbre.

Muchas empresas hemos sido conscientes de la importancia de ponernos a trabajar uniendo a la industria en su conjunto. Comenzaron los Webinars, donde los profesionales compartíamos las estrategias, las dudas o simplemente la visión sobre lo que estaba ocurriendo y cómo sería el futuro. Se trabajó muy duro en



protocolos específicos, con la finalidad de poder reanudar la actividad ante la temporada de verano.

Todos somos conscientes de que este año será sin duda, el peor de la historia para el sector, pero no por ello se debe disminuir la calidad que identifica a la hostelería española a nivel internacional. Además, mientras no se descubran soluciones médicas efectivas, tampoco podemos quedarnos con los brazos cruzados, la situación es difícil, pero es el momento de sumar esfuerzos empresariales, trabajar duro pero mirando siempre al futuro con esperanza.

Una crisis como la que vivimos deja claro que hemos de salvarnos juntos, y que la responsabilidad recae en todos y cada uno de nosotros. Si aprendemos de lo vivido y si somos capaces de volver a una normalidad que sea realmente nueva y mejor que la anterior, apostando por la sostenibilidad, la RSC y aprovechando las ventajas que nos proporcionan las nuevas tecnologías, quizás estos meses de sufrimiento hayan supuesto un aprendizaje, una oportunidad para ser capaces de cambiar y mejorar, pues nuestro potencial de transformación es más grande de lo que imaginamos.

Desde **Resuinsa** os arropamos a todos, somos un **Equipo**.



# Intenso debate de la actualidad hotelera

La Asociación Española de Directores de Hotel, AEDH, ha organizado el 22 de septiembre #TST20SUMMIT. Tertulia en donde seis protagonistas del Turismo español han analizado los retos del sector y tratado de establecer las líneas estratégicas de actuación.



Una tertulia que ha contado con la participación de Almudena Maíllo, Concejala Delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid; Marian Muro, Directora de Turismo de Barcelona; Manuel Vegas, presidente de la AEDH; Carlos Lope, miembro de la Junta Directiva de la AEPT; Anselmo de la Cruz, CEO de Hospedium, y Fernando Valmaseda, experto en Comunicación Estratégica y en Turismo.

Entre los temas debatidos han destacado la obligación de fortalecer la 'Marca España'; la necesidad de la creación de un comité de expertos real que asesore a los gobiernos, la necesidad de potenciar el debate sobre un Ministerio de Turismo; establecer nuevas medidas fiscales para ayudar al sector, la ampliación de los ERTE. Así como el aumento de la bonificación en la seguridad social, facilitar la contratación, apostar por la formación, la calidad o la transformación digital, la reinención de destinos y empresas, la organización estratégica del turismo español y la "obligación" de todos los agentes que forman el sector de unirse y trabajar juntos con un mismo discurso y objetivo.

Muchas cuestiones con las que coincide plenamente el manifiesto elaborado por la plataforma **"Turismo Somos Todos"** dirigido al Gobierno, donde se aportan y reclaman importantes y urgentes medidas para salvar a las empresas del sector y relanzar el turismo español con los siguientes objetivos: salvar vidas, la economía y el Turismo,

La Plataforma **"Turismo Somos Todos"** han llegado a las siguientes conclusiones que se expondrán a las competencias gubernamentales:

*Es el momento de dejar las palabras y pasar a los hechos:* Romper con la inacción de las autoridades, y ponerse a trabajar de forma seria en actuaciones concretas.

*Generar confianza:* tiene que haber un consenso entre todas las fuerzas políticas y los diferentes agentes que forman el sector.

*Potenciar la Marca España de forma seria, constante y coherente:* para tener una marca turística sólida y fuerte en el exterior.

*Potenciar estrategias de comunicación profesionales y efectivas:* con las que generar un sentimiento de

seguridad y confianza en España y en nuestro sector,

*-Crear una estrategia de Europa, como destino único:* donde se trasladen a todos los países integrantes las mismas normas, decisiones y medidas. Además, hemos de reclamar, ya, la concesión de los fondos europeos que a España le corresponden obligando a que un porcentaje importante de éstos se destinen a fortalecer y ayudar al Turismo.

*Dar al Turismo el valor y la importancia que tiene:* establecer una política clara de colaboración público-privada de facto, con la que establecer pautas de funcionamiento.

*Crear un comité de expertos multidisciplinar que asesore al Gobierno.*

*Continuar potenciando las ayudas fiscales al sector:* prolongación los ERTES hasta mediados de 2021, rebaja de impuestos, flexibilización en la contratación, bajada de cuotas de cotización a la Seguridad Social, elevar las bonificaciones al 90 % del sector, establecer moratorias para los préstamos bancarios, ampliar los plazos de carencia de los ICO, bajar el IVA y congelar las hipotecas a los establecimientos hoteleros.

*Necesidad que las autoridades escuchen al sector privado:* tratar de establecer un mismo idioma en el que hablar, buscar consensos, diseñar estrategias comunes y luchar juntos por los mismos fines.

*Dignificar y profesionalizar el sector:* luchar contra la incertidumbre y definir los mercados a los que dirigirse, diseñar estrategias ad hoc para lograr objetivos y ser inteligentes, potenciando la digitalización de los destinos, el big data, la sostenibilidad y la formación, aspectos fundamentales en el crecimiento del sector turístico mundial.



## Araven y Grupo Om se fusionan

Araven y Grupo OM, empresas participadas por GED Capital, han acordado su integración en un nuevo grupo, denominado Araven Group. El nuevo grupo refuerza así su liderazgo en equipamiento para el sector Retail y Horeca. Con esta unión se consolida un grupo más fuerte y sólido, capaz de dar mayor



y mejor respuesta a las demandas del mercado. El nuevo grupo está presidido por Javier de Andrés.

## “The Authentic Italian Table”



La Cámara de Comercio e Industria Italiana para España (CCIS) ha promovido de forma on line los productos italianos de calidad, sus territorios de origen y las tradiciones que acompañan su producción y uso. El evento se ha centrado en cinco regiones italianas,

representativas de la gastronómica transalpina: Lombardía, Toscana, Emilia Romagna y Calabria.

Un viaje virtual entre sabores y tradiciones regionales a través de la proyección de videos s dedicados a los cinco territorios y realizados gracias a la participación activa de expertos y profesionales de la gastronomía italianos y españoles: los chefs Alessandro Cresta (Mo' Better Food) y Manfredi Bosco (presidente de la delegación en España de la Federación Italiana Cocineros y chef del Restaurante Pante de Madrid), la bloguera y foodie-lover Celeste García de la Banda, la CEO de Negrini SL, Nicoletta Negrini, y el periodista Alberto Luchini.

Todos ellos han contribuido a acercar la cultura eno-gastronómica regional

## Jornadas Gastronómicas nacionales de la Lubina Aquanaria

Aquanaria, empresa con base en Gran Canaria dedicada a la cría de lubina de gran tamaño, ha organizado del 4 al 27 de septiembre unas Jornadas gastronómicas para dar a conocer su producto y apoyar a la Hostelería. En esta iniciativa han participado más de 400 restaurantes de toda España,

Según el Director Comercial de Aquanaria, Pedro Sánchez, “realizamos las jornadas porque es un momento difícil para la hostelería y como muestra de apoyo, al haber tenido un verano complicado por culpa de la pandemia”.

Las jornadas gastronómicas de Aquanaria ha dado a conocer a la población las virtudes de esta lubina canaria de gran tamaño. Aquanaria apoya a los restaurantes participantes aportándoles material promocional y una campaña de difusión en medios de comunicación a nivel



nacional. Entre sus clientes se encuentran los mejores restaurantes como los de los Hermanos Torre, Ricard Camarena y Martín Berasategui.

La lubina Aquanaria se caracteriza por vivir durante más de 4 años en las bravas aguas del Océano Atlántico hasta alcanzar una media de 2 kilos pudiendo llegar hasta los 4 kilos. Gracias a las fuertes corrientes y oleajes de la zona, la lubina posee una textura tersa y fibrosa, con la grasa infiltrada.

Aquanaria es la única en España que cuenta con certificado de Zona Libre de Anisakis de Aenor, que exige de congelar el producto para degustarlo en crudo.

## Schweppes se denominará Suntory Beverage & Food Spain

Schweppes Suntory España



pasa a denominarse Suntory Beverage & Food Spain con el objetivo de acercar la compañía a la identidad global del Grupo Suntory. Suntory Beverage & Food Europe (SBFE), división del grupo japonés Suntory, una de las principales compañías de bebidas a nivel mundial. Ha anunciado que desde el 8 de septiembre, todos los mercados locales de la región experimentarán un cambio en su nombre comercial para unificar la organización. A estos cambios de denominación les acompañará una nueva imagen de marca para alinear la identidad corporativa global de todo el grupo. Suntory Beverage & Food Spain (SBFS) es el fabricante de Schweppes, Trina o La Casera.

## Makro se incorpora a la CEOE

La Confederación Española de Organizaciones Empresariales, CEOE, ha aprobado la incorporación como nuevo miembro de Makro, empresa de distribución a hostelería y restauración.

El acuerdo para esta integración lo han firmado el Director General de Makro, Peter Gries, y el Director de Empresas y Organizaciones de CEOE, Javier Calderón.

Con esta incorporación, MAKRO participará en los órganos consultivos de CEOE, fundamentalmente en sus comisiones de Competitividad, Comercio y Consumo; Comisión de Diálogo Social y Empleo; así como en la Comisión de Relaciones Internacionales (CEOE Internacional).

Por otro lado, Makro ha ampliado la venta online en todas sus áreas de influencia en España (en sus 37 centros) ampliando el surtido entre 8.000 y 12.000 referencias de todas las categorías de alimentación y no alimentación.



# Numatic la gran opción en productos desechables

Numatic International apuesta por el uso de productos desechables de calidad adaptados a los equipos, carros y sistemas de limpieza. Es el sistema manual más efectivo y seguro, al evitar la contaminación cruzada al aprovechar el 100% sus propiedades.



MicroNet.

Todos los productos de **Numatic** se distinguen por la calidad y complementariedad, entre ellos mopas, bayetas y friselinas.

## Mopas desechables

Para la limpieza y desinfección de suelos **Numatic International** aconseja las mopas desechables, que están compuestas por tres capas:

*Microfibra*, es la primera capa, que ofrece poder de arrastre de suciedad y retención de bacterias.

*Celulosa*, es la segunda capa, se encarga de la impregnación de la solución desinfectante y marcará el rendimiento de cada mopa, (mopa blanca 18-22 m<sup>2</sup>, mopa azul o verde 25-30 m<sup>2</sup>).

*El polipropileno*, tercera capa, ejerce de barrera protectora ante las bacterias, al mantener el soporte aislado y proteger al operario en el

proceso de desecho, asegurando que sus manos no se conviertan en un foco de contaminación cruzada. En **Numatic** valoran especialmente la seguridad de los operarios.

Para la preparación de las mopas, **Numatic** dispone de tres sistemas, ajustándose cada uno a las necesidades de sus clientes y al equipo empleado.



## Ventajas:

Evita la contaminación cruzada (1 mopa = 1 estancia).

Ultra absorción y fácil liberación del líquido. Excelente rendimiento.

Óptima y cómoda preparación.

Desechable sin lavado posterior. (Ahorro de agua, químicos y electricidad en lavadora).

Reducción de costes logísticos. No precisa lavado, ni transporte...

Higiénica y eficiente. fácil y cómoda en un solo uso.

Garantiza cero riesgos, no precisa manipulación para el operario en uso ni en lavandería.

Barrera de seguridad para evitar la contaminación del soporte y del operario.

## Bayetas de Microfibra

La principal característica de la microfibra es su gran poder de arrastre y retención de las bacterias, cerca de un 99% tanto en seco como en húmedo.

### Bayeta de microfibra desechable micronet

Bayeta de microfibra de 40x30 cm con una composición del 65% microfibra y 35% de viscosa. Gracias a la gran calidad de la microfibra, resisten hasta 10 lavados aun siendo desechables. Disponibles en cuatro colores para la diferenciación de áreas y en paquetes de 10 unidades.

**Numatic** las aconseja para cuatro métodos diferentes de limpieza:

En seco para la retirada de pelos, polvo y pelusa de las superficies

En húmedo impregnadas mediante inmersión en un cubo con solución desinfectante y posterior escurrido

Micro Net roll blue.





W2G mpop desinfection.

manual. Pre impregnadas en nuestro cubo con rejilla y tapa, con capacidad para 35-40 bayetas.

Botella con pulverizador de chorro direccional con solución desinfectante, dotando a la bayeta de la humedad necesaria en todo momento.

#### Bayeta micronet en rollo

De las mismas características técnicas que las bayetas micronet en paquete de 10 unidades. Formato en rollo con 50 unidades pre cortadas de 38x23cm. Este formato resulta especialmente atractivo para Hostelería, al ser fácil de almacenar, usar

y transportar. Con su uso el cliente percibe que las superficies se limpian y desinfectan con material totalmente nuevo desechándolo una vez usado.

Se puede utilizar con los mismos métodos que la bayeta micronet exceptuando la *preimpregnación*.

#### Fiselinas impregnadas en aceite mineral

**Numatic** aconseja el uso de la fiselina impregnada en los suelos con un nivel medio-alto de suciedad y que requieren un mantenimiento diario. Disponen de tres tipos de fiselinas:

*Fiselina Reffinette blanca* de 20x60cm 23 gramos.

*Fiselina Reffinette rosa* de 25x60cm 23 gramos..



Refinette pink.

*Fiselina Avanette rosa* 28x60cm 19 gramos.

La fiselina Avanette es exclusiva de **Numatic**, la gran resistencia por su innovadora fabricación permite duplicar el rendimiento, reduciendo su coste por el menor gramaje.

Las tres fiselinas se utilizan con un soporte de plástico y velcro al que se incorpora una espuma con cinco labios colocados estratégicamente para actuar en el suelo como una maquinilla de afeitar, es decir, el primer labio "corta" y el resto "rasuran" recogiendo siempre de más a menos la suciedad. incluyendo pelos y pelusas.

*¡Numatic cree que en un mundo más limpio y seguro es posible!*



Refinette pink.

### Conpack Bac de Proquimia



El nuevo detergente desinfectante de Proquimia, Conpack Bac, ha obtenido el registro pla-

guicida ambiental (número de registro 20-20/40/90-10515) como bactericida, fungicida y virucida (subclaves 20/40/90). El producto cumple la norma virucida EN 14476, por lo que ha sido incluido en la última revisión del "Listado de virucidas autorizados en España" publicado por el Ministerio de Sanidad.

Conpack Bac es un detergente desinfectante y desodorizante, apto para todo tipo de superficies ambientales: sanitarios, baldosas, suelos, entre otras superficies.

Se aplica por pulverización, diluido en agua a una dosis del 2-4%, sobre las superficies, respetando los tiempos de contacto y aclarando posteriormente con agua.

Conpack Bac es el último producto de Proquimia que se ha incluido en el listado de virucidas. Además, los productos de Proquimia Vita Asepgel y Vita Asepsol han sido también incluidos en el listado oficial de productos antisépticos para piel sana con reconocidas propiedades virucidas frente al coronavirus, que elabora la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) desde el inicio de la pandemia. En las circunstancias actuales, cabe recordar que es muy importante garantizar la desinfección de las superficies, especialmente en aquellas donde se producen múltiples contactos.

### Cubertería de papel de García de Pou



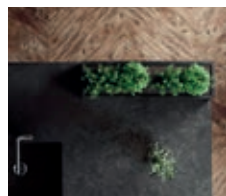
García de Pou lanza 'Paper Cutlery', una innovadora y extra-resistente cubertería de papel. La firma

gerundense ha creado este producto, de celulosa 100% virgen, biodegradable, resistente a la grasa, a la humedad, a las altas temperaturas y apto para el contacto seguro con alimentos, que revoluciona el mercado de cubiertos de un solo uso.

La colección, que consta de tenedor grande, cuchillo, tenedor y cucharilla

pequeños, respeta la Directiva (UE) 2019/904 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente, aplicable a partir de 2021

### Cosentino "Silestone® Loft"



La multinacional almeriense presenta la colección Silestone® Loft con cinco colores inspirados en la estética industrial: Camden, Poble-

nou, Seaport, Nolita y Corktown. Cada tonalidad rememora un icónico barrio del mundo con una marcada historia y estética industrial.

Silestone® Loft incorpora, por primera vez, la pionera y exclusiva tecnología HybriQ+, que implica un nuevo proceso productivo marcado por el compromiso medioambiental de la compañía y su apuesta por la economía circular y la gestión sostenible.

HybriQ+ conlleva una nueva formulación híbrida de Silestone® a partir del uso de materias primas minerales y reutilizadas, con una importante reducción de la presencia de cuarzo. Con ello, Cosentino se anticipa a futuras regulaciones favoreciendo mayor seguridad en el entorno productivo y profesional del sector.

### Desayunos texturizados Campofrio



Campofrio Healthcare ha presentado los primeros 'Desayunos listos para consumir' del mercado, que incorporan los tres principales ingredientes de un desayuno tradicional: leche, fruta y cereales. Las nuevas propuestas están listas para tomar, por lo que no requieren de preparación adicional, manteniendo la textura y sabor tanto si se consumen en caliente como en frío.

La nueva propuesta de 'Desayunos' está compuesta por tres variedades –

Plátano, leche y cereales; Café, leche y cereales; o Pera, leche y cereales– con todos los nutrientes necesarios para cubrir las necesidades energéticas. Están enriquecidos con un suplemento de proteína de guisante de alto valor biológico, y con aceite vegetal de coco, que ayuda a reducir el nivel de colesterol total; por su textura, resultan ideales para personas con dificultades para la deglución. Cuentan también con calcio y hierro,

### Secador de pelo Bise de Genwec

Genwec Washroom Equipment & Comp. la división de equipamiento y accesorios para el baño y para colectividades de Genebre Group la compañía especializada en válvulas y accesorios para el control de fluidos y grifería, presenta un nuevo secador de pelo específico para hoteles.



Las cuatro referencias del nuevo artículo, el modelo 'BISE' de 1800W, están diseñadas para equipamiento hotelero. Sus principales características son: su potencia, disponer de tres velocidades, aire caliente y frío; Instalación en pared mediante soporte o conexión directa (se suministra con bolsa), Interruptor de seguridad y dos conexiones USB (solo en versión con soporte a pared), acabados en negro mate y en blanco, A parte de incorpora concentrador de aire y tecnología iónica.

### Nueva batidora de Oster

Oster ha lanzado la batidora de vaso Oster® Infinity Reversa Blender OBL232X. Se caracteriza por ser multifuncional, con diseño adaptado a las últimas tendencias y múltiples funciones. Posee una tecnología única, propia de All-Metal Drive™, con motor reversible, cuchillas de acero inoxidable y control regulable de velocidad, lo que permite a la batidora ser capaz de picar hielo, moler café, frutos secos y batir frutas y verduras con su ajuste smoothie preprogramado.





# Guía Comercial

## Accesorios para vinos



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

## Aceites

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

## Agua mineral



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

## Bases preparadas



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

## Bodegas

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

*Freixenet*

## Osborne

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



## Consejo Regulador Denominación de Origen Ribera del Duero

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

## Bollería prefermentada

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



## Buffets

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



## Cafés

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

## Carnes

**Consejo Regulador Denominación de Origen 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 - Gerona



## Climatización

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



## Colchones y somieres



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

## Distribución Hostelería

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



## Distribución de pescados

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



## Equipamiento



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

**Embutidos**



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

**Enseñanza profesional**

**Escuela Superior de Hostelería y Turismo**

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

**Hotel Escuela de la Comunidad Autónoma de Madrid**

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

**Instrumentos de medición**

**Instrumentos Testo, S. A.**

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



**Lavandería**

**Lavandería Asfam**

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



**Limpieza profesional**

**Ecolab**

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



**IPC Hospitality Solutions**

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



**Lavavajillas comerciales**

**Miele S. A. U.**

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



**Masas congeladas**

**Europastry, S.A.**

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



**Personal temporal**

**Workhotel ETT**

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



**Platos precocinados**

**Calvo Distribución Alimentaria, SLU**

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



**Productos de Higiene**



**SCA Hygiene Products**

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



**Productos de un solo uso**

**García de Pou**

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



**Quesos**

**Kraft Food España**

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



**Renting Tecnológico**

**Econocom**

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



**Soluciones Limpieza Profesional**

**PROCTER & GAMBLE PROFESSIONAL**

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



**Tapicerías**

**Gancedo**

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



1945

**Textiles**

**Resuinsa**

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



**TPV**

**Casio**

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



**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 26 30**  
**[www.grupopikolincontract.com](http://www.grupopikolincontract.com)**

