



Hostelería y Restauración N° 109

Septiembre 2023

Revista técnico profesional de restauración, hostelería e industrias afines.

# El Pacto Mundial de las Naciones Unidas certifica a Resuinsa como proveedor sostenible



Portavoz oficial:



DEKTON UNLIMITED

NEW INDUSTRIAL COLLECTION

ORIX - INDUSTRIAL Collection

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

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

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

DEKTON UNLIMITED

COSENTINO SEDE CENTRAL

T: +34 950 444 175  
e-mail: info@cosentino.com  
www.cosentino.com

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



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

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



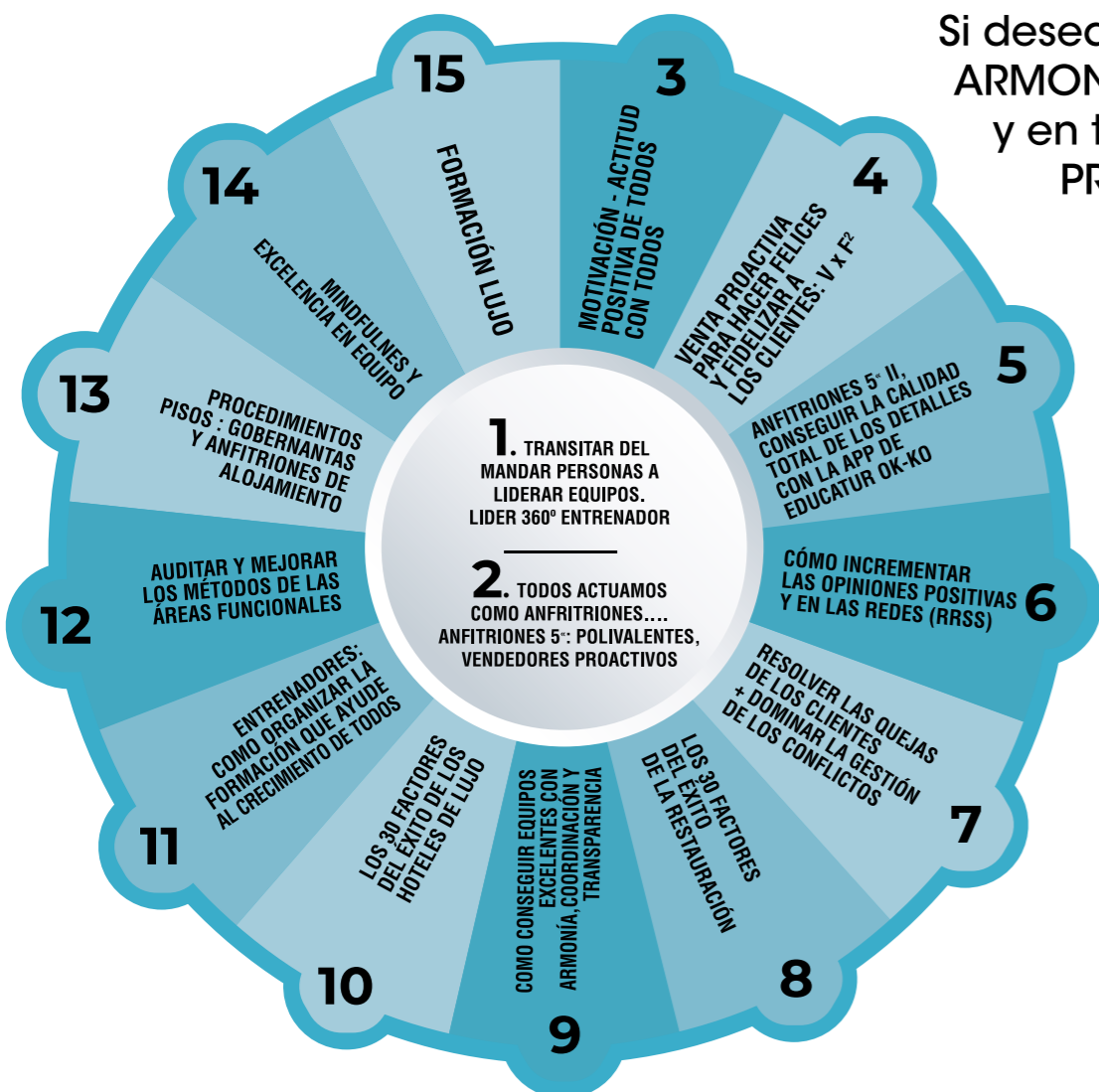
Numatic

# VACIADO SIN POLVO Y SIN CABLE



Más información en:  
[numatic.es](http://numatic.es)



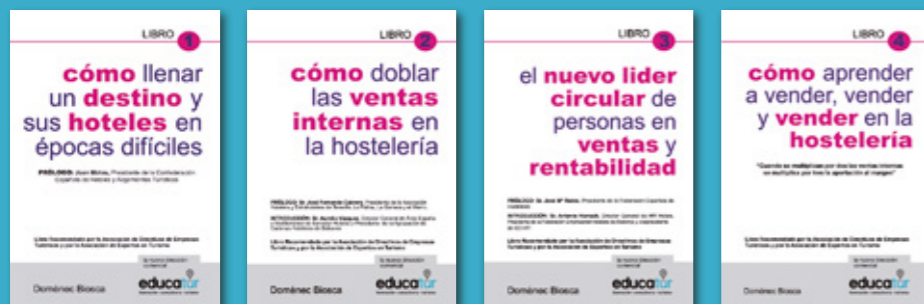


Si deseas CRECER en tu ARMONÍA RELACIONAL y en tus HABILIDADES PROFESIONALES...

"Juega con nosotros" ¡ESCOGE TÚ!

## EDUCATUR EDICIONES

Encuentra todos los libros de turismo en nuestra editorial



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

# Sumario

## Presentaciones HR

Hostelería y Restauración aprueba la incorporación de platos históricos 8

## Reportajes

Serras Andorra, primer hotel de lujo con pistas privadas de esquí 10

El aguacate, un superalimento de moda 16

El veganismo una tendencia consolidada 19

El escrache el producto local español 22

La Digitalización y la inteligencia artificial en el Turismo 29

La importación de la cocina en los apartamentos turísticos 42

## Actualidad

Chile de Nogada, platillo emblemático de la Gastronomía mexicana 14

Repostería, Carrot Cake, trufado y salsa de chocolate 18

Coctelería: Evolución del cóctel Margarita 24

Gastronomía sostenible y de proximidad en el hospital 25

AEHH 26

Numatic, comprometidos a cuidar el mañana 30

AMER 36

ASEGO 44



## Empresas

Expansión geográfica e innovación de producto, claves para el crecimiento de Bunzl Distribution Spain 32

Electrolux Professional presenta GourmeXpress 34

Mejor época para eliminar humedades (Murprotec) 38

Hilados Biete amplía sus soluciones para Hostelería 47

"Hace falta prescriptores del oficio", Raquel Contador 48

Priegola, la leche fresca de Madrid, llega a 230 establecimientos 50





## Hostelería & Restauración apoya la recuperación de platos históricos

Hostelería & Restauración, HR, uno de sus objetivos es aproximar a Hostelería todo tipo de productos, alimentos y bebidas a nivel nacional e internacional, presentándolos a todos los componentes del sector. La gran novedad de Hostelería & Restauración es en esta ocasión es contribuir a la promoción de un plato tan histórico, como es el hile de Nogada.



*Juana Luna con el equipo del Restaurante Aguacate en la presentación de Mérida*

Existen alimentos y platos históricos, como es el caso del Chile de Nogada. Cuyo origen conventual y barroco se remonta a 1821, con el objetivo de celebrar las Negociaciones Pacíficas entre el Ejército Trigarante representado por el Caudillo Agustín de Iturbide y Juan O'Donuju, Jefe Político Superior de la Provincia de la Nueva España.

Este acuerdo fue denominado Los Tratados de Córdoba, al celebrarse en esta ciudad ubicada en el Estado de Veracruz. Al regresar Agustín de Iturbide a la Ciudad de Puebla es donde le dan a degustar este platillo (denominación del plato en México), formando parte de una comida compuesta por catorce platos, siendo el Chile en Nogada el postre. Es decir no fue hasta casi el inicio de mestizaje. El hecho de que la comida era con el fin de celebrar la separación de México de la Nueva España, se resaltó que se eliminaba la bandera española y entonces no existía Bandera de México, pero deciden utilizar la del ejército Trigarante como nuevo símbolo, de ahí sus tres colores (verde, blanco y rojo). Con estos datos las Monjas decidieron rellenar el chile con un guiso hecho a base de carne de cerdo, con

frutos de temporada, capearlo con huevo simulando el color del oro, resaltando así la época de barroco y su majestuosidad, y bañar el chile con la salsa nogada elaborada a base de nuez de castilla y nata, decorarlo con perejil y granada, haciendo referencia a la bandera trigarante,

Es un plato concebido para celebrar la independencia de México pero que gastronómicamente significa una unión entre España y México. Hostelería & Restauración, HR, ha participado activamente en el Festival del Chile de Nogada que ha nacido de la mano del emblemático chef Jorge Orozco, Embajador de la Cocina Tradicional y Prehispánica de México, con el objetivo de

promover esta emblemática elaboración, que junto a su importancia gastronómica e histórica, en España se ha unido la Chef Juana Luna, especialista en Turismo Gastronómico y embajadora gastronómica de México en España, quien ha coordinado el Festival desde su creación.. Hostelería & Restauración, HR, consciente que el Festival fortalece la estrecha relación de México con España, ha decidido colaborar conjuntamente con Juana Luna y el Festival del Chile en nuestro país. Así decidimos que la presentación del Tercer Festival del Chile de Nogada se organizase en Extremadura y concretamente en Mérida, en honor a los descubridores extremeños, concretamente a Hernán Cortes, natural de la localidad pacense de Medellín.

El acto celebrado el 23 de agosto y organizado por Hostelería & Restauración, HR, en el restaurante caribeño mexicano Aguacate ha contado con la participación de Cenal Extremadura quién ha retransmitido en directo la presentación del Festival y las formas de elaboración del chile. La responsable de la presentación en España ha sido la embajadora gastronómica del Chile en España,



*Presentación oficial del Festival de Chile de Nogada en España*

Juan Luna, acompañada por nuestro director, Fernando Hidalgo y Zulimar, propietaria del restaurante anfitrión.

El siguiente acto del Tercer Festival Chile de Nogada, en el que ha participado Hostelería & Restauración, HR, en la organización, se ha celebrado el 12 de septiembre en la Embajada de México. El acto se puede calificar de éxito de asistencia al asistir más de cuarenta profesionales y empresarios de Hostelería llenando las instalaciones de la Embajada, Entre los asistentes se encontraban, además de algunos de los restaurantes participantes, el Presidente de Hostelería de España, José Luis Yzuel, el Presidente de Hostelería de Madrid, José Antonio Aparicio. la embajadora gastronómica de México en España, Juana Luna, y el ministro de la Embajada de México.



*Nuestro director Fernando Hidalgo, junto al presidente de la Federación de Hostelería, la chef Juana Luna y Mariano Castellanos.*



*Gran asistencia de público profesional.*

Tras presentar el acto el ministro de la Embajada de México, tomaron la palabra Juana Luna para explicar los motivos de la existencia del Chile de Nogada y de su Festival. A continuación, tomó la palabra el presidente de Hostelería de España. José Luis Yzuel, quien comentó la importancia de las gastronomías mexicana y española, así como del Festival. Finalizó su alocución indicando que El Festival fortalece la estrecha relación de México con España, al ser dos Países Iberoamericanos que cuentan con Destinos Gastronómicos atractivos y sugerentes.

A continuación, la Embajada de México cerró el acto con un cóctel confeccionado por "platillos" típicos mexicanos, donde destacaron los Chiles de Nogada, los quesos de Quesería La Providencia y los vinos de Bodegas Alto de Pioz.



### HR retoma el año con un amplio programa de actos

Hostelería & Restauración, HR, comienza con una amplia agenda de actividades este mes de septiembre con la importante colaboración de diferentes firmas comerciales. De momento, tenemos programadas las siguientes presentaciones, aunque todavía por concretar las fechas con firmas, como las de AFEC, Grupo Bunzl, Cosentino, Pikolin y Resuinsa.

Las presentaciones cerradas son:

- 27 de septiembre ( en Madrid): Murprotec Pro+.
- 25 de octubre ( en A Coruña): Electrolux Professional..
- 23 de noviembre (Barcelona)): Numatic.

Les iremos informando en nuestra web (revistaHR.es) y en nuestras redes sociales de las fechas de las presentaciones que en Hostelería & Restauración, HR, programemos.

## Serras Andorra, primer hotel de lujo con pistas privadas de esquí

Serras Collection ha abierto hace apenas un año el Hotel Serras Andorra, un resort de cinco estrellas en Soldeu para esquiadores y amantes de la naturaleza, el bienestar y la cocina. Con el aliciente adicional de disponer de dos pistas de esquí privadas.



El hotel Serras Andorra es un proyecto de la gestora catalana Serras Collection. Este nuevo hotel ubicado en pleno corazón del Valle de Incles, en la localidad andorrana de Soldeu, es el primer resort cinco estrellas de Europa característico además de por sus pistas de esquí, por sus vistas a las montañas de Granvalira, convirtiéndole en un destino de referencia para esquiadores y amantes del lujo, naturaleza y cocina de autor.

Serras Andorra se ubica en el antiguo Hotel Canaro, un legendario parador familiar con 50 años de historia, donde se construyó la primera piscina climatizada de Andorra en 1972 y donde se instaló el primer cañón de nieve artificial de los Pirineos. Tras invertirse en la remodelación del edificio algo más de cuatro millones de euros y en la construcción de un spa, Serras Andorra tiene el objetivo de convertirse en "el hotel insignia para el turismo de lujo en Andorra", según nos ha explicado su director general y cofundador de Serras Collection, Antonio Bignone. El hotel, que se define como un Luxury Boutique Resort & Spa; posee 57 habitaciones, todas ellas premium. Dispone de un spa de última generación, sala de cine,

gimnasio, Kids Club, espacios exclusivos para eventos y reuniones, terraza, pistas de esquí y una propuesta gastronómica de la mano de Marc Gascons, chef con una estrella Michelin en Els Tinars.

### Estancias únicas: comodidad, espacio y estilo

Las estancias de Serras Andorra representan la parte más íntima del hotel, donde se ha cuidado hasta el mínimo detalle para los viajeros más exigentes. Comodidad, espacio y estilo son las tres grandes características de las 57 habitaciones y suites del resort.

Amplias y luminosas, cada estancia está diseñada pensando en el bienestar de los huéspedes. La mayoría de ellas cuenta con vistas a las montañas nevadas de Granvalira o al Valle de Incles. Composición de las habitaciones: Superior (12 habitaciones): todas ellas cuentan con luz natural, amenidades y una cuidada decoración. En ellas la madera y la piel se fusionan. Deluxe (7): resultan más tranquilas, cálidas y espaciosas que la Superior. Tienen vistas a Granvalira y cuentan con terrazas privadas.

Grand Deluxe (18). habitaciones de carácter supremo. Tienen un dormitorio extra grande, una terraza con vistas a Grandvalira y un baño con bañera y ducha.

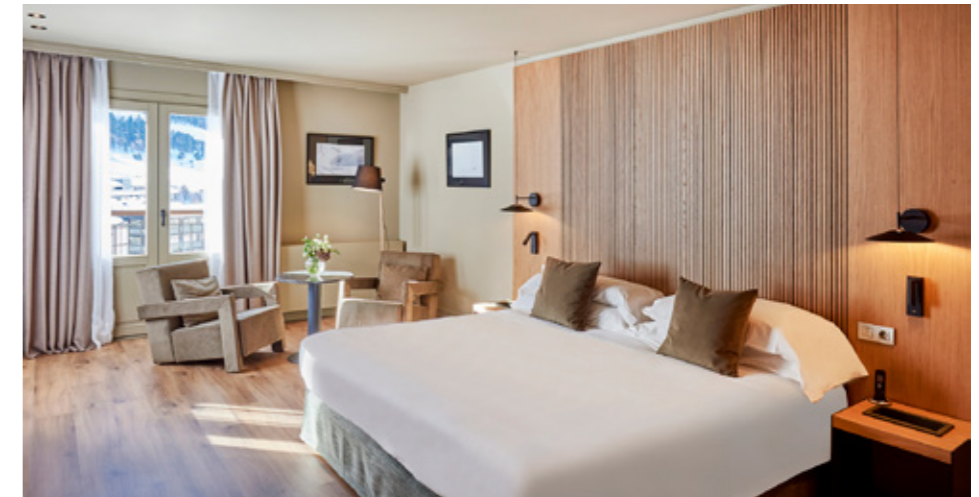
Cuentan con un espacio adicional respecto a las Deluxe. Junior Suite (7): ideal para las parejas que buscan confort y más espacio.

Tiene un salón extra con decoración contemporánea de inspiración alpina y grandes ventanales para ver las montañas de Andorra. Family Rooms (2): habitaciones diseñadas para los huéspedes que viajan en familia. Cuentan con un amplio y estiloso dormitorio, así como un espacio independiente concebido para los más pequeños, que aporta comodidad y privacidad a toda la familia. Family Grand Deluxe (5): pueden alojarse hasta cuatro personas, al disponer de espacio suficiente para dos camas extra; condensando espacio, estilo, lujo y contemporaneidad.

Family Suite (6): habitaciones separadas con una puerta comunicante, creando el recurso perfecto para un viaje en familia con mayor privacidad y comodidad.

### Spa & Clinic: relajación y bienestar

Otro de los alicientes del Hotel Serras Andorra es su invitación a la relajación y el bienestar a través de su spa Clinic & Wellness de última generación. Es el primer espacio de bienestar orgánico y vegano de Andorra, en él se realizan tratamientos de belleza que aportan de manera holística experiencias para relajar la mente y cuidar el cuerpo. Según el director general de Serras Collection, Antonio Bignone "aspiramos a convertirnos en un destino obligado en el sector del turismo de salud y bienestar". Para ello, Serras Andorra ofrece una fusión entre la ciencia y las técnicas más innovadoras de masaje; utilizando productos cosméticos de alta calidad (100% naturales, orgánicos, veganos y libres de tóxicos). Su objetivo es introducir la salud como uno de sus activos, para ello dispone de especialistas en medicina estética. Zona de aguas: el spa cuenta con una zona de aguas compuesta por una sauna de alta temperatura, cabina de infrarrojos para incrementar la circulación sanguínea, un área relajante con baño de vapor, una pequeña piscina con agua tratada a bajas temperaturas, una ducha secuencial bitérmica y la ducha rainmaker, que simula el agua de la lluvia y elimina las impurezas. A pesar de su amplitud, este espacio tiene un aforo máximo de 18 personas para asegurar la intimidad y confort de los huéspedes. Tratamientos y masajes; el hotel ofrece el acompañamiento de los llamados "embajadores de bienestar" para asesorar a los huéspedes en las diferentes terapias innovadoras. Se realizan tratamientos faciales, masajes corporales (relajantes y rituales de bienestar). Además, Serras Andorra ofrece una experiencia íntima de spa en la llamada beauty room premium, exclusiva para dos personas, con tiempo para relajarse en el circuito de aguas. También ofrecen paquetes



de bienestar para los amantes del deporte (regeneración celular, eliminación de dolores, estiramientos y puntos de presión) y para los huéspedes que buscan experiencias multisensoriales para liberarse del estrés diario y mejorar la forma física.

### Gastronomía, cocina de autor

El hotel Serras Andorra tiene cuatro espacios dedicados al hedonismo culinario: el Restaurante Bruna, La Fromagerie de Bruna, la Snow Terrace y el Cocktail Bar 42 Grados. La propuesta gastronómica está dirigida por Marc Gascons, chef con una estrella Michelin en Els Tinars, que combina el producto natural y de proximidad con el recetario tradicional catalán; siempre con su sello particular. En el Restaurante Bruna la propuesta gastronómica está basada en la cocina catalana y los

productos de temporada, donde convive la tradición y la modernidad. Se caracteriza por ser una cocina honesta y natural donde se homenajea al producto local. Sus platos estrella son los arroces, platos a la brasa y pescado del día. La Fromagerie es una oda al queso en un rincón donde encontrar tradicionales y deliciosos platos alpinos como la fondue y la raclette, elaborados con ingredientes de proximidad. Por su lado, Snow Terrace es una terraza completamente acondicionada y a pie de pista, con una seductora oferta gastronómica para picar después de la jornada de esquí. Comparte carta con el restaurante Bruna. El Cocktail Bar 42 grados es el escenario idóneo para los amantes de la mixología, con cocktails clásicos y otros innovadores. Éstos están acompañados con buena música, dibujando un panorama íntimo y con un punto canalla.





**Oferta dinámica de salones para reuniones y eventos**

Serras Andorra dispone de espacios que se adaptan a las necesidades empresariales, pudiendo acoger desde celebraciones a reuniones o conferencias, destinando tres zonas al público business. Éstas son:

**The Library:** salón espacioso con luz natural y chimenea, dotado de proyector y pantalla, ideal para encuentros profesionales.

**Cinema Room:** es una sala con sistema audiovisual concebida para reuniones de empresa, con capacidad de hasta 50 personas.

**El Privado:** es un espacio ideal para comidas de negocios, ubicado en el restaurante Bruna, con luz natural y vistas a las montañas de Grandvalira. Su capacidad máxima es de doce personas.

**Otros alicientes de Serras Andorra**

El Hotel posee otros alicientes desde sus dos pistas privadas de esquí para debutantes con sus correspondientes remontes y a las que se accede desde el hotel de forma directa y gratuita.

Para los esquiadores con mayor nivel el hotel les ofrece un transfer privado y gratuito de comunicación con las pistas de Grandvalira.

Tampoco se olvidan de los más pequeños con el Kids Club, liderado por monitores profesionales que contribuyen a desarrollar la creatividad, practicar actividades al aire libre y fomentar deportes que estimulen la interrelación diaria sana entre los niños. También es destacable su sala de fitness de última generación y completamente equipada. En ella se organizan clases de yoga, pilates, entrenamiento con entrenador personal y clases de mindfulness personalizadas. Otra de sus grandes bazas es el Cinema Room, consistente en una sala de cine con capacidad para 50 personas, donde se alternan la proyección de películas y juegos para adultos y niños.

En ella también se puede organizar reuniones empresariales. Finalmente el hotel Serras Andorra ofrece a sus clientes taquillas privadas y personalizadas para que puedan guardar el material de esquí tras cada jornada.

El objetivo es que sus huéspedes puedan acceder del parking a la habitación en el ascensor y sin necesidad de cargar con el material.

Ya en el parking, el hotel forma parte del programa Porsche Destination Charging al disponer de puntos de recarga en la ruta de los navegadores de los vehículos eléctricos. Incluye tres columnas de recarga eléctricas en el parking interior.



**PESCADOS BASILIO**

**Tu pescado más fresco directamente del Mar Cantábrico**

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

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

**Pide pescado fresco calidad de Asturias**

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

985 260 166 WHATSAPP: 661 22 75 85  
 fresco@congelados-basilio.es info@congelados-basilio.es

CONGELADO

FRESCO

EL PRODUCTO MÁS FRESCO  
Pescados y mariscos directamente de la mar

CUSTODIA DE FRÍO  
Paquetería refrigerada

EMPRESA CENTENARIA  
Con la mejor calidad

**CONSULTA NUESTRA LISTA DE CONGELADOS Y FRESCOS** [www.pescados-basilio.es](http://www.pescados-basilio.es)

## Chile de Nogada, platillo emblemático de la Gastronomía Mexicana

Aunque en el México Prehispánico ya tenían por costumbre comer chiles rellenos de frutos, no fue hasta el mestizaje donde nace el Chile en Nogada, tal como lo conocemos actualmente. Juana Luna, embajadora gastronómica de México en España.



Chile en Nogada, platillo emblemático de la Gastronomía Mexicana. Aunque en el México Prehispánico ya tenían por costumbre comer chiles rellenos de frutos, no fue hasta el mestizaje donde nace el Chile en Nogada, tal como lo conocemos actualmente. Juana Luna, embajadora gastronómica de México en España.

A la llegada de los españoles a la América Continental en el año 1519, se encuentran con diversos pueblos Indígenas, quienes estaban oprimidos por el último Gran Imperio Mexicano concentrado en La Cuenca del Valle, La Gran Tenochtitlan (actualmente la Ciudad de México). Hernán Cortés como buen estratega y dotado de conocimientos en negociaciones políticas, hábilmente se alía con pueblos Indígenas mesoamericanos. Viajando desde Veracruz, Tlaxcala y Puebla, hasta que finalmente llega al Valle de México, toma por prisionero al Tlatuani Cuâtemoc, último Emperador de los Mexicas en 1521, asesinandolo cinco años después. Es así como se inicia el mestizaje del Viejo Mundo con el Nuevo, for-

mándose así La Nueva España. Se empezaron a introducir productos, costumbres y alimentos, de igual forma que salían cargamentos de Nueva España hacia Europa. La historia es interesante y larga, pero cabe mencionar que, gracias a estos intercambios, el mundo conoce varios productos mesoamericanos, que son un referente para entender la Gastronomía actual.

Entrando en materia sobre el Chile en Nogada, nace por el enriquecimiento de varios frutos y otros alimentos que llevaron los españoles que realzan este platillo (plato), como son; granada, nuez de Castilla, peras de San Juanito, durazno, manzana, canela, cerdo, cebolla y ajo.

Como el protagonista en sí es el chile, era evidente que para los españoles era picante, deciden enviar unos chiles a España para así tener la posibilidad de que las nuevas matas fuesen menos picantes, este chile regresa a México y lo reciben evidentemente menos picante y lo nombran Tornachile, por el hecho

de irse y regresar. Actualmente ese chile es el Poblano, protagonista de este platillo tan emblemático. Es Poblano porque nace a las faldas del Volcán Popocatepetl, ubicado en el Estado de Puebla. Actualmente en España se pueden encontrar chiles poblanos, Debido a que ambos países se encuentran en el hemisferio norte, permitiendo desarrollar cosechas y platillos de temporada.

### Historia y evolución del Chile de Nogada

El Chile en Nogada es un platillo conventual y barroco, que se crea en 1821, con el objetivo de celebrar las Negociaciones Pacíficas entre el Ejército Trigarante representado por el Caudillo Agustín de Iturbide y Juan O'Donju, Jefe Político Superior de la Provincia de la Nueva España. Éste acuerdo fue denominado Los Tratados de Córdoba, al celebrarse en la misma ciudad ubicada en el Estado de Veracruz. Al regresar Agustín de Iturbide a la Ciudad de Puebla es donde le dan a degustar este platillo, formando parte de una comida compuesta por catorce platos, siendo el Chile en Nogada el postre.

En aquellos años, eran los Obispos los encargados de organizar estas comidas, por tanto el Obispo en turno contaba con once conventos en la Ciudad de Puebla, en los que repartió la encomienda de elaborar diversos platillos, entre dichos Conventos estaban las Monjas Agustinas del Convento de Santa Mónica, a quienes se les encomendó el postre, algunos referentes históricos mencionan que las monjas rebuscaron recetas de la época renacentista de ahí que algunos refieren que la salsa de nogada es de técnica europea.

El hecho de que la comida era con el fin de celebrar la separación de México de la Nueva España, se resaltó que se eliminaba la bandera de la Corona Española y en ese entonces evidentemente no existía Bandera de México, pero deciden apoyarse de la Bandera del ejército Trigarante como nuevo símbolo, de ahí sus tres colores (verde, blanco y rojo).

Con estos datos las Monjas deciden rellenar el chile con un guiso hecho a base de carne de cerdo, con frutos de temporada, capearlo con huevo simulando el color del oro, resaltando así la época de barroco y su majestuosidad, finalmente bañan el chile con la salsa de nogada que está elaborada a base de nuez de castilla y nata, decorán-

dolo con perejil y granada, haciendo referencia a la bandera trigarante,

Transcurridos 202 años seguimos disfrutando de este platillo tan emblemático de la Cocina mexicana que irónicamente independiza a México de La Corona Española, pero uniéndoles gastronómicamente.



## Chile en Nogada

### Ingredientes (6 personas):

6 chiles poblanos.

### Elaboración:

Freír los chiles y envolver en una bolsa de plástico. Transcurridos 30 minutos desvenar, quitar la piel y lavar.

### Relleno:

Ingredientes:

- 300 g carne de cerdo (picada)
- 100 g tomate pera.
- 30 g uvas pasas.
- 30 g piñones.
- 30 g almendra.
- 30 g nuez de Castilla.
- 2 dientes de ajo.
- 1 durazno.
- 1 pera (preferente de san juan).
- 1 manzana amarilla.
- 1 plátano macho maduro pequeño.
- Media cebolla blanca.
- 20 ml aceite de oliva.
- Sal y pimienta (al gusto).

### Capeado

#### Ingredientes:

- 2 huevos
- 1 cucharada de harina

#### Elaboración:

Capear los Chiles; batir las claras de huevo a punto de nieve y mezclar bien con las yemas. Pasar los chiles rellenos por harina y huevos batidos, freír por todos lados y escurrir.

### Decoración

#### Ingredientes:

- 1 granada.
- Perejil chino.

#### Elaboración:

Bañar los chiles con la nogada, decorar con granada y perejil al gusto intentando imitar la bandera mexicana.

### Salsa de Nogada

#### Ingredientes:

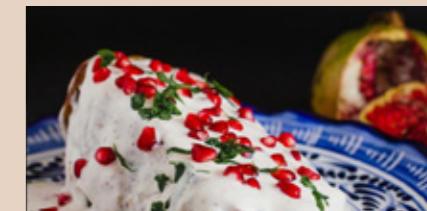
- 50 g nueces de Castilla frescas.
- 50 g queso de cabra fresco.
- 200 ml nata para cocinar.
- 50 ml leche.
- 10 ml. Oporto.

### Elaboración:

Pelar las nueces de castilla el día anterior a su consumo, cubrir de agua y dejar remojar tapándolas y colocándolas en la parte baja de la nevera. Ya en el día de su consumo, escurrir las nueces y agregar parte de la leche, dejar en remojo.

*Nota: es conveniente retirar las cascarras y la piel de las nueces con el fin de no amargar la salsa. Para que resulte más sencillo la retiradas de la piel se pueden remojar en agua tibia previamente).*

A continuación, moler las nueces con el resto de la leche, nata y oporto. Conservar en nevera para conseguir una textura cremosa.





## El aguacate, un super alimento de moda

Bajo su piel rugosa y poco atractiva, el aguacate esconde un sinfín de propiedades y beneficios, no solo alimenticios si no también para la salud y la belleza.

Esta fruta, versátil y deliciosa, tiene una textura cremosa que combina excelentemente bien con otros alimentos, convirtiéndole en una fruta imprescindible en la cocina. España es el segundo mayor consumidor de aguacates de Europa, solo por detrás de Francia. Su pulpa es cremosa y con un rico sabor, que recuerda a la avellana. Existen numerosas variedades, con diferentes épocas de recolección, lo que permite degustarse durante todo el año.



### Origen del aguacate

El aguacate crece en el aguacatero, árbol que puede alcanzar los veinte metros de altura en las zonas subtropicales centro-americanas, de donde procede. Aunque los aztecas de México y Guatemala lo conocían como "ahuacatl", que significa "testículo", los españoles denominaron a esta fruta "pera de las Indias", antes de traerlo a España.

Existe evidencia del consumo de aguacate en el 8.000 a.C, al encontrarse restos de esta fruta en la cueva de Coxcatlán, en Puebla (México). Sin embargo, la primera descripción que se tiene del aguacate es de Francisco Hernández, quien, tras realizar una exploración en profundidad del territorio mexicano en el siglo XVI, hace alusión al árbol y su fruto en la obra "Historia de las plantas de la Nueva España".

Los conquistadores trajeron el aguacate desde América a España a principios del siglo XVII, y muchos indios decidieron plantar aguacateros en sus jardines para llenarlos de sombra. En 1924, Málaga comenzó a cultivar aguacates, como consecuencia de un proyecto piloto para el cultivo de frutales exóticos.

### Propiedades y beneficios para la salud

El aguacate, por su composición, conlleva destacados beneficios para la salud, los expertos destacan los siguientes: Salud cardiovascular: el aguacate es fuente de ácidos grasos monoinsaturados, de los que destaca su contenido en ácido oleico. La sustitución de grasas saturadas por grasas insaturadas, como las del aguacate, en la dieta contribuye a mantener niveles normales de colesterol sanguíneo. Por lo que su consumo está recomendado para personas con enfermedades coronarias.

Además es fuente de potasio, un mineral que contribuye al mantenimiento normal de la presión arterial.

Relajación del sistema nervioso: el aguacate también es fuente de ácidos grasos, potasio y vitaminas C, E y B6. La vitamina B6 contribuye al funcionamiento normal del sistema nervioso y de la función psicológica. Además, es fuente de vitamina C, una vitamina que contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunológico.

Excelente para los huesos: al poseer vitamina C, es un alimento interesante para la salud ósea, al contribuir a la formación normal de colágeno para huesos y cartílagos.

Cuidado de la piel: el aguacate posee nutrientes interesantes para el cuidado de la piel. Aporta alto contenido en vitamina E, vitamina con acción antioxidante, lo que estimula el poder regenerador de las células y es fuente de vitamina C. Aunque el contenido de agua del aguacate es inferior al de otra fruta, su contenido calórico y su aporte de otros nutrientes son de gran interés para los deportistas. Lo que le convierten en el alimento adecuado para momentos de sobreactividad muscular y desgaste físico. Esta fruta es fuente de minerales como el potasio, mineral que contribuye al funcionamiento de músculos.

Por su textura y cremosidad, y su contenido en grasas, el aguacate tiene poder saciante, lo que le hace recomendable para evitar picar entre horas.

Aunque aporta una pequeña cantidad de fibra, es ideal incorporarlo

en nuestra alimentación ya que con el resto de alimentos se consigue tomar la cantidad de fibra necesaria a lo largo del día. La fibra es ideal para cuidar de la salud intestinal, aliviar el estreñimiento y aumentar la absorción de nutrientes.

### Variedades y comidas con aguacate

Existen más de veinte variedades de aguacate, entre los principales se pueden encontrar: Haas: variedad principal, se comercializa en España. Tiene forma oval, piel de color verde oscuro y pulpa amarillenta.

Cocktail o dátil: fruta alargada y no tiene hueso. Su cultivo se da, especialmente, en Israel y España. Bacon: tamaño mediano. Está disponible desde finales de otoño hasta el comienzo de la primavera.

Pinkerton: de piel rugosa y con semilla pequeña. Su época son los meses de invierno.

Fuerte: piel fina, tamaño grande y pulpa cremosa. Tantas variedades le han convertido en un excelente aliado en la cocina internacional y el ingrediente estrella en multitud de preparaciones. Su consistencia y untuosidad hace que se utilice en numerosos platos, tanto dulces como salados: Para untar: su pulpa machacada con gotas de aceite de oliva, limón o pomelo untado en el pan tostado o en galletas saladas hacen las delicias de cualquier astrónomo.

En ensaladas y pastas: el aguacate aporta color y sabor. Combina tanto con frutas como con verduras y frutos secos. En guacamole: machacado con cebolla, tomate y limón. Resulta ideal para acompañar con tortillas de maíz fritas o nachos. Guarniciones: combina perfectamente con huevos, setas, pescado y carnes.



Salsas y cremas: si se les incorpora un aguacate blando quedarán cremosas. Mayonesas y vinagretas: el aguacate las enriquece aportando un extra de sabor. Postres: con el aguacate como base se pueden preparar tartas, helados, mousses y pudines. Batidos: combina con bebidas vegetales de soja, avena y almendras.

### El aguacate en tratamientos de belleza

El aguacate no solo tiene un delicioso sabor y unas excelentes propiedades culinarias, que le han convertido en uno de los alimentos imprescindibles en la cocina, sino que además es cada vez más utilizado en tratamientos de belleza, por sus magníficas cualidades naturales. Algunos de sus beneficios son:

Mantener la piel hidratada: su textura cremosa le ha convertido en un ingrediente más de cremas naturales. Además de su uso tópico, consumir aguacate de forma habitual hace que la piel luzca suave, hidratada y fresca.

Contribuir a suavizar las arrugas: su alto contenido en antioxidantes, y vitamina E y C, contribuyen a retrasar el envejecimiento y suavizar las líneas de expresión, estimulando el colágeno y la elastina. Influye para que la piel esté más elástica. Ideal para el cabello: algunos tratamientos para el pelo utilizan aguacate, por sus nutrientes. Resulta ideal para reparar puntas abiertas; hace que el pelo luzca suave y bri-

llante, evitando el encrespado. Por sus vitaminas, además contribuye a que el pelo crezca más rápido.

### Trucos y curiosidades del aguacate

En Francia, Italia y Reino Unido el aguacate recibe el nombre de "avocat" o "avocado". Al parecer, el origen de este nombre se debió a que cuando llegó el aguacate a Francia desde Haití su precio era elevado y estaba reservado exclusivamente a las clases más pudientes, lo que hizo que pasara a llamarse "poires d'avocat" o "peras de abogado".

Otros especialistas en esta fruta, confirman que "para saber si el aguacate está maduro basta con hacer una suave presión con los dedos y ver si cede al contacto". También se puede mover o sacudir suavemente para comprobar si el hueso se agita en su interior.

Si está verde, para acelerar su maduración basta dejarlo en un lugar oscuro, entre 15 y 24 ° C.

Otra curiosidad es que para frenar su proceso de maduración puede introducirse en el frigorífico. Así como que la oxidación de esta fruta se evita añadiendo a la parte expuesta unas gotas de limón o lima, envolviéndolo en film e introduciéndolo en un recipiente para que no tenga contacto con el aire. Con estos pequeños trucos se consigue que esté en perfectas condiciones para su consumo.

## Carrot cake, trufado y salsa de chocolate

La Repostería da mucho juego de combinaciones, por ejemplo se pueden combinar frutas y verduras con elementos dulces como coberturas y chocolates que hacen las delicias de nuestros clientes.

*Jaume Urguelles, ex presidente ACYRE Barcelona*



### Carrot cake

#### Ingredientes

180 g zanahoria.  
70 g yemas de huevo.  
40 g azúcar.  
15 g azúcar invertido.

#### Elaboración

Hervir la zanahoria y convertir en puré. Elaborar un batido con yemas y los azúcares.

### Batido de claras

#### Ingredientes

100 g claras de huevo.  
50 g azúcar.  
Sal (pizca).

#### Elaboración

Realizar un batido con claras y azúcar. Incorporar una pizca de sal.

### Almendrado

#### Ingredientes

180 g zanahoria.  
150 g almendra en polvo.  
70 g zanahoria rallada.  
50 g harina.  
5 g impulsor.  
Ralladuras de medio limón.

#### Elaboración

Mezclar el primer batido con zanahoria rallada, puré de zanahoria y raspaduras de limón. Agregar almendra en polvo, harina e impulsor, previamente tamizado, incorporar el batido de las claras una vez consistentes. Llenar los moldes y cocer a 170°C.

*Nota: se puede poner en el fondo de los moldes zanahoria rallada para mejorar su visibilidad.*

### Trufado

#### Ingredientes

180 g cobertura 70%.  
20 g azúcar invertido.  
20 g mantequilla.  
200 ml nata U.H.T.

#### Elaboración

Hervir nata con azúcar. Incorporar a la cobertura en gotas o en trozos. Mezclar bien, añadir mantequilla. Dejar reposar en nevera 24 horas.

### Salsa de chocolate

#### Ingredientes

50 g cobertura.  
20 g cacao en polvo.  
20 g azúcar.  
100 ml nata.  
50 ml leche.

#### Elaboración:

Hervir la nata con leche y azúcar. Incorporar a la cobertura. Añadir cacao en polvo y mezclar. Colar y reservar.

### Emplatado

Laminar la zanahoria. Hervir las láminas en un almíbar ligero; escurrir bien. Salsear el fondo del plato. Colocar el carrot cake, realizar una rosa trufada, esponjada anteriormente. Decorar con láminas de zanahoria.



## El veganismo, una tendencia consolidada

Si buscamos en Google el significado oficial de veganismo, lo define: "El veganismo es una forma de vida que busca excluir, en la medida de lo posible y practicable, todas las formas de explotación y crueldad hacia los animales por comida, vestimenta o cualquier otro propósito".

*Alfonso Villarejo, sumiller y Director de Sala*



Pero, ¿de dónde procede esto? El movimiento vegano nació (oficialmente) en noviembre del año 1944. Donald Watson, juntó la palabra "vegano" con "vegetariano" y fue el creador de la Vegan society. Si bien el concepto de no comer nada de origen animal tiene una tradición mucho menor, es desde este momento en 1944 cuando se crea realmente un movimiento que ha ido ganando adeptos año tras año, lentamente y que en el año 2019 tuvo un boom enorme, que hasta la revista The Economist lo bautizó como el año del veganismo.

La población veggie+ ha pasado de ser cuatro hippies a ser un 7,8 % de la población española y se estima que a nivel mundial ronda el 3%. ¿Que es un veggie?. En este término se engloban los Flexitarianos, Vegetarianos y Veganos.

### FLEXITARIANO



VERDURAS  
FRUTAS  
FRUTOS SECOS  
LEGUMBRE... etc.  
+ LACTEOS  
+ HUEVOS  
+ MIEL

Ocasionalmente

CARNE  
PESCADO  
MARISCO

### VEGETARIANO



VERDURAS  
FRUTAS  
FRUTOS SECOS  
LEGUMBRE... etc.  
+ LACTEOS  
+ HUEVOS  
+ MIEL



CARNE  
PESCADO  
MARISCO

### VEGANO



VERDURAS  
FRUTAS  
FRUTOS SECOS  
LEGUMBRE... etc.



CARNE  
PESCADO  
MARISCO  
LACTEOS  
HUEVOS  
MIEL



Como no puede ser de otra manera, a más personas veganas, mayor demanda de productos veganos o Plant-based. A ésta conclusión han llegado las empresas. Empresas enormes del tamaño de McDonald's o KFC ya tienen comida apta para veganos en sus establecimientos, pero firmas comerciales cárnicas, como Campofrío o Unilever, han sacado líneas de carne vegetal que dan el pego por completo.

Aquí comienza la dualidad. Si el veganismo es una forma de vida en favor de los animales, comprar productos veganos de estas empresas cuyas máximas ganancias provienen de la explotación de pollos, vacas y cerdos, ¿sería hacer lo correcto? Por otro lado, en un informe de PwC denominado "The sustainable Food & revolution", se llega a la conclusión de como alimentar a diez mil millones de humanos en el año 2050, salvar el planeta y ser sostenibles. Y es que los alimentos representan el 26% de las emisiones del efecto invernadero. El 70% de las extracciones de agua se destinan a la agricultura y el 78% de la contaminación de los ríos se debe al sector primario.



Este informe llega a cuatro pasos que se pueden dar, primero la sustitución de alimentos por parte de los consumidores, segundo evitar el desperdicio alimenticio en la cadena de suministros, tercero, establecer métodos cada vez más limpios de producción y finalmente invertir en nuevos modelos y explotar nuevos mercados.

Todo esto, no es nada fácil. Porque cambiar una tendencia, un mercado o una forma de vida, requiere de conciencia y ganas de querer cambiar. Muchas empresas han adoptado esta ideología en su RSC (Responsabilidad Social cor-

porativa), pero otras muchas no. En el punto (1) de cambiar la dieta, hay que decir que cada vez se come más carne roja. El problema viene en que la carne requiere de hasta 100 veces la cantidad de recursos de la tierra, comparada con la agricultura vegetal. Sustituyendo la carne roja por pollo (dice el informe), que las reducciones de CO2 se reducirían a la mitad y el uso de agua se reduciría un 30%.

Obviamente no se puede hacer esto, pero si deja claro que la forma en como consumimos alimentos, importa de manera sustancial en la huella ambiental.

En el punto (2) "hay un serio problema en el desperdicio alimentario. Hay que abordar el problema de la escasez de alimentos y de agua (este tema, merece un artículo independiente y que publicaremos en próximos números). Según la ONU, el problema en las distribuciones, cosechas ineficientes y ventas al por menor, sería de 1,3 millones de toneladas. Eliminar estas pérdidas implementando tecnologías digitales de precisión, monitorizar la cadena de suministros o invertir en la propia cadena de suministros, eliminaría estas pérdidas en gran medida que darían para alimentar hasta dos mil millones de personas.

En el punto (3) el objetivo sería crear métodos más limpios en la producción de alimentos. La manera cambiante de los consumidores frente a los alimentos, van a cambiar la forma de producción. Cada vez hay más beneficios si se recurre a la agricultura regenerativa o la agricultura ecológica, siendo hasta un

35% más rentable que la agricultura tradicional de alta intensidad. Cada vez está más de moda comprar a pequeños productores cercanos para reducir el impacto ambiental y acortar la cadena de suministro. En el punto 4, hay que revisar los modelos, creando nuevos.

El informe dice "El cambio a largo plazo hacia el consumo de carne alto en proteínas e intensivo en recursos, ha cambiado el enfoque de la agricultura hacia la producción de ganado, pastos y alientos para animales, alterando el equilibrio de la economía agrícola mundial y aumentando el perfil de emisiones de carbono de la agricultura". Y en todo esto, ¿Dónde se encuentran los restaurantes? Son muchos los profesionales de la restauración que se quejan por este tipo de cliente, porque no lo consideran una alergia, sino simple capricho. Pero lo cierto es que muchos restaurantes se están adaptando y hay cada vez opciones más saludables y sostenibles

en las cartas de los restaurantes. Cada vez son más las personas que buscan opciones veggies o restaurantes completamente vegetarianos. Por lo que la oferta veggie en algunos establecimientos ya suponen un 25% de la carta. Además hay que incluir el delivery, en donde las opciones veganas siguen creciendo ya que el cliente demanda cada vez, más opciones saludables. En los últimos años, los pedidos de productos veganos han crecido un 20% en la app de Uber Eats.

La restauración se está adaptando a nuevas fórmulas de carne vegetal como las hamburguesas de remolacha, bacon de soja o brownies de lentejas. La quinoa está cada vez más presente en la elaboración de queso vegetal. Este es el futuro que tendremos que aceptar, adaptar y seguir. Porque a todo esto, hay que añadir el problema del agua, que cada vez es más escasa y merece un artículo para su análisis.



## El escrache, el producto local español

Muchos piensan, acaloradamente, que el producto local es el que se elabora y se consume en un radio máximo de 100 kilómetros. Afirmación ésta que merece mármol toda vez que nos arroja a todos los que trabajamos a favor del producto local a una suerte de expiación colectiva.

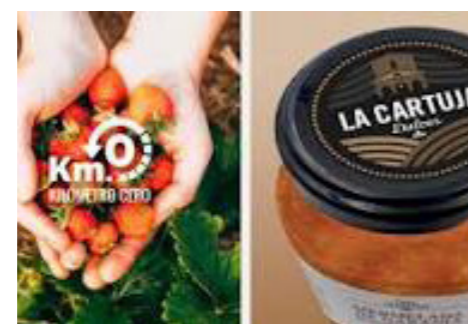
**Carlos Gimeno-Navarro - CEO de KMO SlowFood**



cho del territorio y que no podrían ser considerados como locales por mor de eruditos de tres al cuarto y mas allá, foráneos. Cualquier producto local de los considerados artesanos puede y debe poder traspasar la barrera esa que se alza, como un mantra, o un estigma, contra todo el que osa traspasarla.

El producto artesano tal y como lo conocemos en España se debe implicar en todos los territorios impulsando la riqueza del propio territorio. Desde el compromiso con la economía circular. Las grandes superficies a través de prácticas de greenwashing ofrecen productos "locales" sin demasiados escrúpulos a clientes que se dejan seducir por el marketing barato de lo verde mientras que lo artesano se encierra y se entierra en ese estúpido y restrictivo marco referencial de "los 100kms".

El producto local, la gastronomía local, el turismo rural ven como se va restringiendo su presencia a un parque temático de oportunidad mientras que el lineal campa desbocado abriendo cada vez más superficies y obligando al cierre de cada vez de mayor número de tiendas de barrio. Acaso no nos damos cuenta de como las ciudades van ofertando cada vez mayor número de plantas bajas como alquiler turístico



Me atrevo apuntar el disparate de tan rotundo epitafio porque si fuese cierto, sus efectos producirían, en términos, sociales, económicos y culturales al localismo más cateto que se pueda imaginar. A saber, no podemos definir "lo local" desde la espontaneidad de un efluvio romántico con lo próximo sino que debemos plantearnos el producto local, el español, ese del que nos sentimos tan orgullosos, desde una perspectiva no sólo de proximidad sino de más allá. Desde planteamientos económicos, es decir, desde la transversalidad.

Acotar el producto local a 100 kilómetros, supone pegar patadas al hormiguero e invisibilizar productos de elevada calidad y que confirman puestos de trabajo en, mayoritariamente, la España del interior. Los productos locales españoles deben afianzar un nuevo liderazgo y justificar, mas si cabe, su posición en el territorio, es decir, deben estar comprometidos con principios de economía circular más allá del sitio donde hayan sido elaborados. Comprimir su uso a "los 100 kms" no hace más que arruinar expectativas de excelentes productos que son elaborados a lo largo y a lo an-

mientras que los antiguos oficios, y ofiantes, van desapareciendo de la escena conformando un marco de concentración del comercio en núcleos atomizados que sodomizan, en muchos casos, la existencia de otros productos que por ausencia de visibilidad y oportunidad se ven abocados a la tenue desaparición y olvido. La cultura de la cancelación con los "pequeños" por parte de los "grandes" es demoledora. Tanto que "los grandes" importan productos de otros países por cuestiones de precio y el consumidor acaba sucumbiendo por la falta de alternativas locales.

La cultura de la cancelación es un concepto que nos anula la capacidad de elección y selección y hasta nos idiotiza. La cultura de la cancelación es un escrache en toda regla desde las grandes superficies contra el producto local español, aunque de esto hablaremos en otros artículos mas detalladamente. Seguimos desde @kilometrocerokm0 (KILOMETROCERO SLOWFOOD) acompañando a todos los actores de "lo local" apoyando la transversalidad de acciones que permitan recuperar los productos artesanales y quitar tejido adiposo del barullo.

El futuro pude que sea de color negro pero, entre el negro luto y el negro fiesta, nos quedamos con el de tono fiesta. No deja de ser paradójico que ahora tengamos que reivindicar lo que tanta historia, tradición y empeño costó, va en ello la identidad de territorio y recuperar eso que llaman la España vaciada, ciertamente vacilada.

[www.km0oficial.es](http://www.km0oficial.es)



# MURPROTEC

Instituciones, Patrimonio y Profesionales



## Murprotec PRO+, lanza la campaña nacional de detección de humedades 2023 para el sector HORECA

- ✓ Ofrezca a sus clientes y empleados un ambiente saludable y libre de humedades.
- ✓ Tratamientos personalizados y plazos de ejecución garantizados.
- ✓ Líder europeo con más de 65 años de experiencia en **tratamientos definitivos** contra las humedades estructurales con **garantía de hasta 30 años**.



CAPILARIDAD



FILTRACIONES



CONDENSACIÓN



CALIDAD DEL AIRE

Solicite su diagnóstico personalizado y sin compromiso

# 900 19 54 00

✉ [proplus@murprotec.es](mailto:proplus@murprotec.es)

[www.murprotec.es/proplus](http://www.murprotec.es/proplus)



Delegaciones Murprotec en: España / Portugal / Francia / Bélgica / Holanda / Luxemburgo / Italia / Suiza

## Evolución del cóctel Margarita

La margarita es un cóctel compuesto por tequila, triple seco y jugo de lima o limón. A menudo se sirve con sal en el borde de la copa. La bebida se sirve sacudiendo el hielo (con hielo), mezclado con hielo (Margarita frozen), o sin hielo (hacia arriba).

También se ha aceptado servir una margarita en una amplia variedad de recipientes de vidrio, que van desde cócteles y copas de vino a grandes goletas. La bebida se sirve en el vaso de margarita del mismo nombre, una variante de diámetro escalonada de un cóctel vidrio o copa de champán, con forma de sombrero invertido.

### Licores con sabor

El licor habitual es el Cointreau, aunque también se usan otros licores con sabor a naranja como el Grand Marnier u otras marcas de triple seco o Curacao azul (que produce la margarita azul). Cuando se añaden los zumos de frutas dulces a la margarita, a veces se reduce o se elimina por completo el jugo de naranja. Además de los licores con sabor a naranja, hay otros licores que se pueden añadir al cóctel, como el de frambuesa o el de melón. Otros sabores incluyen piña y sandía.

### Jugo de lima fresco

El jugo de lima recién exprimido es el ingrediente clave. La variedad más común en los Estados Unidos es la lima persa de piel gruesa. Sin embargo, las margaritas en México se hacen generalmente con lima ácida que se denominan "limones" en México. Estos son pequeños, de piel delgada y son más ácidos en comparación con las limas persas. Las margaritas hechas con lima persa tienen un

sabor más suave, especialmente cuando se utilizan limas Meyer.

### Frozen Margarita

Además de servirse agitada y hacia "arriba", las margaritas pueden servirse como un granizado de hielo mezclado, similar a otras bebidas de inspiración tropical como el huracán o la piña colada. Esta variante se conoce como margarita "congelada". Los ingredientes se pueden verter sobre hielo picado en una licuadora de cocina o industrial.

Una cantidad alta de margarita congelada a base de una "receta de la casa" puede mantenerse en una máquina diseñada específicamente para dicho propósito (pero también comúnmente utilizada para servir bebidas no alcohólicas). Dicha máquina suele ser un cilindro que conduce a un pico vertedor que se mantiene por debajo de la temperatura de congelación, pero con un impulsor dentro del cilindro que agita constantemente la mezcla de modo que no se congela nunca, dispensando las bebidas con una textura de aguanieve.

### Otras frutas

Las frutas y las mezclas de zumos alternativos también pueden utilizarse en una margarita. Frutas como el mango, melocotón, fresa, plátano, melón, o frambuesa son adecuadas para la elaboración de Margaritas. Muchas recetas requieren un "chorrito" de jugo de naranja. Hoy en día, la margarita se puede preparar de muchas maneras, cuando la palabra "margarita" se utiliza por sí misma, por lo general

se refiere a la preparada con sal y jugo de limón, pero cuando se utilizan otros jugos, los frutos se añaden típicamente como adjetivos al nombre, como la margarita de frambuesa. Otras variedades de margarita incluyen fruta, margarita estante superior y margarita virgen.

### Chili Margarita

Este cóctel se caracteriza por su sabor a fruta de la pasión con un punto picante impactante.



#### Ingredientes:

40 ml tequila blanco 100% agave azul.  
40 ml jugo de naranja sanguina (filtrado)  
30 ml puré de fruta de la pasión.  
20 ml jugo de lima.  
15 ml ágave.  
10 ml mezcal (para una adición ahumada que combine con el chile).  
4 chorros de Scrappies hell fire bitters (se puede sustituir por un chile rojo triturado).  
Piedras de hielo.

#### Elaboración:

Mezclar los ingredientes en una coctelera con cubitos de hielo; agitar bien. Colar los ingredientes en un vaso bajo con hielo. Decorar con una mezcla de azúcar y chile rojo. Colocar la combinación en un plato. Cubrir medio vaso con el jugo de una rodaja de lima y rodar suavemente el vaso sobre polvo rojo.

## Gastronomía sostenible y de proximidad en el hospital

En la Clínica Universidad de Navarra apostamos por productos de cercanía y proximidad. Para ello el huerto de la Clínica se renueva con productos madrileños Madrid Rural. Iniciamos ahora en septiembre la nueva siembra con plantones que Madrid Rural recupera en la Comunidad Autónoma de Madrid.

**Xandra Luque**, Jefa de Cocina de Clínica Universidad de Navarra



El Clínico de Navarra cultiva las frutas y verduras que crecen en su entorno que destina al menú de sus pacientes ingresados, ofreciendo alimentos sin manipular que proceden directamente de la huerta. Berenjenas, lechugas, calabazas, pimientos, zanahorias, acelgas, cebollas, romero, albahaca púrpura o tomillo son algunas de las



especies vegetales que se cosechan junto a la cocina del hospital.

Este esfuerzo se ve recompensado por Mariano García-Patrón, presidente de la Unión de Cooperativas Agrarias Madrileñas y representante de Madrid Rural, al destacar el prestigio del Área de Dietas de la Clínica Universidad de Navarra y su apuesta por los productos autóctonos de proximidad y calidad. Desde el Departamento de Cocina de la Clínica universitaria de Navarra deseamos agradecer la donación mostrando el equipo gran interés "por aproximar los sabores reales de los alimentos a nuestros pacientes para que nuestros platos se conviertan en verdaderas experiencias gastronómicas y hagan más agradable su estancia en el hospital. Creemos que la alimentación puede ayudar a que los pacientes se sientan mucho mejor, tanto física como anímicamente". Madrid Rural es el mercado de proximidad distribución y comercialización de frutas y verduras locales de

temporada sin intermediarios promovido por la Comunidad de Madrid. Uno de los platos que han podido disfrutar este verano los pacientes ha sido "Ensalada de nuestra huerta" una receta a base de lechuga, pepino, tomate y berenjena confitada. Nuestra cocina es de aprovechamiento y sostenible, donde los desperdicios de las verduras se utilizan como base de caldos, aprovechando todos los nutrientes. Las nutricionistas del Área; Teresa Pérez y Maru Dulcich nos recuerdan como al consumir los productos de cercanía se consiguen unos nutrientes de mayor calidad, al recolectarse en su punto óptimo. Ayudando a nuestro sistema inmune. Aspecto importante para los pacientes.

También disminuimos la huella de carbono, y favorecemos el comercio local. Para nuestra Directora de Dietas de la Clínica, Concepción Manríquez, está en consonancia con nuestro proyecto de Gastronomía y Nutrición.



## “El Congreso contará con un programa equilibrado de servicios”

Pepe Ferreira, bromatólogo del Hospital Reina Sofía de Córdoba y vocal de la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria, es uno de los artífices del XXIV Congreso de la AEHH. Ferreira está ilusionado por la organización del Congreso que alternará instructivas jornadas profesionales con la atracción turística de Córdoba.



### ¿Nos puede comentar su trayectoria profesional?

Soy licenciado en Veterinaria (sección Bromatología, Sanidad y Tecnología de los Alimentos) y Licenciado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos por la Universidad de Córdoba, poseo el título de Experto en Gestión en Seguridad Alimentaria por la Escuela Andaluza de Salud Pública.

Mi inquietud es aprender para ofrecer el mejor servicio al usuario y aprovechar el tiempo, así durante la pandemia me titule en dietética y nutrición y así poder ofrecer un servicio 360 ° con mi equipo de trabajo multidisciplinar en el que me integro, el Servicio de Alimentación, Calidad y Seguridad Alimentaria y la Unidad de Gestión Clínica de Endocrinología y Nutrición del Hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba. En el desarrollo mi actividad laboral como bromatólogo desde el año 2006. Aunque mi actividad profesional la comencé en 1997 como Responsable de Calidad de Sercolu Catering y Responsable de Consultoría y Formación de Qoras I+D+i, S.L. y transcurrido un tiempo fui director del Centro Logístico y de Producción de Bodegas Campos Catering.

Durante mi trayectoria profesional he intentado acercar la formación

universitaria y de ciclos a la realidad industrial, para lo que desde mi primer contrato he sido Tutor de alumnos en prácticas del Ciclo Superior en Dietética y Nutrición, de los Grados de Veterinaria y Ciencia y Tecnología de Alimentos y de alumnos de Master. Además colaboro estrechamente con sociedades científicas, siendo actualmente vocal de la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria (AEHH), de la Sociedad Andaluza de Nutrición Clínica y Dietética (SANCyD), Coordinador del Grupo Especializado de Normalización en Alimentación Hospitalaria (GENAH) y pertenezco a la comisión de Salud Pública del Ilustre Colegio Oficial de Veterinarios de Córdoba.

### ¿Cómo es su relación con la AEHH? ¿Cuántos años lleva ligado a ella?

El Hospital Universitario Reina Sofía, siempre ha sido muy activo en la AEHH, por lo que desde la primera ocasión que tuve, haya por 2007 en Zaragoza, he participado activamente siempre que mis obligaciones profesionales y personales lo han permitido. Desde 2019 soy vocal en la Junta Directiva, en el que me integré en su grupo de trabajo con profesionales que siempre he admirado por su valía, su compromiso con la hostelería hospitalaria y su calidez humana. Desde entonces he desarrollado diferentes actividades formativas para nuestros asociados, incluso he participado en el diseño y desarrollo de los últimos congresos.

### ¿Cuál es la tendencia actual de la Cocina Hospitalaria española y concretamente de la cordobesa?

Córdoba es una ciudad muy apegada a su hospital y el hospital a Córdoba siendo uno de los motores de su economía. Nuestro hospital trabaja por la calidad y la excelencia para la ciudadanía exportando nuestra experiencia y conocimiento a otras zonas. Desde 1976 este centro ha estado encumbrado por grandes profesionales sanitarios, por el que destacamos en los ranking de las listas más prestigiosas y la cocina hospitalaria de Córdoba ha querido estar a ese nivel y formar parte del “Espíritu del Reina Sofía”. Llevamos años trabajando en la profesionalización, es decir, en mejorar las habilidades de las diferentes categorías, con programas de formación continua, haciéndolos participar del servicio de calidad que se ofrece al paciente con el diseño y desarrollo de procesos higiénico-sanitarios actualizados a las exigencias legales, a las nuevas tecnologías en la gastronomía, y la dieta terapia, para ofertar la mayor y mejor variedad a los pacientes hospitalizados dentro de las limitaciones de cada patología y conseguir una cocina tradicional de alta calidad.

La cocina hospitalaria tiene un papel principal en la humanización y calidad de los servicios que se prestan al usuario y se han tendido puentes fructíferos con las Unidades de Endocrinología y Nutrición, Alergias, diferentes unidades de pacientes trasplantados (especialmente Hematología) y pediatría, así como con asociaciones de pacientes para generar confianza en el profesional y el usuario. Además de trabajar conjuntamente en la evolución fa-

vorable del paciente, evitando dietas excesivamente restrictivas en el menú que se ofrece y adaptándolo a las preferencias de los usuarios.

En paralelo, se va consiguiendo un cambio de la percepción que tiene la sociedad de los alimentos ofrecidos en nuestros hospitales, con el desarrollo de indicadores de calidad percibida y otros que no se perciben pero que sustentan que el momento de recibir una bandeja en cualquiera de las ingestas sea un momento lo más agradable posible.

### ¿Cuáles son los motivos por los que la AEHH se ha inclinado a organizar un Congreso en Córdoba?

La ciudad de las tres culturas ha sido siempre un destino deseado por la AEHH. Si a ello le sumas nuestro patrimonio cultural, las buenas comunicaciones que dispone la capital cordobesa, la oferta turística, gastronómica y enológica y el carácter acogedor del cordobés, sólo nos faltaba disponer de un espacio para acoger un congreso de la envergadura de la AEHH. Ello no ha sido posible por remodelaciones durante años en el Palacio de Congresos de Córdoba, junto a la Mezquita, y por no disponer en sus maravillosos patios de espacio suficiente para la exposición comercial.

Desde 2022, a nuestra riqueza cultural se ha sumado el Centro de Exposiciones, Ferias y Convecciones (CEFC) un espacio singular, con unas modernas instalaciones a la vanguardia de la arquitectura, marco perfecto para el desarrollo del XXIV Congreso de la AEHH, en una época del año en la que apetece pasear por Córdoba, en el otro mayo cordobés, el mes de octubre. Si mayo es el mes por excelencia de Córdoba, octubre está cargado de experiencias que seguro harán las delicias de nuestros congresistas, en los huecos que quedan

o en los días que antes y después quieran disfrutar de nuestra ciudad.

### ¿Coméntenos el Congreso, cuáles son sus principales atractivos que convengan a los profesionales a asistir?

Como algo novedoso el XXIV Congreso de la AEHH tendrá una doble sede. Como anteriormente he indicado, los contenidos habituales se desarrollarán en el CEFC, pero no podíamos celebrar en la única ciudad del mundo con cuatro patrimonios de la humanidad, un congreso olvidando su impresionante patrimonio cultural. Por ello hemos decidido añadir a nuestras habituales sesiones, talleres y comunicaciones, una actividad previa, el curso de especialización “Novedades en legislación alimentaria”, que se celebrará en uno de los espacios más hermosos de la Córdoba monumental, el “Palacio de la Merced”, palacio barroco testigo de los encuentros entre Cristóbal Colón y los Reyes Católicos. Además, la AEHH les ofrece a los asistentes al XXIV Congreso la posibilidad de visitar el primer Patrimonio de la Humanidad que fue reconocido a Córdoba, la Mezquita-Catedral, con una visita guiada nocturna, en la que, por mucho que se hayan visto imágenes, el asombro está garantizado desde que se traspase el Patio de los Naranjos. En la agenda cultural el congresista deberá aprovechar para conocer el centro histórico que rodea a la Mezquita-Catedral, los Patios o Medina Azahara (los otros tres patrimonios de la humanidad), sin desmerecer el resto del legado cultural.

### ¿Qué ponencias o mesas redondas destacaría del Congreso?

Me resulta difícil destacar alguna actividad sobre las demás, ya que como es costumbre diseñamos un programa equilibrado en

el que tenga cabida todos los servicios de la hostelería y sea de interés para todos los asistentes. Como es usual contaremos con excelentes profesionales para el desarrollo de la actividad congresual. Al XXIV Congreso hemos querido darle un enfoque en el que se evidencie la necesidad del trabajo en equipo entre los servicios de apoyo y los servicios asistenciales, desde el respecto a nuestro planeta y la humanización en nuestra relación con los usuarios, conociendo lo que necesita, comunicando, diseñando, planificando y documentando y trabajando para que el servicio que reciba esté basado en el respeto y los principios de confianza y garantía.

Por ello nos acompañara la fuerza de Cisco García, que nos contará como se reinventó ante la adversidad, el médico Joan Carles March nos enseñará como liderar con h-alma, la presidenta de Avanzax, Ana Pacheco, nos acercará al día a día del paciente alérgico y como salvar su vida está en nuestras manos o el médico Alfonso Calañas nos indicará como prevenir la desnutrición hospitalaria. Desde el punto de vista bromatológico, Fernando Torres nos explicará cómo controlar el fraude en la restauración hospitalaria, lo que repercute directamente en el servicio que se quiere dar al usuario y para todo ello nos preguntaremos si ¿hemos mejorado lo suficiente?, con el debate de María Lourdes de Torres y Néstor Benítez. Sin duda alguna para la gestión eficaz de los servicios podemos utilizar herramientas informáticas, como la que nos presentará Josefa Simón Machi y José Ignacio García, para mejorar la gestión de la limpieza, o de la trazabilidad por Sandra Gómez, o la Sostenibilidad y la Respon-

sabilidad Social Corporativa por Silvia Torrecillas y la evolución del sector en Francia con la participación de Jean Remy Dumot.

### ¿Qué aspectos ha de primar en una Cocina de Hospital?

Afortunadamente la percepción de la alimentación hospitalaria está cambiando, y desde los servicios asistenciales como desde la cocina hospitalaria se ha tomado conciencia de la importancia que tiene cuidar la alimentación de los pacientes. Con una alimentación de calidad contribuiremos en la pronta recuperación y que para el paciente sea más llevadero los días de ingreso, consiguiendo en la medida de lo posible que disfrute del momento.

Son muchos detalles los que hay que cuidar en la alimentación del

paciente que puede presentar diferentes vulnerabilidades, lo que en ocasiones no es fácil hacerlo por los reducidos presupuestos que se disponen. Por ello es importante el trabajo en equipo multidisciplinar, para desarrollar rigurosos controles de calidad y seguridad alimentaria de los ingredientes utilizados en menús planificados que nos ayuden a dar mejor servicio, que recojan los sabores, olores y colores de la cocina tradicional de la zona, ofreciendo una alimentación equilibrada y saludable, elaborada con productos de cercanía en la que se evite el desperdicio alimentario.

La restauración hospitalaria tiene un objetivo claro, conseguir que el paciente se recupere antes y mejor de su enfermedad, y no nos serviría de nada lo anterior si las

técnicas culinarias y el trato de los alimentos durante su conservación y acondicionamiento no es el apropiado, por lo que las decisiones consensuadas por el equipo multidisciplinar deben ser respetadas en el desarrollo y ejecución de las fichas técnicas de cada preparación.

Este complejo servicio debe estar asignado de la infraestructura y personal adecuado, debiendo estar dotados de equipamiento esencial que garantice la calidad de las elaboraciones, sus características organolépticas y de seguridad alimentaria (inocuidad y nutrición) necesarias, con personal cualificado que incluya el asesoramiento y control de los alimentos como es el caso de los bromatólogos, categoría fundamental para el correcto funcionamiento de una cocina hospitalaria.

## Un viaje muy instructivo a Lyon



La Asociación Española de Hostelería Hospitalaria, A.E.H.H, cumple este año 25 años de existencia y ha empezado a celebrarlo de manera especial, retomando sus viajes de estudio, volviendo de nuevo a tierras francesas y, en concreto, a la región de Lyon para conocer los últimos avances tecnológicos y nuevos productos alimenticios.

En este viaje hemos tenido la oportunidad de visitar varias instalaciones. Afortunadamente, cabe señalar que el "salto" tecnológico con Francia es cada vez menor. Durante la visita en Francia, los socios de la A.E.H.H. hemos tenido la oportunidad de conocer los últimos

avances en transporte de alimentos para pacientes, de la mano de los fabricantes locales Socamel-Rescaset y Electrocalorique, quienes nos han mostrado sus respectivas fábricas. Las dos compañías han enfatizado la importancia de la eficiencia energética y la ergonomía en la manipulación de los sistemas de transporte, así como el mantenimiento de los caracteres organolépticos y las temperaturas de servicio de los menús.

Además, hemos podido visitar la Cocina central de los Hospices Civils de Lyon. El objetivo de la visita ha sido conocer su modelo de plataforma logística, que permite centralizar la

producción de comidas para todos sus centros sanitarios y ofrecer un servicio eficiente y de calidad a los pacientes. Esta centralización consigue servir alrededor de 17.000 servicios al día, lo que requiere una esmerada y coordinada organización. También hemos visitado la clínica Medipole, en la zona de Villeurbanne, una de las mayores clínicas privadas de Europa, que no cuenta con cocina propia y donde solamente se realiza el emplatado y servicio de las comidas diarias.

Finalmente, los componentes de la A.E.H.H. conocimos las innovaciones alimentarias del grupo Vegemat Healthcare-Nutrisens para tratar la disfgia. Gracias a la mejora de los sabores, texturas y aspecto visual, respecto a las papillas y batidos tradicionales, los pacientes con dificultad para deglutir pueden disfrutar de una alimentación más atractiva y completa.

**Miguel Ángel Herranz**  
Presidente AEHH

## La Digitalización y la inteligencia artificial en el Turismo

Dentro del competitivo mundo de la industria hotelera, la digitalización y la inteligencia artificial han demostrado ser factores clave para el éxito. La creciente necesidad de aprovechar los datos de manera efectiva ha llevado al desarrollo de "Plataformas de Datos Hoteleros", una herramienta poderosa que permite a los hoteles maximizar su eficiencia operativa, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la rentabilidad.

**Jesús Menéndez – Consultor**



¿Qué es una plataforma de datos hoteleros? La plataforma de datos hoteleros es una infraestructura tecnológica que reúne, almacena, procesa, analiza y activa grandes volúmenes de datos generados en todas las áreas del negocio hotelero. Desde información sobre búsquedas y campañas publicitarias hasta datos de reservas y preferencias de los huéspedes, esta plataforma abarca toda la gama de sistemas y procesos internos utilizados por los hoteles. La integración de la inteligencia artificial permite que estos datos sean procesados de manera efectiva y brinda la capacidad de obtener insights valiosos.

### Beneficios clave de la plataforma de datos hoteleros

**Centralización de datos:** al integrar y organizar todos los datos relevantes en una fuente única y confiable, se evita la dispersión de información y se garantiza la consistencia y calidad de los datos. Integración fluida: la plataforma sincroniza automáticamente los datos con los sistemas existentes, lo que reduce la duplicidad de esfuerzos y mejora la precisión de la información.

**Activación del dato:** los datos recopilados se convierten en insights valiosos que permiten optimizar la gestión de ingresos,

mejorar la eficiencia operativa y adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes del mercado.

**Visión integral y en tiempo real:** la plataforma proporciona una visión completa de los datos y las operaciones hoteleras en tiempo real, lo que permite tomar decisiones más informadas y ágiles.

**Experiencias personalizadas:** al utilizar datos sobre las preferencias y el comportamiento de los huéspedes, los hoteles pueden ofrecer experiencias altamente personalizadas que aumenten la satisfacción y la fidelidad de los clientes.

**Automatización:** la integración de sistemas y flujos de datos permite optimizar los procesos internos, ahorrar tiempo, reducir errores y mejorar la eficiencia operativa.

**Mejora de la toma de decisiones:** la plataforma ofrece análisis en tiempo real sobre el rendimiento financiero, las preferencias de los clientes y las tendencias del mercado, lo que ayuda a identificar oportunidades y desafíos rápidamente.

**Maximización de ingresos:** el análisis detallado de patrones de demanda, precios y comportamiento de reserva permite establecer estrategias de precios dinámicos y maximizar los ingresos del hotel.

**Análisis predictivos:** la intelligen-

cia artificial potencia la plataforma para realizar análisis predictivos y detectar tendencias emergentes, proporcionando información valiosa para decisiones estratégicas.

**Flexibilidad y escalabilidad:** la plataforma se adapta a las necesidades cambiantes de la industria hotelera, maneja grandes volúmenes de datos y permite agregar nuevas fuentes y funcionalidades.

**Seguridad de datos:** se implementan medidas rigurosas de seguridad para garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, cumpliendo con las regulaciones de privacidad.

La transformación digital impulsada por la inteligencia artificial brinda la oportunidad de ofrecer experiencias excepcionales a los huéspedes. Con una plataforma de datos hoteleros, los hoteles pueden optimizar sus operaciones, personalizar la experiencia del cliente y tomar decisiones informadas basadas en insights valiosos. Aquellos que adopten esta tecnología estarán en una posición ventajosa en el mercado hotelero altamente competitivo, preparados para enfrentar los desafíos del futuro y proporcionar un servicio de primera clase a sus clientes. **La digitalización y la inteligencia artificial son el camino hacia el éxito en la industria del turismo.**



## Nuestro sistema Hospitalario de limpieza

**“En Numatic estamos comprometidos desde hoy, a cuidar el mañana”**

Versatilidad, innovación y calidad son la base fundamental de la gama de carros y sistemas de limpieza de Numatic. Atención al detalle y una ingeniería práctica aseguran la satisfacción del cliente en rendimiento, operativa y adaptabilidad.

Después de un exhaustivo proceso de investigación y pruebas Numatic ha introducido la **tecnología ReFlo** a la gama VersaCare. Utilizando plástico reciclado de calidad conservando la mayor fiabilidad, durabilidad y calidad características de Numatic. También posee una **limpieza sostenible** sin comprometer la **pro-**

**ductividad, eficiencia ni calidad.** Los carros de limpieza Numatic de la serie Servomatic maximizan las opciones de almacenamiento y transporte con diversas opciones tanto en sistema de limpieza como en almacenamiento y en recogida trasera. Totalmente configurables.

**“Los entornos individuales demandan soluciones de limpieza individuales.”**

Nuestra gama de carros de limpieza Servomatic puede equiparse con el sistema quemás se adapte a las necesidades del contexto y del utilizador.



Fregadora compacta 244NX



Henry Quick

### ¿Qué te parecería tener una sola batería para todas tus máquinas?

El nuevo sistema de batería intercambiable de Numatic, **NX300**, te permite usar la misma batería y cargador para toda la familia de productos Numatic de la gama NX300. El nuevo **NX300 Pro Cordless** ofrece un rendimiento inalámbrico de nivel profesional y absolutamente versátil. Más rápido, más seguro y conveniente, Pro Cordless aumenta los niveles de productividad, ahorrando tiempo y dinero. **Carga rápida en 1 hora.** Recarga rápida al 80% en una sola hora y todo listo para trabajar.



### Novedad: Henry Quick

Añadir el **Henry Quick** a la familia de Numatic. Resulta potente, sin cables y sin polvo. Posee hasta 60 minutos de potente limpieza sin cable por batería. Enorme capacidad de 1 litro. Compacta el polvo para limpiar más y vaciar menos que muchas de las principales aspiradoras verticales. **Numatic Quick** ofrece un vaciado sin polvo con un solo clic gracias al innovador sistema Pod de alta eficiencia. Rendimiento totalmente nuevo con cada Pod nuevo, sin filtros que limpiar.

### Preimpregnación

Sistema moderno para una correcta desinfección de las habitaciones, utilizando el concepto: Una Habitación una mopa para evitar la contaminación cruzada. Lo que impide trasladar los posibles virus o bacterias, de un espacio delimitado a otro. Para el mantenimiento de la humedad de las mopas, su traslado se recomienda en cubos herméticos, lo que mantendrá húmedas las mopas durante más tiempo. Es importante respetar el código de colores, para evitar utilizar las diferentes mopas en ambientes diferentes.

#### Ventajas de la preimpregnación:

- Reducción infecciones
- Reducción resbalones y caídas
- Reducción tiempos operacionales
- Reducción consumo agua y productos químicos
- Reducción esfuerzo operario
- No uso agua sucia en trabajo continuado

### Solo System

Sistema de impregnación individual de mopas a demanda integrable a las gamas de carros de limpieza y lencería Servomatic, Promatic y Housekeeper de Numatic y también a todos aquellos sistemas de otras marcas que permitan adaptar el soporte.

#### Ventajas de la impregnación directa a demanda:

- Sólo impregna cuando es preciso.
- Se trabaja con el grado de humedad necesario, en función de los m2 de superficie, tipología de esta y nivel de suciedad.
- Ahorra consumo de agua y de producto químico en el proceso de impregnación.
- Evita la impregnación innecesaria de las mopas que no van a utilizarse, por lo tanto: Amortiza más la vida de la mopa.
- Ahorra el consumo de agua y producto químico en el lavado de la mopa

### Soporte de manos libres

Dentro de la gama de soportes y microfibras de Numatic, destacan especialmente el sistema de manos libres para la limpieza hospitalaria. Soporte para mopas de bolsillo que garantiza que en ningún momento la persona utilizadora está en contacto con la mopa sucia ni con el producto químico. Garantiza la seguridad del utilizador, así como la mayor productividad de limpieza.

### ¿También crees que la fregona es evitable?

**¿Te interesa una solución para reducir un 80% el consumo de agua y un 70% el tiempo de fregado?**

La fregadora compacta **244NX** ofrece una limpieza efectiva y rápida en todos los suelos duros. A menudo la solución de limpieza en áreas pequeñas y congestionadas ha sido la fregona que, generalmente, deja la superficie mojada y con acabados inconsistentes. Ligera y fácil de usar la **244NX** limpia y seca los suelos al tiempo que reduce un 70% el tiempo de fregado y un 80% el consumo de agua. **“RÁPIDO - EFICAZ - LIMPIO”**



EQUIPAMIENTO Y PRODUCTOS de decoración para hotelería.



SEBASTIAN SUITE

www.sebastiansuite.com

contacto@sebastiansuite.com

T+34 604 005 505



## Expansión geográfica e innovación de producto, claves del crecimiento de Bunzl Distribution Spain

2023 es para Bunzl Distribution Spain el año del crecimiento al suponer una expansión geográfica e innovadora de productos que marcan la pauta de una estrategia diseñada para estar cerca del cliente y ampliar el porfolio integral de One Supplier multicategoría líder en el mercado.



### Bunzl la consolidación de un gran Grupo

El Grupo Bunzl España comenzó su andadura en España en el año 2007 mediante la adquisición de empresas. Actualmente dispone de 17 compañías, lo que significa la adquisición media de una empresa por año, con una facturación superior a los 400 millones de euros y disponer de una plantilla de 800 empleados. Estas empresas y en los sectores que operan son: **Bunzl Distribution Spain** (resultado de la integración de Iberlim, Hicosa, Sudecol, King Complementos y Cemelin),. Además de Dimasa, en Higiene y Limpieza; y La Cartuja en FoodService, equipamiento de hostelería y menaje profesional. También están Juba, marca protección laboral; Faru, Proin Pinnilla, Protec & Marti, Arprosa e Irudek: EPI y vestuario laboral. Finalmente poseen también Tecnopacking Packaging industrial y Foodservice.; así como Quirumed y Queraltó: Health and Beauty.

La expansión se materializa en dos nuevas empresas que se han incorporado a Bunzl Distribution Spain: Dimasa, en Jerez de la Frontera (Cádiz) y La Cartuja, en Reus (Tarragona). Dimasa es una empresa referente en la distribución de material de limpieza, equipos profesionales, mobiliario, maquinaria, útiles y complementos.

La empresa opera con dos divisiones: Higiene profesional y Equipamiento para Hostelería, esta última es una nueva categoría de producto que se ha incorporado al surtido de Bunzl Distribution Spain. Dimasa supone una apuesta estratégica en cuanto a posición geográfica, permitiendo a Bunzl consolidar su presencia en Andalucía y ampliar su radio de acción para el eje sur de España. La Cartuja es otra inversión estratégica para Bunzl.

La compañía es especialista en la distribución a nivel nacional de menaje profesional para Hostelería, una categoría integral de producto que refuerza la condición de Bunzl como OneSupplier multicategoría e incrementa su fortaleza como proveedor líder para el sector Horeca. Por otro lado, este modelo de expansión contribuye a afianzar la apuesta de Bunzl Distribution Spain por la sostenibilidad, ofreciendo un servicio premium integral y de proximidad que permite reducir la huella de carbono de la distribución.

### Diversificación, Innovación y Sostenibilidad, las claves del producto Bunzl

El segundo de los pilares que determinan el crecimiento de Bunzl Distribution Spain se sitúa en el capítulo de producto. Diversificación, innovación y sostenibilidad marcan las propuestas más innovadoras de este 2023:

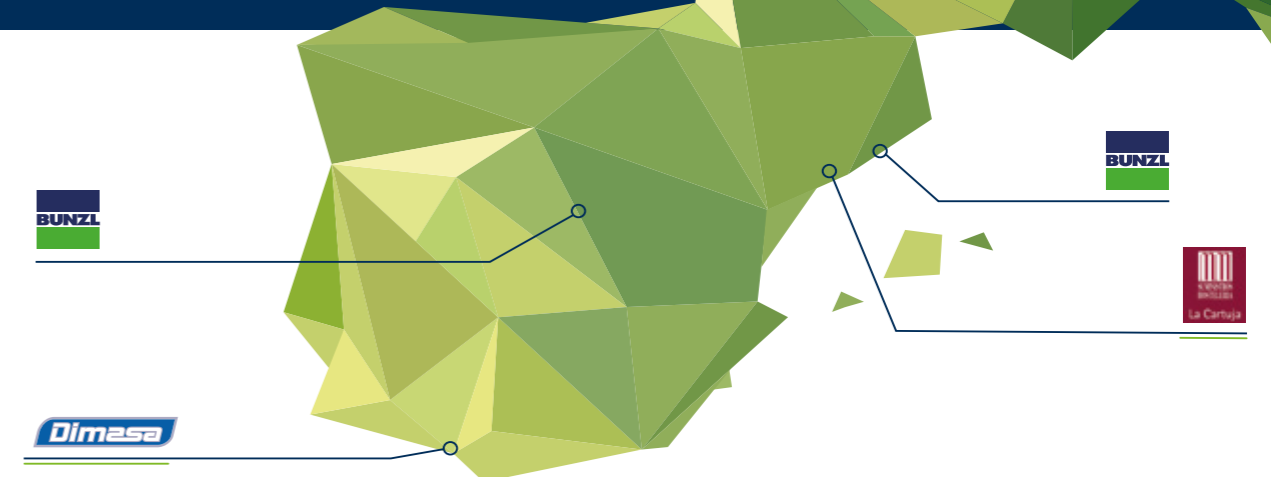
ficación, innovación y sostenibilidad marcan las propuestas más innovadoras de este 2023:

- Amenities con sistema de dispensación sostenible.
- EPI y vestuario laboral.
- Robótica.

Un capítulo, el de Producto, en el que los criterios de Sostenibilidad tienen cada vez mayor peso, siendo determinantes desde el inicio del concepto al abarcar todas las fases: desde el embalaje o el etiquetado hasta el modo de uso por parte del usuario final. Para ello, Bunzl Distribution Spain cuenta con un Plan de Acción integrado en el Plan de Sostenibilidad con objetivo Net Zero en 2050 que incluye todos los cambios a implementar en el ámbito propio y también en colaboración con la cadena de valor, desde proveedores a clientes.

## Expansión geográfica, innovación y sostenibilidad

Soluciones integrales para cada necesidad



### En Bunzl Distribution Spain crecemos para estar más cerca de ti

Descubre las últimas innovaciones de producto de este 2023:



AMENITIES



EPI Y VESTUARIO LABORAL



ROBÓTICA



EQUIPAMIENTO HOSTELERÍA



MENAJE PROFESIONAL

## Electrolux Professional presenta GourmetXpress, un horno que utiliza métodos de calentamiento combinados simultáneamente para unos resultados de cocción RÁPIDA

GourmeXpress forma parte de la gama de cocción de alta velocidad de Electrolux Professional, soluciones rápidas, sencillas y versátiles que permiten a los clientes servir gran variedad de comidas, productos de alta calidad de forma constante y rápida, día tras día, preparados por cualquier miembro del equipo.



### Cocción rápida

Reduce la espera de los clientes mediante la rapidez del servicio. Cocción de alimentos mucho más rápida que con los métodos convencionales.

### Aumenta la eficiencia

Diseño ergonómico para facilitar las operaciones de cocción gracias a una interfaz táctil fácil de usar, que requiere una formación mínima para los operadores sin experiencia.

### Gran versatilidad

Gestiona una gran variedad de menús programables mientras cocinas, calientas o regeneras alimentos en poco tiempo. Cocina proteínas, verduras, sopas regeneradas, pasta, recalienta y funde queso a la perfección.

### Tamaño reducido

¡Ahorra espacio! Cabe cómodamente en la parte frontal. Con medidas reducidas, 460 mm de ancho por 677 mm de alto, profundidad.

### Tecnología sin ventilación

No requiere el uso de sistemas de ventilación adicional.

## ¿Por qué es tan rápido GourmeXpress?

El GourmeXpress incluye una combinación de microondas, convección e impulsos de aire caliente que permite cocinar, asar y recalentar rápidamente.

### Extra rápido

Las microondas aceleran el proceso de cocción.



### Flexibilidad extra

Posibilidad de estructurar el ciclo de cocción en varias etapas, modulando la intensidad del impulso del aire y el porcentaje de microondas para cada etapa, garantiza gran flexibilidad.

### Color extra atractivo y extra crocante

El impulso de aire caliente (o cocción por aire forzado) reduce los tiempos de cocción y realza el atractivo aspecto de recién hecho. Perfecto para dar un color extra a la lasaña, pizza y otros platos similares.



## Impulsa tu negocio. Ideal para segmentos de comida para llevar, cafeterías/bares, restaurantes y hoteles

**Comida para llevar**, sector en el que la rapidez y la calidad constante de los alimentos en grandes cantidades son la base del negocio.

En **hoteles**, que requieren una solución rápida y fácil de usar, capaz de dar servicio fuera del horario habitual.

Para **bares y cafés**, que sirven comida en cualquier momento del día.

En **restaurantes**, para atender las horas punta y aumentar el número de pedidos.

## Cocción rápida con infinitas posibilidades...

Cocina gran variedad de alimentos frescos y congelados



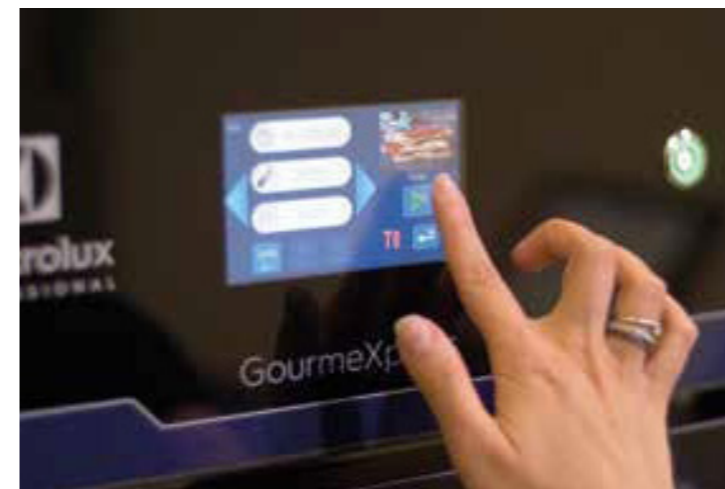
Regenera alitas de pollo cocinadas en 1,50 minutos.



Filete de salmón fresco cocinado en 2 minutos.



Regenera lasaña cocinada en 2 minutos.



## Gestiona fácilmente los menús programables

Pantalla fácil de usar para cualquier operador sin experiencia, que admite un tiempo de formación mínimo.

Selecciona cualquier programa de cocción preestablecido mediante la pantalla táctil ergonómica de 5 pulgadas. Guarda hasta 1024 programas de cocción. Pulsa en cualquiera de los 24 menús preprogramados que se muestran con un simple toque y el GourmeXpress hará el resto.

## AMER apoya la creación de la Dirección General de Turismo y Hostelería de Madrid

La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, desea agradecer la incorporación al organigrama de la Comunidad de Madrid de la Dirección General de Turismo y Hostelería vinculada a las competencias de turismo.

El Director General de Turismo y Hostelería de la Comunidad de Madrid es Luis Martín. Se trata de una medida pionera y sin precedentes en el organigrama de las comunidades autónomas y que pone en valor la importancia social, económica y turística de la hostelería en España como elemento clave de su imagen de marca.

En la Comunidad de Madrid destaca el crecimiento, desarrollo y profesionalización de la hostelería madrileña. Muestra que, solo en la capital, hay 22 restaurantes con estrella Michelin o que en la región son ya 98 establecimientos los que atesoran Soles Repsol; con algunos de sus restaurantes



en los primeros puestos del ranking World's 50 Best Restaurants.

La creación de esta Dirección General era una de las principales propuestas de la restauración y gastronomía madrileña para los programas electorales de los partidos políticos. De ahí que se planteen formar parte de la hoja de ruta de la recién creada Dirección General las siguientes medidas:

-Puesta en marcha de un Plan de formación para mejorar la cualificación de los empleados de la

hostelería y restauración con un catálogo de itinerarios curriculares, una FP dual y la revisión del sistema de prácticas con cursos de formación ocupacional.

-Creación de un plan de empleo con políticas activas de empleo e incentivos a la contratación y la reactivación del modelo de los contingentes en los países de origen.  
-Puesta en marcha de campañas de dignificación sectorial para poner en valor la reputación profesional hostelera, aprovechando la notoriedad de los chefs más mediáticos.

## AMER renueva su acuerdo de colaboración con Banco Sabadell



El acto de la firma ha contado con la asistencia del Presidente de AMER, Antonio Galán, y de miembros de su Junta Directiva, en representación del Banco Sabadell han actuado el Director Regional Madrid Oeste, Enrique Maganto, junto a miembros de su equipo.

Dentro de la Oferta Sectorial que Banco Sabadell ofrece actualmente para la restauración, destacan su TPVSmart con la última tecnología aplicada para los medios de pago, así como la Cuenta de Crédito gratuita los 6 primeros meses.

El acuerdo incluye la Cuenta Expansión Negocios PRO, pensada

para autónomos, comercios, pequeñas empresas y despachos profesionales, con mejores precios en seguros, pólizas de crédito, renting, leasing y préstamos.

El convenio contempla el desarrollo conjunto de proyectos formativos e iniciativas de divulgación y promoción de sus actividades.

Todo ello con un trabajo continuo que busca una relación dinámica y permanente a través de personal específicamente dedicado al trato con los colectivos profesionales, para que podamos conocer en todo momento sus necesidades específicas.

## Avance del I Estudio sobre empleo y formación de la Hostelería madrileña

Dentro del marco del debate sobre la dificultad de cubrir los puestos de trabajo en el sector hostelero, y particularmente en la restauración, la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER) ha realizado el "I Estudio sobre empleo y formación en los restaurantes madrileños" que pone de manifiesto que más de la mitad de los establecimientos (56,7%) ha tenido dificultades para cubrir puestos de trabajo este verano.



Como avance de los resultados de este estudio debe destacarse que el creciente protagonismo turístico que tiene la temporada vacacional de verano en la Comunidad de Madrid supone un reto para las pymes hosteleras teniendo en cuenta las dificultades a las que se enfrentan estas empresas a la hora de cubrir las necesidades de personal en los restaurantes madrileños.

Una situación que provoca severos desajustes entre las empresas turísticas que tienen que adaptarse a este nuevo escenario. En este sentido, hay que recordar que históricamente para la Comunidad de Madrid el verano era temporada

baja y cerraban la gran mayoría de establecimientos hosteleros por al éxodo de los trabajadores y residentes a los destinos de sol y playa. En esta misma línea hay que destacar que en los últimos 5 años se ha reducido a menos de la mitad el número de restaurantes de la Comunidad de Madrid que cierran sus puertas por vacaciones durante el verano, y que, principalmente, el cierre de los establecimientos este año se ha utilizado para realizar labores de mantenimiento y redecoración..

Teniendo en cuenta que la actividad turística y hostelera de Madrid se mantiene a niveles desconocidos, muy por encima de lo habitual por

estas fechas, en estos momentos los restaurantes se han encontrado con serias dificultades para cubrir sus puestos de trabajo, de tal manera que hasta un 43,3% de los restaurantes madrileños han tenido que recortar sus servicios y horarios de actividad por los problemas provocados por la falta de mano de obra. Hay que llamar la atención sobre el reto que supone para la hostelería y restauración la adaptación a este nuevo escenario teniendo en cuenta que el verano o la Semana Santa han dejado ya de ser temporada baja para el turismo de la Comunidad de Madrid que se ha convertido en uno de los destinos vacacionales más atractivos de la península.

**Su solución en:**

- Calidad
- Implantación y seguimiento de programas de autocontrol APPEC
- Trazabilidad
- Análisis microbiológicos
- Consultoría en Dietética y Nutrición
- Desarrollo de Proyectos formativos
- Prevención de Riesgos Laborales
- Formación bonificada

**BIO-MICRAL**  
Microbiología de Alimentos

**KIT PARA COVID-19**

915 10 27 28 / 29 - [www.revistashr.es](http://www.revistashr.es) - e-mail: [biomicral@revistashr.es](mailto:biomicral@revistashr.es)

## Mejor época para eliminar las humedades

Las manchas de humedad, los desconchones y salitre en las paredes, el moho en las esquinas y, como no, el inconfundible mal olor que ha sido imposible tratar por la alta ocupación estival, han podido provocar un malestar en los clientes que ningún establecimiento debería pasar por alto.



Por mucho que los servicios, la comida o el personal de un establecimiento sean inmejorables, si las instalaciones no están a la altura la experiencia de cliente será negativa. Y si, concretamente, esos problemas estructurales corresponden a humedades, la problemática es mayor, puesto que no solo afectan a la estética y el confort sino, sobre todo, a la salud.

### La imagen y salubridad de un establecimiento es esencial

Las humedades, además de suponer un problema estructural y de salud, representan un problema estético difícil de ocultar. Esto un cliente lo nota y la presencia de moho, malos olores y desconchones en las pa-

redes suele ser un tema recurrente en las críticas negativas que se suben en las plataformas de reseñas. Y este problema también afecta negativamente a la parte que los clientes no ven pero que pueden ocasionar problemas higiénicos y sanitarios como consecuencia, como son la aparición de moho en



Por todo esto, las humedades estructurales se convierten en una patología que se tiene que erradicar para poder seguir cumpliendo los estándares de calidad y seguridad de los clientes y, tras la temporada de verano, es el momento ideal para llevar a cabo las obras necesarias.

Eso sí, siempre con profesionales cualificados y que den garantías certificadas de acabar para siempre con la problemática, como es el caso de Murprotec.

las despensas y cocinas, que pueden pasar a los alimentos y provocar una alerta alimentaria, entre otros.

Las humedades tienen consecuencias muy negativas para la salud de las personas que mantienen contacto con ellas -desde los empleados de los establecimientos hasta los huéspedes y clientes- y suelen ser problemas respiratorios, alérgicos, dolores musculares y reumáticos o cefaleas.

### Tipos de humedades

Las patologías de las humedades estructurales que puede padecer un establecimiento son la capilaridad, que aparece cuando el terreno absorbe mucha humedad y los muros de los edificios filtran el agua como si fueran un terrón de azúcar. Este fenómeno provoca humedades que pueden llegar al metro y medio de altura. La filtración lateral, que surge bajo cota en garajes, sótanos, bodegas, trasteros, etc. cuando el

agua presente al otro lado de un muro penetra dentro del edificio a través de la pared de forma lateral.

Y por último, la condensación, que se origina cuando se produce un excesivo nivel de vapor de agua en el ambiente debido a una extrema impermeabilización. Los efectos más visibles de estas humedades son hongos y mohos en esquinas y paredes, así como cristales empañados en ventanas y espejos.

**Murprotec PRO+ es la división para profesionales, empresas, instituciones y patrimonio que alberga tecnologías e infraestructuras exclusivas para el sector, así como garantías probadas para ofrecer seguridad a los clientes**



### Murprotec PRO+, instituciones, patrimonio y profesionales

Murprotec, la multinacional de origen franco belga líder en tratamientos definitivos contra las humedades estructurales, cuenta con una división específica para los profesionales denominada Murprotec PRO+. Esta área nace fruto de la necesidad de responder a las demandas de los empresarios y profesionales, que evidentemente no son las mismas que las de un particular.

Su objetivo es ofrecer un servicio premium a profesionales, instituciones públicas y privadas y a grandes cuentas y empresas, para que estos sectores puedan solucionar la problemática de humedades y calidad del aire desde un prisma profesional y recibiendo una atención adecuada a su envergadura. Murprotec PRO+ ofrece a las entidades asociadas numerosas ventajas exclusivas y procesos ad hoc en la detección, diagnóstico y aplicación de tratamientos definitivos para así eli-

minar de forma definitiva las patologías derivadas de las humedades estructurales o una mala calidad del aire interior. El sistema PRO+ destaca por el asesoramiento integral de principio a fin, que incluye servicios como desplazamientos prioritarios para diagnósticos in situ, comprobaciones con unidades de control, mediciones avanzadas y recogida de muestras para el análisis en laboratorios propios, así como la obtención de un certificado de salubridad tras cotejar los informes obtenidos.

## Viste de sostenibilidad tu establecimiento con Resuinsa

Resuinsa ofrece los principales sellos que avalan y reflejan la responsabilidad de las empresas textiles con el cuidado del medio ambiente. Permitiendo descubrir con ella los principales certificados que garantizan textiles comprometidos con el planeta.

La sociedad está cada vez más preocupada con el cuidado del medio ambiente, procurando el sector hostelero adaptarse y orientarse hacia una transición sostenible que es ampliamente demandada por los clientes. Los certificados de sostenibilidad se han convertido en herramientas fundamentales para avalar este cambio en todos los sectores y, concretamente, en la industria textil.

El objetivo es ofrecer una garantía real que tienen los clientes de identificar aquellos productos textiles que cumplan con altos estándares de sostenibilidad. En este sentido, **Resuinsa**, empresa líder en el sector textil para hostelería, es plenamente consciente de la importancia de estos certificados. En su afán por mejorar día a día en materia de sostenibilidad, ha obtenido los principales sellos que acreditan su firme compromiso medioambiental, ofreciendo así transparencia y confianza hacia sus clientes. El Director General de **Resuinsa**,



Félix Martí, explica que los certificados "son otorgados por entidades y organismos internacionales de reconocido prestigio. Para ello seguimos unos estrictos criterios que abordan los principales desafíos a los que nos enfrentamos en términos de sostenibilidad. Además, suponen un valor añadido y diferencial para el hotelero ante ese cambio de mentalidad de los huéspedes". Son varios los certificados de

sostenibilidad que existen. Cada uno respalda una serie de criterios, siendo los más destacados con los que cuenta **Resuinsa** y que detallamos a continuación.

**STeP – Sustainable Textile Production:** Es el sello más importante en el ámbito mundial textil que se renueva cada tres años. Emitido por la Asociación Internacional OEKO-TEX, certifica que todo el proceso productivo, de principio a fin, es 100% sostenible.

STeP lleva a cabo un análisis exhaustivo y fiable del alcance de la sostenibilidad en seis áreas: gestión de productos químicos; protección del medio ambiente; gestión ambiental; salud y seguridad; responsabilidad social, y calidad. Se diferencia de otros sistemas que, en su mayoría, sólo tienen en cuenta aspectos individuales de la sostenibilidad. **Oeko-tex Estándar 100:** Oeko-Tex Standard 100 es un sistema de

pruebas y verificación independiente y homogéneo en todo el mundo para productos textiles que están en contacto con la piel.

Desde el punto de vista del consumidor, este certificado contribuye a una seguridad de producto elevada y efectiva gracias a sus décadas de experiencia y a su reconocimiento internacional. Ausencia de sustancias prohibidas. Todas las sustancias deben ser reglamentadas legalmente. Ausencia de productos químicos conocidos nocivos para la salud. Cumplimiento de parámetros para prevención de la salud. **Resuinsa** lo lleva renovando anualmente desde 1.998.

**Fairtrade:** La organización ética más reconocida en el ámbito internacional, Fairtrade, garantiza que los productos siguen los estándares de comercio justo para la sostenibilidad de las personas y del planeta. Este sello certifica toda la cadena de aprovisionamiento, des-

de la materia prima que se emplea hasta que el producto llega al cliente. Además, el 70% de la producción de algodón Fairtrade, como el que emplea **Resuinsa**, cuenta con certificación orgánica.

**GOTS:** El certificado Global Textile Organic Standard (GOTS) es un sello internacional que avala la sostenibilidad en el sector textil. Se trata de una de las principales normas en el ámbito internacional que, de forma independiente, certifica que el algodón con el que se trabaja tiene su origen en la agricultura orgánica/ecológica.

Asimismo, entre los requisitos ambientales, el certificado GOTS contempla la eliminación de productos tóxicos o nocivos para la salud. También revisa toda la política ambiental de las empresas, así como sus procedimientos sobre la fabricación de los textiles. Cabe añadir que GOTS incluye criterios sociales que evalúan si se cumplen con criterios sociales basa-

dos en las normas de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), que **Resuinsa** tiene implantadas.

**Proveedor Sostenible:** Recientemente **Resuinsa** ha obtenido el certificado de Proveedor Sostenible emitido por el Pacto Mundial de Naciones Unidas tras finalizar con éxito el Programa de Capacitación de Proveedores Sostenibles. La formación ofrece conocimientos y recursos sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los Diez Principios del Pacto Mundial de la ONU. También se detalla todo el marco normativo nacional, europeo e internacional relativo a la sostenibilidad.

### Resuinsa

Avenida. Mare Nostrum, 50-2  
46120 Alboraya – Valencia  
Tel.: 963 916 805  
www.resuinsa.com  
[www.resuinsaclub.com](http://www.resuinsaclub.com)



## La importancia de la cocina en los apartamentos turísticos

Durante estos últimos años, hay una constante clara, por el boom de las viviendas vacacionales, apartamentos y alojamientos turísticos. De ahí la importancia de cuidar hasta el último detalle de la decoración en todos sus elementos.

**Loli Moroño, Directora Creativa en PF1 Interiorismo Contract.**



Hay un gran número de viajeros que consumen este tipo de servicios. Cabe recordar que hace años, esta demanda se cubría únicamente, con aparta-hoteles, casas rurales y poco más. Actualmente, cualquier estudio especializado en interiorismo hotelero como PF1 Interiorismo Contract, recibe constantemente encargos de equipamiento y proyectos de interiorismo para cubrir este fin.

Evidentemente, no tiene nada que ver, ni los requisitos que se le exige desde los organismos oficiales, ni en operatividad, ni los rendimientos, ni flujos de público y estética. En fin nada!! De ahí que el planteamiento sea otro. En este tipo de establecimientos tenemos un gran reto, que suele ser conseguir un equilibrio entre las zonas de servicio y las públicas. Totalmente crucial para el éxito del proyecto!

Cabe destacar, que muchos de estos proyectos son establecimientos de cambio de uso, o incluso espacios con muchas limitaciones de

espacio. Esto provoca una contienda entre las zonas públicas y privadas. Las grandes olvidadas, por poner un ejemplo, son zonas para la realización del check-in y check-out, servicios de consigna o zonas para almacenamientos de reposiciones o útiles, para desempeñar las labores básicas, entre otras.

Los servicios que puede ofrecer este tipo de alojamiento turístico, son distintos a lo que se puede encontrar en la hotelería tradicional.



En este caso, el servicio principal es la libertad de disponer de los servicios básicos de un hogar, con sus ventajas y desventajas. De ahí que tengamos que reforzar con algún metro más, las zonas de esparcimiento, además de crear zonas de cocina y cubrir funciones de tratamiento de ropa, entre otros.

Hasta el día de hoy, en la hotelería tradicional, el éxito recae en la unidad alojativa, sobre todo lo relacionado con el descanso "la cama" sin

olvidarnos de los cuartos de baño. En este caso, además de lo anterior, adquiere un protagonismo especial, las diferentes cocinas que se pueden proyectar dependiendo de la tipología de la edificación. Lo más habitual, son la implantación de cocinas funcionales, concepto "cocina americana", pequeña, pero que cubren todas las funciones mínimas requeridas. Anteriormente, era habitual que dichas cocinas se cubrieran, mediante cortinas, persianas, puertas, mamparas, entre otros elementos. No había interés en ser mostradas, dado que no eran elementos de gran carga estética.

Actualmente se ha invertido la situación. Ahora son piedras angulares de los diferentes proyectos, donde orbita todo el diseño de concepto, asumiendo la responsabilidad del peso estético de la estancia.

Una de las primeras premisas a la hora de proyectar una cocina, es realizar una buena distribución de los diferentes módulos y electrodomésticos que se precisen. Además de considerar las medidas y distan-

cias adecuadas para garantizar la operatividad, eficiencia, seguridad y ergonomía, sin olvidarnos de la estética buscada. Planificando y justificando la ubicación de cada módulo, la altura de la encimera, el espacio entre la campana extractora y la zona de preparación, entre otros. Compartiréis conmigo, que no es igual diseñar una cocina para largas, medias o cortas estancias. Otro de los factores a tener en cuenta, sin duda es la prescripción de cada material, tonalidades y acabados. Una misma composición de módulos y electrodomésticos simplemente modificando los acabados o tonos, no tiene nada que ver. Podemos conseguir por tanto, que se adapte a diferentes estilos decorativos o incluso conseguir diferentes sensaciones de calidades. La cocina estándar suele ser la compuesta por 3 módulos, superior e inferior. Con zona de preparación, lavado, pequeña nevera, microondas y extractor. Se pueden colocar algunos accesorios, para dejar la zona de encimera algo despejada, dado que entre la zona de lavado y preparación sólo quedarían unos 60

cm. Otra opción es la prescripción de accesorios para organizar los interiores de los armarios para optimizar el espacio, como por ejemplo cubos de reciclaje, es importante debido a que los apartamentos son pequeños y la ubicación de cubos independientes suele ser un estorbo.

Es clave priorizar electrodomésticos encastrados, simplificar el diseño, la limpieza, otro truco es integrar mediante regletas o iluminación integrada, ahorrar espacio y aportar amplitud. Visualmente es un acierto!

En cuanto a la volumetría de la cocina, cuanto más limpio de formas y menos recovecos, contribuirá a la operatividad de la limpieza. Desde nuestra opinión, desaconsejamos el planteamiento de cocinas sobre dimensionadas, tanto en tamaño como en cantidad y volumetría de electrodomésticos. Esto nos obliga a tener unos costes añadidos de mantenimiento, además de que se disparan los tiempos a la hora de la preparación del apartamento, para el disfrute de unos nuevos huéspedes.



## ASEGO refuerza la profesionalidad de sus vocalías

La Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO, a pesar de las elecciones del próximo año se ha visto obligada a reemplazar las vocales de dos importantes Vocalías, concretamente la de Otras Entidades y de Madrid. Las nuevas vocales son respectivamente María José Serrano y Ana Felpeto.



María José Serrano, Vocal Otras Entidades de la Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO

### María José ¿nos puedes comentar tu trayectoria profesional?

Mi trayectoria comenzó en el Hotel Wellington en 1985, allí empecé como camarera y a través de la fundación Wellington, obtuve el título de Regiduría de Pisos. Tras unos años de excedencia me incorporé al mundo laboral como gobernanta en un hospital, acudí a la entrevista desconociendo el trabajo de gobernanta en un hospital, allí descubrí que mi labor era en la cocina, donde tenía que gestionar el personal, la compra de víveres, organización de los almacenes y cámaras, en fin toda la gestión de la cocina completa. Me entrevistó la gobernanta María Antonia Abaira en la cocina del Hospital Central de la Cruz Roja de Madrid, quien confió en mí y me enseñó todo lo que sabía sobre gestión de la cocina. Allí conocí a la dietista Cecilia Gómez, con quien aprendí sobre dietas y seguridad alimentaria. Durante el tiempo que cubrí las suplencias de las gobernantas del hospital, entre ellas la de la gobernanta

de limpieza y lavandería, Visitación Cordero, que me formó sobre la gestión del personal de limpieza y lavandería y la organización del servicio.

En ese periodo de transición hasta que quedó vacante una plaza en el hospital y me volvieron a llamar para quedarme, realice suplencias en el desaparecido Holliday Inn de Azca. También estuve en el Intercontinental de Castellana, donde trabajé con excelentes profesionales.

Transcurrido un tiempo, en 2010, volví al Hospital Central de la Cruz Roja para quedarme como gobernanta de cocina.

### ¿Cuánto tiempo llevas ligada a ASEGO?

La existencia de ASEGO, la conocí a través de compañeras y profesionales de hostelería. Decidí asociarme cuando mi compañera Visitación Cordero me ofreció a hacerlo, actuando ella de madrina. Desde el año 2008 pertenezco a ASEGO.

### ¿Qué objetivos y metas tienes para la Vocalía de Otras Entidades?

En mis proyectos para esta vocalía está dar a conocer el trabajo que realiza la gobernanta en otros centros que no son hoteles. Nuestra profesión abarca un amplio abanico de posibilidades, porque es un trabajo de gestión y organización de recursos humanos y materiales, por lo que no tenemos por qué cerrar las puertas a otros campos de trabajo por su desconocimiento. Por otro lado, mi intención es ayudar y orientar en todo lo que pueda

a cualquier soci@ que lo precise, aparte de recoger experiencias y conocimientos de las socias que formamos parte de otras entidades.

### ¿Cuál es la principal problemática de las Gobernantas en Otras Entidades?

Creo que la mayoría de las componentes de otras entidades somos personas de distintas edades que abarcamos un espectro desde los 40 años hasta edades cercanas a la jubilación. Lo ideal es incrementar el número de integrantes jóvenes, éste es el objetivo primordial que debemos trabajar.

### ¿Cómo calificarías la cualificación profesional de las gobernantas de Otras Entidades?

Tal vez falte en ASEGO mayor participación de las asociadas, pero también es verdad que es una asociación prioritariamente femenina y que trabajamos dentro de y fuera de casa. Debemos cuidarnos e intentar conectar con compañeras de profesión porque eso nos ayuda a manejar mejor nuestro día a día laboral.

Tenemos que intentar motivar a las socias a participar en los eventos que se convocan, suele pasar que cuando asistes a un evento participas en el siguiente.

### ¿Qué le sobra a la Asociación?

No sabría contestar, sobrar cosas buenas, nunca sobran, y cosas buenas hay muchas, sobre todo personas.

### ¿Les puede faltar algo para su formación?

Necesitamos seguridad a la hora de acceder a las nuevas tecnologías. En general, me parece que tenemos miedo a la informática, lo que supone un impedimento para nuestro trabajo. La informática es una herramienta que nos facilita el trabajo cuando la usamos sin miedo y nos atrevemos a sacarle el máximo partido.

### ¿Deseas añadir algo más?

Las gobernantas tenemos que estar orgullosas de nuestra labor. Realizamos un importante trabajo dentro de la organización en la que trabajamos y debemos de estar abiertas a la formación y no quedarnos estancadas en nuestro trabajo por muchos años que llevemos en él.

### Ana Felpeto, Vocal de Madrid



### ¿Nos puedes comentar tu trayectoria profesional?

Comencé en Londres como Camarera de Pisos en un hotel de cinco estrellas, que resultó ser mi escuela. Nunca antes había trabajado en hoteles, descubrí así mi pasión por el departamento de Housekeeping y por la Hotelería. Actualmente trabajo en el Hotel Urso & Spa como Gobernanta, ha sido mi primer puesto de Gobernanta y continuo ejerciendo desde hace seis años. Estoy orgullosa del equipazo de Housekeeping que tenemos en Urso.

### ¿Cómo conociste ASEGO y cuánto tiempo llevas vinculada?

Tras regresar de Londres, tuve la suerte de conocer a Alicia Castro, mi mayor maestra y amiga, Presidenta de la Asociación de Gobernantas de Hotel y otras Entidades en aquel entonces. Hasta podemos presumir de celebrar juntas el cumpleaños, nacimos el mismo día y somos Libra. Yo veía mucho a Ana María Dobaño y a Pepa Pulido, me encantaba cuando se reunían hasta tarde en el Hotel y les escuchaba organizar, planificar las Asambleas anuales y las actividades de la Asociación. Siempre me decía que tenía que formar parte... yo era Camarera de Pisos y no me parecía apropiado, aunque siempre pensé que si algún día fuese Gobernanta, me sentiría más orgullosa de pertenecer a la Asociación. Ya en octubre del año 2017, entré a formar parte de Urso como Gobernanta y lo primero que hice fue inscribirme como socia de ASEGO.

### ¿Qué proyectos tienes para la Vocalía de Madrid?

Lo que más me preocupa de momento es darme a conocer a las socias y conocerlas yo a ellas. Que tengan confianza con el tiempo de escribir, de aportar feedback acerca de las actividades. Sobre esto podríamos ya empezar a trabajar para dar un giro a la Vocalía de Madrid empezando por aumentar ese poder de convocatoria.

El proyecto es ambicioso, sin duda intentaremos conseguir que gobernantas nuevas en la ciudad se asocien. En Madrid estamos viviendo un momento dulce en cuanto a la apertura de hoteles de gran lujo, debemos incorporar a sus Gobernantas. También hemos de ofrecer otra imagen, que no nos vean como una Asociación sólo de mujeres, sino también de hom-

bres. Así como para gobernantas que han llegado por promoción. La Vocalía tiene que ser un espacio para compartir experiencias, formación y orgullo de la profesión de Gobernanta. En la historia de ASEGO se han forjado también grandes lazos de amistad entre las socias, Junta Directiva y otras asociaciones bisagra que deben cuidarse también. De momento estoy empapándome de información, aprendiendo y dando la tábata con dudas que me surgen.

### ¿Cómo calificarías a las socias, intentarías rejuvenecer la edad media de sus integrantes?

No, mi objetivo es incrementar el número de asociadas con el fin de establecer una convivencia entre generaciones.

Yo me críe con mi abuela, ha sido la mejor educación que podía haber recibido, por lo que considero que para nosotras, las más jóvenes aprender de la experiencia de la veteranas es una oportunidad única. Y ellas, sé, que se lo pasan pipa viendo cómo ante situaciones complicadas nos faltan las tablas que a ellas les sobran. Son lo mejor que tenemos. Empezando por Ana María Dobaño, que espero no se jubile nunca de ASEGO. Ana, es una escuela andante. Luego está, el respeto, el cariño, el reconocimiento, eso es algo fundamental.

En cuanto a las Otras Entidades en Madrid, María José Serrano seguro que realizará una gran labor por su trayectoria como Gobernanta y como miembro de ASEGO.

### ¿Podrías comentarnos qué le falta y que le sobra a la Asociación y al Departamento de Pisos?

A la Asociación le falta el compromiso de algunas de las socias que no entendemos por qué no hacen actos de presencia. Este ausentismo

en actividades formativas y en celebraciones hace que nos planteemos cambios, sobre todo en propuestas de actividades y sus horarios. A la Asociación le sobra seriedad, creo que la imagen encorsetada de la gobernanta como profesional de hierro ya no es real. Ahora cuando está en boga hablar públicamente de las debilidades para salir fortalecidas, lo podemos transformar al término profesional y salir tan renovadas y airosas, al final la mayoría somos mujeres socias.

Uno de los grandes problemas es que nos da vergüenza que nos despidan o estar sin trabajo y de ahí un gran número de bajas de las socias, es un error porque la Asociación tiene bolsa de empleo y las compañeras estamos para escuchar, aprender de las experiencias y apoyar en la búsqueda de empleo.

**¿Podrías decirnos si existe en ASEGO una Vocalía ejemplo para el resto?**

Podría decir que obviamente Madrid tiene un peso esencial por estar en ella la sede nacional, aunque lleve poco tiempo puedo prometer que si las energías no me fallan seremos más importantes. Es indiscutible y visible todo el trabajo que está haciendo Sandra Martínez Starbuck, Vocal de Baleares.

Sandra lleva todas las cuestiones de marketing, visibilidad y RRSS de la Asociación en apoyo a nuestra Presidenta Lorena Moreno. Por otro lado, Sandra y Lorena han hecho un equipo junto con Schoolers para promover cursos formativos específicos para Housekeeping. En estos cursos estamos involucradas muchas socias de ASEGO, incluida yo. Schoolers es socio de honor de ASEGO. Me gusta mucho el ambiente que crea Cristina Fonseca en Comunidad Valenciana, siempre que organiza actividades tiene gran poder de convocatoria, cosa que en Madrid nos falta. En Canarias Ciona Ramírez también

destaca por organizar la ofrenda a Santa Marta, patrona de la Hostelería. Y en Andalucía Domingo Delgado, es un gran profesional, querido por ASEGO, gestiona la parte de otras Entidades. Al igual que, Beatriz González, que organiza de manera impecable todas las actividades para todo el año para las compañeras de Andalucía.

La Vocalía de Cataluña de la mano de Liliana Domingo es la más reciente, empieza poco a poco a obtener protagonismo, Lili es fantástica y las dos tenemos mucho trabajo por delante. Y como no, María Maroño en Galicia, que con lo especiales que somos las gallegas para salir de casa, tiene mérito por su veterania y poder de convocatoria

**En materia de formación, ¿Qué necesitan las gobernantas?**

Necesitamos más formación en Liderazgo. Todavía hay perfiles que no asumen la parte de gestión de personas, asumen el rol de trabajo pero no la responsabilidad de tener un equipo al cargo. En general, las personas tendemos a apartar lo que no nos gusta o resulta incómodo de llevar a cabo, la falta de formación genera esto. Deberíamos perder el miedo a apo-

yarnos a curiosear, a empaparnos, y antes de juzgar, observar y ver lo que los demás nos pueden aportar algo positivo para el ente común. Al final si una persona da el paso de asociarse en ASEGO será porque está interesada en convivir, compartir, relacionarse, aprender y enseñar. La Junta Directiva de ASEGO, empezando por la presidenta, Lorena Moreno es un ejemplo para cada una de nosotras, formación, afán de superación, visibilidad/presencia y positividad. Una de las cosas que me encanta presumir es que siempre cuento con la compañía de mi compañera María Reyes, Subgobernanta de Urso, para las actividades de ASEGO, como socia que es, siempre viendo el lado formativo de todas las actividades que llevamos a cabo. Siempre es un ejemplo para las demás socias, el compartir experiencias fuera del ámbito profesional con nuestras compañeras. También es enriquecedor, personal y profesionalmente.

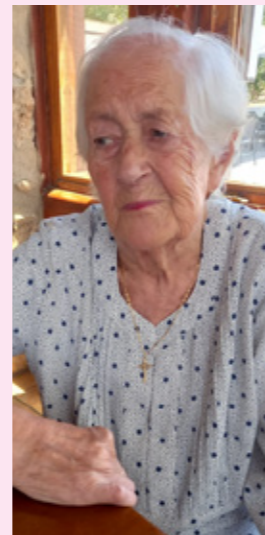
**¿Deseas añadir algo más?**

Deseo dar las gracias a Fernando Hidalgo por concederme el espacio para dar a conocer la Vocalía de Madrid, sólo puedo decir que estoy feliz y que me hace ilusión formar parte de la Junta Directiva de ASEGO.

**Necrológicas**

**María del Carmen Mourin Cela, descansa en paz**

Todo el equipo de HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, HR, deseamos dar nuestro más cariñoso y entrañable pésame a nuestra querida amiga, impulsora de la revista desde el número "Cero" y colaboradora Ana María Dobaño Mourin, Secretaria General de AEGO, por el fallecimiento de su madre Doña María del Carmen Mourin Cela. Doña María del Carmen Mourin Cela ha fallecido, a los 98 años de edad, en la madrugada del domingo 17 de septiembre en Granada. Desde éstas páginas lamentamos está sensible pérdida y deseamos dar un abrazo a toda su familia, especialmente a Ana María dobaño Mourin y a sus hijos, Rosalía y Fernando.



**Hilados Biete- Ressel amplía sus soluciones para Hostelería**

Hilados Biete-Ressel ha ampliado su gama de productos para Hostelería lanzando nuevas soluciones para recogida de residuos. Además de una serie de carros concebidos para todo tipo de establecimientos.

Una de las principales novedades ha sido su Cubo Orgánico especial para recogida de residuos orgánicos. Es la solución perfecta para recogida de residuos orgánicos en cocinas industriales, catering, restauración y establecimientos donde se manipulen alimentos. Tiene una capacidad de 10 litros. Con tapa abatible, asa ergonómica y orificios para airear el residuo. Por otro lado, Hilados Biete- Ressel lanza una nueva gama de carros: Evolution. Esta gama de carros para limpieza profesional ofrece distintas soluciones para limpieza en hoteles, restaurantes y hospitales entre otros; carros de limpieza con prensa, carros camarera y carros de lavandería. Se trata de una gama de carros en colores elegantes, en color gris neutro con elementos en color azul, dando un toque moderno y sofisticado.

**Hilados Biete-Ressel estará presente en Hygienalia 2023 en el stand J1. ¡Le esperamos!**



**Equipamiento para Limpieza e Higiene Profesional**



Hostelería + Residuos + Apartamentos turísticos + Cocinas Industriales

HILADOS BIETE S.L.

www.hiladosbiete.com • ressol@hiladosbiete.com • (+34) 96 533 07 47



## “Hacen falta prescriptores del ofiico”

La extremeña Raquel Contador Directora de Hostelería de la Escuela de MasterD es una de las profesionales más cualificadas para opinar sobre los motivos de la falta de profesionales cualificados y motivados en Hostelería. En MasterD se puede realizar un estudio personalizado y adaptado al estilo de vida, finalidad y objetivos de cada uno de los estudiantes.



### ¿Raquel nos puedes contar tu trayectoria profesional?

Estudié Publicidad y Relaciones Públicas; durante la carrera tenía claro que quería aunar de algún modo la comunicación con el Hecho Gastronómico pues, desde pequeña, siempre sentí una inquietud especial por la gastronomía. Me pasaba horas y horas leyendo las recetas de las revistas y viendo Canal Cocina.

Al finalizar los estudios universitarios, estudié el curso superior de restauración con la idea de ampliar conocimientos en Cocina y poder dedicarme con mejores garantías a la comunicación gastronómica. Logré mi objetivo y estuve trabajando en varias agencias de comunicación gastronómica en Madrid: en Aires News Comunicación y en Carmen Piera Comunicación (hoy CPC Cooking Ideas), donde tuve el placer de aprender junto a Gonzalo Sol, mi mentor, quien fue un gran divulgador gastronómico, siendo sus guías pioneras y precursoras de la guía Repsol. En el tránsito del cambio de agencia, creé mi blog Sinestesia Gastronómica donde transmito mis vivencias y practico lo que llamo “gastrosofía”, un mundo de emociones y sensaciones a través de los bocados. Tras cinco años entre letras y gas-

tronomía me lancé a cumplir otro sueño “viajar a algún destino con diferente cultura y vivir allí”, así pasé por Zimbabwe, Londres y Estados Unidos, trabajando en tiendas y restaurantes, entre otros sitios. Era colaboradora externa del máster de gastronomía de MasterD, labor que seguía realizando durante mis viajes. A mi regreso a España, MasterD decidió crear la Escuela de Hostelería y Turismo MasterD y confiaron en mí para coordinar este proyecto. Tras varios años en Madrid, desde finales de 2021, soy la directora de la Escuela, desde Zaragoza donde está la central de MasterD.

### Eres persona inquieta y activa, ¿Cuáles son tus actuales proyectos y retos profesionales?

Actualmente, en el ámbito profesional, estoy sumergida de lleno en la Escuela de Hostelería y Turismo, con el fin de consolidar nuestra formación entre las mejores del sector. A futuro, no descarto un gran giro en mi vida y emprender un nuevo proyecto, siempre relacionado con la gastronomía y, por qué no, en un nuevo destino. Me gustan los retos y estar en continuo aprendizaje; siempre hay oportunidades y, si se presentan, estaré lista para dar el paso.

### ¿Qué le falta y que le sobra a la formación actual?

En nuestros cursos actualmente no falta ni sobra nada, pues intentamos estar al día con los conocimientos y habilidades que requieren los perfiles profesionales del sector, focalizando nuestra formación en base a las ofertas de empleo y a las tendencias del mercado laboral. El foco está más bien en la falta de motivación e ilusión para traba-

jar en el sector; hay déficit de profesionales y tenemos que ir todos a una para volver a hacer atractiva la oferta laboral en hostelería y turismo. Se necesitan trabajadores con vocación y ganas, con actitud para dar un buen servicio y disfrutar con ello, profesionales que apuesten por la formación continua, prescriptores del ofiico.

### ¿Cuántos centros formativos tiene Master D en España y especialidades formativas?

El Grupo MasterD está presente en 36 ciudades, teniendo más de un centro en algunas localidades. Además, cuenta con 4 centros en Portugal, uno en Milán y da servicio a una comunidad de alumnos internacional. En cuanto a las especialidades formativas, MasterD cuenta con 14 escuelas especializadas de profesionales y 5 de oposiciones, con un departamento de Formación Profesional y Cursos acreditados para la obtención de las titulaciones oficiales FP en Pruebas Libres. En total, ofrece alrededor de 200 cursos.

### ¿Qué cuota de negocio representa la Hostelería para MasterD?

Supone el 3,24% de la cifra de negocio de MasterD.

### ¿Qué cursos y titulaciones pueden ofrecer a los profesionales de Hostelería?

Tenemos una oferta de cursos completa en base a tres áreas: gastronomía, restauración y turismo, con un portafolio amplio que cubre todos los perfiles demandados en el sector, desde cursos de cocina y pastelería, de sumiller, bartender,

jefe de sala, recepcionista, viajes y eventos, y guía turístico entre otros. Así como los másteres en Dirección Hotelera y Gastronomía y Food & Beverage. Cada año actualizamos contenido y hacemos lanzamientos de nuevos cursos, así, por ejemplo, este año incorporamos el Curso de Barista a nuestra oferta con una formación completa y única en el mercado.

### ¿En qué se diferencia MasterD respecto al resto de centros formativos?

Destaca la flexibilidad del estudio, ya que cada alumno realiza una formación personalizada y adaptada a su estilo de vida, finalidad y objetivos. La metodología abierta combina la formación a distancia, virtual y presencial que, a través de las nuevas tecnologías y un servicio docente de profesionales expertos, otorgan a los alumnos una formación eficaz y adaptable a cada persona. Además, los cursos añaden un plus de formación a través de módulos complementarios y de especialidad (más de 30) que los alumnos pueden realizar si lo desean (por ejem-

plo de curso de corte de jamón, de AOVE, de revenue management, de comunicación gastronómica, y de emprendimiento, entre otros). Por otra parte, ayudamos al alumnado a desarrollar y potenciar sus competencias para la empleabilidad con formación específica, así como las competencias digitales hoy tan necesarias.

Los alumnos cuentan con un orientador que les guía en sus estudios, figura clave junto con los entrenadores de todos los centros, en el avance y progreso de sus metas. Destacar también la bolsa de empleo propia y la amplia red de empresas colaboradoras con la que cuenta la escuela. En este sentido, MasterD ofrece asesoramiento laboral y prepara a los alumnos para que se incorporen al mercado laboral.

### ¿Qué tanto por ciento de alumnos de MasterD encuentra trabajo al finalizar los estudios?

Podemos decir que el 95% del alumnado consigue su meta y que el 80% consigue empleo en el sector en el que se ha formado. Hay

que matizar que hay alumnos que hacen el curso por hobby o que ya tienen trabajo y quieren especializarse, avanzar en su perfil profesional, o presentarse a las pruebas libres o acreditar sus competencias.

### ¿Deseas añadir algo más?

Solamente, añadiría que estoy agradecida por estar en continuo contacto con tantos profesionales de hostelería y turismo, donde disfruto de muy buenas experiencias. Donde hay que destacar la solidaridad, apoyo e involucración que siempre encuentro; gente dispuesta a colaborar y seguir creciendo, dando soluciones o intentando aportar lo mejor de su parte para darnos un momento de felicidad a todos y a cada uno de nosotros, ya que todos somos clientes en este sector.

Desde las escuelas tenemos que lograr crear nuevos maestros, ejemplos a seguir por su buen hacer, por su pasión compartida y que fideliza siempre.

**Especialistas en decoración para hostelería.**

DFI INTERIORISMO CONTRACT

www.pflinteriorismo.com  
info@pflinteriorismo.com  
T+34 981 979 284

## Priegola, la leche fresca de Madrid, llega a 230 establecimientos

Priegola marca madrileña especializada en la producción y el reparto de leche fresca a domicilio desde hace más de 80 años, continua su expansión y llega ya a 230 establecimientos de hostelería, distribución y tiendas de alimentación de la Comunidad de Madrid.



De esta manera, cafeterías de especialidad y restaurantes de diferentes puntos de la región como Faborit, East Crema, Toma Café, La Bicicleta, Misión café, Viridiana, ACID Café, Los Remos o Huerta Carabaña, entre otros; ofrecen cada mañana a sus clientes leche fresca de máxima calidad y de producción local. Asimismo, Priégola está también presente en la red de distribución de la Comunidad de Madrid y sus productos se comercializan en importantes retailers y los canales Horeca y distribución moderna, Priégola lleva más de 80 años entregando directamente la leche fresca cada mañana a los madrileños. En concreto, son más de 2.000 hogares los que reciben a primera hora de la mañana su leche fresca para desayunar.

Como apunta el director de Priégola, Tomás Ortiz, "llevamos ocho décadas produciendo leche fresca local de alta calidad y manteniendo la esencia de este tipo de negocios, pero mirando al futuro con innovaciones en materia de sostenibilidad. Además, también somos la marca de referencia en cientos

de cafeterías de especialidad, restaurantes y supermercados de Madrid para que sus clientes puedan disfrutar cada mañana de leche fresca y de todos sus beneficios". El portfolio de Priégola es cada vez más amplio y cuenta con su leche fresca: entera, semidesnatada y desnatada, así como la variedad sin lactosa. También dispone de mantequilla o leche con fermentos, como son el Lában y Simbiotic, este último con Probióticos y Fibra.

Además, complementa su servicio a domicilio con el apartado "Selección Priégola", formado por productos de calidad diferenciada como aceite, vinagre, ibéricos, queso, café, yogures o huevos frescos, entre otros; que elaboran pequeñas empresas familiares.



### Un producto de Madrid y para Madrid

Desde el año 2015, Priégola cuenta con el sello M Producto Certificado de Madrid, una marca de garantía y un distintivo de los alimentos madrileños con el que la comunidad quiere garantizar el origen y la calidad de los productos agroalimentarios. La marca de leche fresca también cumple con los máximos estándares de calidad, al disponer de la certificación AENOR en Bienestar Animal Welfair™, el más alto estándar europeo para las evaluaciones en granja de vacuno lechero.

### La sostenibilidad, en el centro del negocio

Actualmente, Priégola cuenta con una flota de 9 vehículos de reparto refrigerados para asegurar la temperatura necesaria y mantener la cadena de frío para que el producto llegue en perfecto estado a los clientes. También la leche fresca cuenta con un envase 100% de origen vegetal, hecho de cartón renovable y tapón de origen vegetal, evitando de media un 20% de emisiones de CO2 a la atmósfera. La materia prima del cartón procede de bosques gestionados de manera responsable y certificado FSC (Forest Stewardship Council), y las emisiones de CO2 para la fabricación de estos envases han sido neutralizadas a cero, gracias al programa CarbonNeutral.

## Guía comercial

### Accesorios para vinos

#### Starvinos, Popy Wine

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



### Aceites

#### Compañía Oleícola Siglo XXI

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

### Agua Mineral

#### C. 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

#### Confi letas

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



### Bodegas

#### Grupo Freixenet, S. A.

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



#### Osborne

C/ Fernán Caballero, 7  
11500 El 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

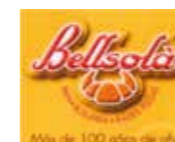
#### de Origen Ribera del Duero

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



### Congelados

#### Congelados Basilio

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



### Distribución Hostelería

#### Makro

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



### Distribución de pescados

#### Pescados Basilio

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



### Equipamiento

#### Electrolux Professional S.A.U.

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



**Embutidos**

**Simón Martín Guijuelo, S. L.**

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



**Instrumentos de medición**

**Instrumentos Testo, S.A.**

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



**Lavandería**

**Lavandería Asfam**

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



**Limpieza profesional**

**Ecolab**

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



**IPC Hospitality Solutions**

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



**Lavavjillas 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



**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.



**Tratamientos contra la humedad**

**MURPROTEC PRO+**

Calle Mar Mediterraneo 2, Nave 1  
Telf.: 900 19 54 00  
proplus@murprotec.es  
San Fernando de Henares  
28830 Madrid



**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 Herrereros, 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



## ¿Por qué elegir el renting de Electrolux Professional?

- Desde una sola máquina, hasta el proyecto entero con comodidad en la planificación de los pagos: cuotas constantes a lo largo de todo el contrato.
- No se adelanta el desembolso de la inversión, las cuotas se pagan con los recursos que la compañía va generando.
- Beneficios fiscales: las cuotas de renting son deducibles al 100% y dentro del periodo de financiación.

¿Quieres descubrir más sobre nuestra oferta?

¡Encuentra toda la información aquí!

<https://www.electroluxprofessional.com/es/solucion-de-renting/>

