

hr

Hostelería y Restauración N° 111

Marzo - Abril 2024

Revista técnico profesional de restauración, hostelería e industrias afines.

COMPRA MÁS

PAGA MENOS

**TAN
SEGUROS DE
NUESTROS
PRECIOS
QUE NOS LOS
TATUAMOS.**

makro

Portavoz oficial:



EXPERTOS EN TEXTILES Y COMPLEMENTOS
PARA HOSTELERÍA



**¿Ya tienes preparado todo
para la apertura?**

35 AÑOS
DE EXPERIENCIA
EN EL SECTOR HOSTELERO

GRUPOTOLEDO.COM



GARCIADEPOU



EL SURTIDO MÁS AMPLIO PARA LA HOSTELERÍA



www.garciadepou.com

Comprometidos con el medioambiente



PAPEL



CARTÓN



HOJA DE PALMA



BAMBÚ



BAGAZO



MADERA

FEEL GREEN

Tradición artesana en cada uno
de los procesos de elaboración

 Espadan
Corks

TAPONES DE CORCHO 100% NATURAL



Sumario



Presentaciones HR

Hostelería & Restauración, HR,
aboga por el networking profesional. 8

Reportajes

Sushita Green, más que un restaurante. 12

IV y V gama, aliados de presente y
de futuro. 16

Arrancando motores. 30

El futuro de los campos de golf,
perspectiva de cambio. 32

Cuando los pequeños
detalles nos definen 36

Actualidad

Elaboración un pan artesanal. 14

AMER. 20

ACYRE Barcelona. 22

Guext. 24

AEHH. 26

AEDH. 40

ASEGO. 42

Las Llaves de Oro. 46

Salud laboral en el Departamento de Pisos. 48

Empresas

IPSO calidad al servicio de la
Hostelería. 11

Electrolux Professional cinco
razones para elegir un horno de
alta velocidad. 18

TTS, el especialista en limpieza
ideal para el sector hospitalario. 23

Makro refuerza su apuesta por la
Digitalización en Hostelería. 29

Tork rediseña la experiencia
global de higiene para mejorar el
rendimiento comercial. 34

Grupo GM amenities exclusivos. 38

Alquimia elegancia natural. 41

Las toallas de Resuinsa cumplen
la normativa de calidad y
durabilidad. 45

Grupo Toledo servicio integral
para su establecimiento. 50

Guía Comercial. 51





PESCADOS **BASILIO**

Tu pescado más fresco directamente del Mar Cantábrico

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

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

Pide pescado fresco calidad de Asturias

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

☎ 985 260 166 📱 WHATSAPP: 661 22 75 85

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



EL PRODUCTO MÁS FRESCO
Pescados y mariscos
directamente de la mar



CUSTODIA DE FRÍO
Paquetería refrigerada



EMPRESA CENTENARIA
Con la mejor calidad

CONGELADO

FRESCO



CONSULTA NUESTRA LISTA DE CONGELADOS Y FRESCOS

www.pescados-basilio.es

Hostelería & Restauración, HR, aboga por el networking profesional

Continuamos organizando networkings entre asociaciones profesionales y empresariales de Hostelería con firmas del sector. En estos dos últimos meses hemos organizado eventos tan dispares como los realizados con Electrolux Professional, el Ayuntamiento de Almen-dralejo en Iberovinac y con el primer fabricante de tapones de corcho ecológico de la Unión Europea, Espadan Corks.

Si respetamos un orden cronológico, la primera presentación organizada de estos dos últimos meses ha sido el 27 de febrero con Electrolux Professional en su showroom de Madrid. Donde la multinacional ha presentado a una veintena de profesionales de Hostelería, en su mayoría Jefes de Hostelería de los principales hospitales de Madrid, como el Hospital Gregorio Marañón y el Gómez Ulla, las últimas novedades de hornos y abatidores en el mercado.

En esta jornada el chef de Electrolux Professional Nicolás Leblay Valdés ha realizado una demostración del concepto cook&chill, y lo que implica trabajar con horno y abatidor. De esta forma, ha mostrado la función del multitimer, que permite en una misma temperatura (90°C, vapor) introducir distintos tiempos de cocción. Utilizando la técnica de cocción al vacío ha elaborado verduras, salsas y postres; al mismo tiempo ha utilizado la sonda de temperatura para controlar la temperatura interna de algunas elaboraciones. Todas las elaboracio-



El Director General de Electrolux Professional dando la bienvenida a los asistentes

nes realizadas al vapor las han abatido en el abatidor SkyLine Chills.

El chef Nicolas Leblay ha mostrado la uniformidad de cocción con el uso de "Sky Duo", función que permite al horno y al abatidor comunicarse mutuamente, mostrando así la uniformidad de cocción de una carga completa de horno. A continuación, ha mostrado el nuevo gourmeXpress el horno de alta velocidad que trabaja con microondas, convección y "impigment" simultáneamente. Estas tres tecnologías pueden trabajar al unísono ofreciendo cocciones rápidas y estandarizadas en tiem-

pos cortos y de fácil utilización.

Finalmente, ha mostrado el Speedelight, equipo compuesto de microondas, infrarrojos y placas de contacto que trabajan conjuntamente. El equipo está preparado para trabajar de manera ergonómica y sencilla.

"Como realizar un proyecto de distribución de una cocina"

La segunda jornada informativa organizada por **Hostelería & Restauración, HR**, se ha celebrado el 5 de marzo en el Hotel NH Sevilla Plaza de Armas de la capital hispalense en colaboración con Electrolux Professional. Bajo el título "Como realizar un proyecto de distribución de una cocina". Ésta presentación ha contado con una importante presencia de estudios de arquitectura y de Decoración de Interioristas sevillanos, al asistir cerca de una treintena de los principales arquitectos y decoradores.

Esta jornada la han impartido Aranzazu Valero, FS Pre Sales Manager, Directora de Proyectos de Electrolux Professional y Verónica Molina, Directora de Marketing de Elrectrolux



Los seminarios de Electrolux Professional siempre muy instructivos.

Professional. Las dos han explicado mediante la utilización de planos de diversos clientes suyos (como restaurantes, hoteles y colegios) la tipologías de diversas instalaciones y el dimensionado del espacio. Además del máximo aprovechamiento de espacios con un orden lógico de trazabilidad y han destacado la importancia de tener presente la normativa vigente en seguridad alimentaria y prevención laboral.



Los arquitectos y decoradores de Sevilla muy interesados en las cocinas profesionales.

IBEROVINAC atrae a la distribución

La tercera actividad organizada por **Hostelería & Restauración, HR** ha sido para el Ayuntamiento de Almendralejo, Badajoz, con motivo de la celebración del Salón del Vino y la Aceituna de Extremadura, IBEROVINAC, organizado del 20 Al 22 de marzo. El compromiso de **Hostelería & Restauración, HR**, ha sido llevar al Salón distribuidores de Madrid y de Sevilla para realizar networking con los bodegueros expositores, así como organizar diferentes actividades paralelas para los distribuidores y bodegueros de confraternización, como la mesa redonda denominada "Análisis y evolución de la relación entre Bodegas y su Distribución". Este acto ha despertado gran expectación para distribuidores y bodegueros pertenecientes en

su mayoría a la Denominación de Origen Ribera del Guadiana. Los componentes de la mesa redonda han sido Francisco Javier Nieto Ortiz, adjunto a dirección de Bodegas Romales; Yolanda Sánchez, Directora de Compras de Bebidas de Calidad Pascual, y la ingeniero agrónomo y sumiller Rosa Caballero, quien ha representado en la mesa redonda a la mediana y pequeña distribución. Actuando de moderador el Director de **Hostelería & Restauración, HR**, Fernando Hidalgo.

Numerosos han sido los temas tratados, entre ellos las necesidades que tienen las bodegas para trabajar con una distribuidora determinada y al revés, es decir las exigencias de una distribuidora para representar a una Bodega. También se han analizado otros puntos, como la necesidad de for-

mación y promoción para el bien común de ambas partes y fundamentalmente las exigencias del consumidor final. Llegando a una importante conclusión que tanto Bodegas como la Distribución, ya sea pequeña, mediana o grande han de estar unidas para ofrecer lo mejor para el consumidor final.

Tras finalizar las mesas redondas, **Hostelería & Restauración HR** ha invitado a los Distribuidores a visitar todos los stands de IBEROVINAC, algunos distribuidores ya colaboran con Bodegas expositoras de IBEROVINAC y otras van a comenzar en corto y medio plazo. Entre las distribuidoras que ya colaboran con bodegas extremeñas pero que han potenciado su colaboración, destacan Codipral con Bodegas Romalesy Distribuidoras Bodegas Adan con Sani Primavera, entre otras.



Bodegas y Distribuidores debatieron la mejor forma de cómo llegar al consumidor final.



Los Distribuidores participaron en diversas catas.

Espadan Cork la mejor elección de tapones ecológicos

Otra de las actividades organizadas por **Hostelería & Restauración, HR**, en el Salón del Vino y la Aceituna de Extremadura, IBEROVINAC ha sido la presentación a bodegueros extremeños del primer tapón de corcho certificado por la Unión Europea.

El responsable de su presentación ha sido Adolfo Miravet Segarra, Ingeniero Forestal y empresario de cuarta generación del sector del corcho, quien ha explicado en primer lugar la localización y la abruptuosidad del Parqué Natural de la Sierra Espadan, situado al sur de la provincia de Castellón, de donde obtienen el corcho.

A continuación Adolfo Miravet ha explicado la saca, trabajo realizado con hachas y cuñas, de junio a agosto, cuando crece la piel nueva (camisa) debajo del corcho. Construyendo una especie de escalera con varas apoyadas en el tronco. Es el momento en el que los opera-



Adolfo Miravet explicó la importancia del corcho ecológico.

rios realizan la saca de arriba hacia abajo intentando conseguir que las piezas, que tardan de 12 a 14 años alcanzan un grosor de tres a tres centímetros y medio, salgan lo más grandes posibles. Los machos son los encargados de extraer el corcho a través del bosque hasta la pista.

Adolfo Miravet continuó explicando las diferencias de calidades del corcho castellanense con el procedente Portugal, Extremadura y Andalucía, diferenciando entre el crecimiento primaveral y otoñal, los verdaderos y los falsos anillos, las

influencias topográficas, térmicas, geológicas y pluviométricas en la pela y en las propiedades físicas del corcho; las lenticelas, las celdillas hexagonales, la porosidad, el bonizo (primer corcho), el segundero (segunda saca) y el que sirve para hacer tapones a partir del tercero.

También el directivo de Espadan Corks ha explicado la elaboración de tapones que se fabrica combinando la última tecnología, máquinas laser, 3D,... con procesos totalmente artesanales. Adaptando el proceso de elaboración al tapón ecológico dando lugar a un tapón totalmente natural, sin químicos, colorantes ni aditivos.

Por último, se han analizado las perspectivas futuras del sector, que pasan por la biodiversidad, paisaje, territorio y ciclos de vida en los bosques, promoviendo un futuro sostenible, buscando minimizar al máximo la huella y respetar el entorno, fruto de ello son las certificaciones que ostenta su empresa, Km. 0, Bienestar Animal, Euro Green Label, Producto Artesanal y producto Ecológico.



Gran asistencia de profesionales en nuestros actos de IBEROVINAC.

IPSO, la calidad al servicio de la Hostelería

El servicio de hostelería de primera clase empieza también con un servicio de lavandería de primera. IPSO lleva más de 40 años ayudando a los profesionales de hostelería a ofrecer a sus clientes el servicio de lavandería.



¡Es consciente de la importancia que tiene para su establecimiento poder ofrecer un servicio de lavandería de primera calidad!

Especialmente porque cuando sus clientes se dan cuenta de su atención al detalle, disfrutan más de su estancia. La solución in situ más adecuada para usted porque la lavandería es para **IPSO** su especialidad, al conocer todos los pormenores de la industria y enfocar en ella todas sus competencias, recursos e innovaciones a la hora de ofrecer soluciones a sus clientes. Por todo ello y por la visión exhaustiva de **IPSO** del sector, a través de una estrecha colaboración con sus distribuidores.

IPSO ofrece la solución en su establecimiento adaptada a sus necesidades. Conocen perfectamente las necesidades cotidianas de un establecimiento de hostelería de gran actividad.

También conocen las ventajas de decantarse por una solución de lavandería in-situ. Con **IPSO** podrá controlar sus gastos y la ropa que le confían los clientes, manteniendo al mismo tiempo un alto nivel de flexibilidad y una higiene máxima.

Ventajas que aumentarán el rendimiento de su servicio de lavandería

Cualquiera que sea el tamaño o el estilo de su establecimiento, cualesquiera que sean las máquinas que necesita para la lavandería de su hotel, hostel, motel, bar, restaurante, centro turístico y edificio de apartamentos. **IPSO** estudia todas sus necesidades concretas y diseña una solución a la medida.

IPSO tiene la experiencia y los conocimientos necesarios para asesorarle sobre las ventajas que puede obtener su negocio: **IPSO** ofrece la solución completa con el equipamiento necesario para una lavandería hostelera: lavadoras extractoras, secadoras, calandras y equipamiento de acabado. Servicio de lavandería de toallas en su propio local. Servicio de planchado. Limpieza en húmedo especializada para prendas delicadas.

¿Costos de lavandería excesivos afectan tus márgenes y la satisfacción de tus clientes?

Reduce gastos, asegura máxima higiene y gana 5 estrellas en lavandería con las soluciones eficientes de lavandería IPSO

YOUR SMART LAUNDRY PARTNER

ipso.com

Sushita Green, más que un restaurante

Sushita Green, ubicado en el Complejo Comercial Moraleja Green de Alcobendas, en Madrid, aporta novedades no sólo con su nueva carta y en su cuidada sala sino también porque en su interior se ubica su primera tienda física con diferentes vajillas y piezas únicas de colección, gracias a la colaboración entre Eugenia Martínez de Irujo y el Grupo Sushita.



a su vez por distintos ambientes. Cómodos sillones de distintas formas y estampado en color verde y de terciopelo naranja, paredes a juego con papeles de print vegetal, cojines que respetan la misma línea, sillas y butacas de bambú, mesas de piedra y maderas de distintas formas y tamaño aportan la personalidad singapurense.

El salón también dispone, nada más entrar al establecimiento, en la zona izquierda una gran estación de mesas de sushi donde un grupo de cocineros asiáticos preparan platos donde el sushi es el verdadero protagonista. Más al interior y superada la tienda de vajilla, observamos que el salón dispone con una zona junto a la terraza, en la que podría considerarse como una terraza cubierta, y un poco más allá cruzando una cristallera una verdadera terraza abierta al aire libre, decorada con mucha vegetación cuidadosamente seleccionada y puesta en puntos clave que consiguen crear un ambiente de auténtico jardín.

Sushita, con la apertura de su nuevo establecimiento Sushita Green, ha abierto su séptimo restaurante en Madrid. En él se puede degustar una amplia variedad de platos de fusión japonesa, con sabores de la cocina internacional y nacional. Además de contar con una carta para celiacos y otra para coctelería. Sushita Green es un espacio amplio y luminoso, con terraza que alberga un espacio para la tienda de vajilla Eugenia&Sushita.

ca, que esté un poco sobrecargado, enseguida se aprecia que todo tiene un sentido, un orden y una explicación complementándose a la perfección. No da sensación de caos, sino que contribuye a integrarse en el ambiente, a relajarse y a disfrutar. Sushi Green dispone de diferentes espacios, liderados por un enorme salón principal, muy luminoso gracias a sus amplios ventanales. Este espacio está organizado

Donde cada elemento de la decoración ha sido cuidadosamente seleccionado, inspirándose en la primavera asiática, fundamentalmente en la de Singapur, al transformarse en un paraíso tropical. Respetando el tradicional sello de identidad de Sushita ideado por sus dueños, Natacha Apolinario y Sandra y José Manuel Segimón, la decoración y el interiorismo de este nuevo restaurante es espectacular, muy cuidado y lleno de detalles como sus mesas, paredes, ventanales y rincones. Aunque tal vez parez-



Cocina asiática novedosa y sugerente

La carta es fruto del tratamiento con mimo de los ingredientes, utiliza materias primas con múltiples beneficios para la salud como el carbón activado, el agua alcalina o el miso en platos como el “mix de verduras crujientes rebozadas en carbón activado y salsa de yuzu y miel”. Algunos de sus beneficios son las propiedades antioxidantes, o la mejora del sistema inmunológico. por ejemplo el salmón lo traen de Noruega en exclusiva para ellos cada semana; utilizan agua alcalina con gran poder antioxidante que facilita la asimilación de los nutrientes. Asimismo utilizan ingredientes orgánicos y ecológicos en muchas recetas comenzando por el arroz y siguiendo por los huevos, harinas y verduras por ejemplo. Además, han incorporado alimentos como kale o quinoa e incluso sus pastas están elaboradas con harinas orgánicas, integrales y de espelta. Al igual que en el resto de los restaurantes de Sushita, en su carta se encuentran algunos platos clásicos del Grupo, los que más éxitos y demanda tienen, con una parte de no-

vedades y platos desarrollados en exclusiva para este establecimiento, con gran variedad de platos veganos y del Asia sudoriental. Entre los que figuran la Tempura de gambas rojas con salsa de chile dulce o el Maki especial California con langostino en pankó. De los nuevos destacan la Pizza de crujiente de salmón y alioli de trufa, las Gyozas de churrasco y su crujiente o los Mejillones chili crab estilo Singapur.

Otros platos, que cuenta ya con adeptos son la Pluma y lagarto ibérico con chimichurri de ajo amarillo y yakiniku; el Pato habano de langostino, txangurro y vieira, el Crispy Hong Kong Noodles o el sashimi de Hamachi con trufa y ponu. Entre los nigiri, sobresale el Nigiri de atún toro al carbón con crispy ginger, Ya entre los dulces su tarta Alaska, ha conquistado a todo tipo de comensales.

Sushita Green cuenta también con una carta para personas celiacas y con sensibilidad al gluten, versionando algunos de sus platos y creando otros nuevos, con el objetivo de que el comensal pueda disfrutar plenamente de la experiencia. En Sushita Green los cócteles tam-

bién tienen su espacio, como muestra la carta, creada por el reconocido bartender Yerary Monforte, bajo la filosofía de “cócteles Green” de forma que cada uno de los cócteles de la carta está elaborado con materia prima natural. Destacan los nuevos cócteles, como el Kombutcha Mule, Pisco de Frutos Rojos o Fresh Paloma, todos elaborados con productos naturales, con ingredientes como jengibre, miel, zumo de pomelo y kombucha.

Merece una atención especial su corner de vajillas de la marca “Eugenia&Sushita”, un proyecto ideado por Sandra Segimón, presidenta de Sushita, y Eugenia Martínez de Irujo.

Las vajillas de Eugenia&Sushita son pintadas a mano por artesanos portugueses, las cristalerías talladas al modo tradicional por especialistas de Turquía, Hay cerámicas procedentes de Puente del Arzobispo o Sicilia. Asimismo se ha creado una colección de manteles en colaboración con Güell Lamadrid, junto a los que se ha elaborado un lino estampado inspirado en los cuadros y dibujos de flores de Eugenia Martínez de Irujo.



Elaboración de un pan artesanal

A la hora de hacer pan de masa madre siempre hay preguntas que nos planteamos como la calidad del agua y de la harina, la temperatura de amasado y el tipo de amasado, Además de como será la temperatura ambiente y cuánto tiempo tardará en hacerse.

Pedro Hernández – Duende del Fuego (Isla de La Palma)



Unas de las claves para elaborar pan es la perseverancia y el cariño de como se hacen las cosas, porque desgraciadamente estamos acostumbrados a que todo sea ya.... Para ello debemos tener en cuenta una serie de claves como que:

¿Qué cantidad de masa madre se necesita para un kilo de harina?

Lo habitual es poner entre un 20 y un 40% de masa madre en relación a la cantidad de harina. Cuanta mayor proporción de masa madre tenga, más rápida será la fermentación.

¿Cómo saber si mi masa madre está lista?

Las burbujas: cuando vemos que en el recipiente que usamos hay burbujas, significa que la masa madre está trabajando y liberando gases, es decir, la tenemos activa. Esta es la primera señal.
La textura: ha de ser pegajosa y espesa, similar a un puré.

¿Cuántos días hay que alimentar la masa madre?

Veinticuatro horas después de la alimentación comenzamos a alimen-

tar cada 12 horas. La masa madre la tendremos lista entre 5 y 7 días. La alimentación se realiza volcando 35 gramos de nuestra mezcla a un frasco limpio. Conservar en un lugar templado con un repasador por encima.

Cálculo de la temperatura para elaborar pan a mano

Para obtener una temperatura, de la masa aproximada de 20°C, Tenemos que tener en cuenta varios factores: La temperatura base para la elaboración del pan a mano ha de ser 35°C. Es fundamental que el agua sea de calidad, principalmente de manantial y fría. Cuanto más lenta sea la fermentación de la masa mayor calidad tendrá el pan.

Amasado lento

El objetivo del amasado es mezclar todos los componentes de la masa,

a excepción de la levadura, que se incorporará cuando falten 5 minutos para la finalización del amasado. Consiste en que el agua incorporada se absorba, en gran medida, por el almidón y por las proteínas insolubles, éstas últimas empiezan a formar el gluten de la masa. El resto del agua, también llamado agua libre, disolverá los ingredientes solubles de la masa (sal y compuestos de la harina, entre otros). Una vez obtenido el amasado, es importante limpiar la superficie de trabajo para que quede limpia para la masa, cuanto menos se amase mejor. La masa tiene vida y hay que darle un tiempo de fermentación. Cuando la masa doble su volumen inicial, introducir en el horno a 180°C o a 200°C. Una vez dorada extraer del horno. Al tocar la base del pan en caliente ha de sonar como "un tambor", significa que ya está listo el pan.

Pan artesanal



Ingredientes:

1 kg harina.
(500 g harina para espolvorear).
300 g masa madre.
20 g sal.
500 ml agua buena.

Elaboración:

Mezclar en un bol harina y sal.
Mezclar en una jarra o cazo los

300g de masa madre con 500 ml agua a 15° C.
Mezclar con una paleta hasta formar una masa, espolvorear con harina, de la reservada, hasta que la masa este homogénea y se despege de todas las superficies.
Reposar en bloque y dejar a continuación fermentar en la bandeja del horno a temperatura ambiente. Cuando doble el volumen pasar al horno previamente calentado a 180°C. Dejar dorar y retirar del horno.

VIN LA VIE



VIN LA VIE  VINOS

69
peter_yel



Sumiller por la
Escuela Española
de cata y
especialista en
vinos de Jerez.

Vin la Vie Vinos, los mejores vinos en el Mercado de Ibiza

Este proyecto nace de una ilusión por ver la vida a través de los ojos de la tierra, y unos viñedos que producen un auténtico tesoro para nuestros sentidos: los vinos que podemos encontrar a lo largo de toda nuestra geografía. Pedro abandonó su trabajo de oficina por dedicar todo su tiempo a formarse en la cultura del vino y transmitir su conocimiento a todos aquellos que quieran pasar a tomar un vino y aprender de nuestra cultura vinícola que no tiene límites.

- Catas
- Catas a domicilio
- Presentaciones de bodegas.
- Asesoramiento en vinos.
- Catas team building.



IV y V Gama, aliados de presente y de futuro para la hostelería

Los alimentos preparados, cortados, pelados, troceados en crudo y envasados, o cocinados y listos para servir tras ser calentados, siguen ganando enteros en hostelería.

Gema Boiza



Bonito con salmorejo

Las razones de su éxito son muchas y variadas, entre ellas figura la capacidad que tienen para reducir el mano de obra y el tiempo de preparación de los platos en los restaurantes. También rebajar los costes de fabricación y elaboración, facilitar la rapidez en sus servicios, ahorrar espacio en sus almacenes y poner freno al desperdicio alimentario, al tiempo que aumentan la rentabilidad de los establecimientos. Deseo mostrar cómo estos alimentos llamados de IV y V Gama están consiguiendo aumentar su hueco en la restauración española.

Una restauración que ve cómo el cliente quiere comida variada, bien presentada y elaborada, apetitosa y servida con rapidez. Un múltiple desafío al que los profesionales de la hostelería tratan de dar respuesta sin sacrificar sus márgenes, en un momento en el que siguen recuperándose del duro golpe que recibieron en sus cuentas de resultados tras el estallido en marzo de 2020 de la Covid19. Una pandemia que arrasó con muchos de los locales de restau-

ración española y que arrinconó a otros dejándolos en una situación de ahogo o fuerte debilidad. Muchos de los que consiguieron salir de aquel agujero y hoy operan con normalidad lo hicieron gracias a sus sólidas estructuras y a un sistema operacional -donde en muchas ocasiones no faltó el delivery- que demostró ser el acertado, pero no sólo eso. Muchos de esos establecimientos también consiguieron mejorar sus cifras y volver a la senda de la rentabilidad incluyendo en sus propuestas gastronómicas alimentos de V gama o completando y aderezando algunas de sus preparaciones con otros de la denominada IV gama.

Variedad en la carta sin ampliar tiempos

Es que tanto los primeros como los segundos ayudan a que los locales de hostelería puedan ofrecer a sus comensales una carta amplia y disponible casi a cualquier hora sin que eso se traduzca en reforzar sus equipos de cocina, ni siquiera en las horas pun-

ta de mayor afluencia de público. Es más, esos alimentos de IV y V gama permiten que dichos locales vean, sin renunciar a una buena carta y de calidad, aumentada su productividad y con ella su rentabilidad, Pudiendo ofrecer prácticamente el mismo servicio a sus clientes también cuando el personal de cocina libra o coge vacaciones, reduciendo a su vez en un alto porcentaje el desperdicio alimentario que puede traer consigo la elaboración diaria de cocina con materias primas vírgenes.

Barrera al desperdicio alimentario

Calcular cuánta cantidad hacer en función de la clientela que se espera es uno de los grandes caballos de Troya de la hostelería en todo el mundo, y acabar con la cantidad de comida que cada día acaba en la basura un compromiso del sector. No es para menos teniendo en cuenta que, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el sector hostelero español es causante del 12% del desperdicio alimentario contabilizado anualmente en nuestro país,



Ensaladilla de gambas con pipas de mar (camarones fritos)

lo que se traduce en 840.000 toneladas, con las que se podría alimentar a muchas personas en riesgo de exclusión y a familias enteras con serias dificultades económicas para llegar a final de mes.

La IV y V Gama, un sector al alza

De ahí que en nuestro país existan ya centenares de empresas consagradas a la elaboración de productos de IV y V Gama en el segmento alimentario, así como compañías que han diversificado sus servicios apostando por esta rama. Eso explica que el número de empresas que se suben al carro de la IV y de la V Gama no deje de crecer en España, como también sucede con la cantidad de restaurantes que apuestan por estos productos. Productos que en la IV gama tienen que ver con frutas y verduras frescas que han podido ser peladas, cortadas, lavadas y envasadas, sin ser sometidas a ningún tratamiento térmico, estando listas para ser consumidas y comercializándose bajo la cadena de frío. Sirvan de ejemplo las bolsas de hojas de lechuga, las frutas troceadas, el champiñón en láminas... productos que mantienen intactas sus propiedades organolépticas y que tienen una fecha de caducidad aproximada de siete días. Mucho mayor es la fecha de caducidad de los productos de V gama en su amplia mayoría, cuyo límite de consumo puede extenderse hasta los 90 o los 120 días siguientes a contar a partir del día en que se han elaborado. Dichos productos corresponden a alimentos o platos que han sido preparados (precocidos) y envasados y están listos para su consumo, ya que sólo hay que calentarlos en microondas, hornos o planchas. En este listado se encuentran platos como verduras cocidas o hechos a base de carne, pescado, pasta y arroz, por ejemplo.



Boquerones fritos al ajillo

Garantía de texturas y sabores

Platos que al estar ya preparados permiten al hostelero ofrecer siempre la misma calidad, la misma textura, el mismo sabor; algo que el consumidor busca, especialmente si hablamos de las cadenas que operan en franquicia y ofrecen la misma carta independientemente de cuál sea la localización geográfica de sus establecimientos.

Platos que mantienen sus cualidades gastronómicas y nutricionales intactas - con texturas, sabores y aromas propios de los platos recién hechos- y que además disminuyen el riesgo de la seguridad alimentaria, reduciendo exponencialmente las probabilidades de que exista una contaminación cruzada, ya que con ellos se reduce y no poco la manipulación de los alimentos que en cocina se hace de ellos. Y es que en muchos casos se trata de abrir, calentar y servir a un precio que además suele antojarse competitivo.

Gastronomía y tecnología: un tándem perfecto

Es aquí donde la combinación entre gastronomía y tecnología arroja grandes ventajas al mundo de la restauración y la hostelería, facilitando mucho la gestión de las compras y elaboración

de los platos a los hosteleros y a sus profesionales de cocina.. Los alimentos de IV y V gama permiten además que los hosteleros no tengan que hacer grandes inversiones en ampliar sus cocinas o en contratar más personal si ven aumentado su número de comensales -algo que ha sucedido en muchos restaurantes que han visto cómo tenían acceso a expandir sus terrazas en época de pandemia-.

VI Gama

El éxito de los alimentos de IV y V gama podría ser, de hecho, la antesala de lo que ya se llama la VI Gama.

¿Qué es la VI Gama? La unión de trozos de alimentos compactados donde no faltan algas o proteínas. En España este tipo de productos ha llegado en forma de gulas y surimi en el sector del pescado y nuggets en el del pollo, pero gracias a las nuevas tecnologías se pueden desarrollar más aplicaciones en el sector del pescado y especialmente en los vegetales y frutas.

Algo que podría usarse para ser cocinado a la plancha, frito o empanado, para relleno de lasañas y hojaldres, entre otros alimentos. El tiempo dirá si la VI Gama llega o no para quedarse, como sí se han quedado la IV y la V gama.

Electrolux Professional, cinco razones para elegir un horno de alta velocidad

En el ámbito de las actividades culinarias, el tiempo suele erigirse como un factor no negociable. Si trabaja en una frenética cocina profesional o al ritmo vertiginoso de un restaurante de servicio rápido, la velocidad de las operaciones es un determinante ineludible del éxito, para estos casos Electrolux Professional ofrece la solución.



el sabor de los platos preparados. Esto confiere un valor inestimable al horno de alta velocidad, sobre todo dentro de la atmósfera dinámica de los ajetreados restaurantes, cafeterías y empresas de catering, donde cada instante es muy útil.

Versatilidad: una gran variedad de opciones de cocción.

Con sus múltiples prestaciones, los hornos de alta velocidad son equipos versátiles en el panorama culinario. Ahora puede preparar desde pizzas y repostería hasta carne y verduras.

El horno de alta velocidad de **Electrolux Professional** tiene diversos modos de cocción, que incluyen microondas, convección e impulsos de aire caliente y modos combinados, lo que ofrece a los chefs un abanico completo de posibilidades de cocción. Esta versatilidad permite experimentar con nuevas técnicas y recetas, para crear estupendos platos inéditos que sorprenderán a los clientes.

La fusión de velocidad y eficiencia constituye una fórmula fundamental para triunfar. Justo ahí entra en acción el horno de alta velocidad como una solución transformadora, capaz de elevar la productividad.

A continuación desglosamos las cualidades básicas que definen la experiencia con un horno de alta velocidad, desentrañando cinco razones inequívocas por las que este aliado culinario puede mejorar drásticamente su negocio. Cinco son las principales razones para elegir un horno de alta velocidad.

Eficiencia: ahorro de tiempo y preservación de la calidad

La esencia de un horno de alta velocidad está en su enorme potencial de ahorro de tiempo. Este prodigio culinario es especialista en combinar las proporciones perfectas de calor y velocidad, con resultados

de cocción impecables en una fracción del tiempo convencional. Su ritmo acelerado permite a los chefs y cocineros elaborar una carta más amplia de apetitosos platos en poco tiempo, con el consiguiente aumento de la eficiencia y la productividad. Esta brevedad crucial se consigue sin sacrificar la calidad ni



Eficiencia energética: pioneros en sostenibilidad

En una época en la que es crucial la sostenibilidad, el horno de alta velocidad **Electrolux Professional** está diseñado pensando en la sostenibilidad. Su gran eficiencia energética se traduce en menos gastos energéticos para la empresa, con un importante aumento de ahorro a lo largo del tiempo. Además, la alta velocidad de cocción del horno implica que tarde menos en calentarse, con la consiguiente reducción añadida de gastos en energía.

Diseño centrado en el usuario: mantenimiento simple e intuitivo.

El horno de alta velocidad **Electrolux Professional** facilita la vida al personal de cocina. Está concebido para que a los chefs y cocineros no les cueste nada utilizarlo y mantenerlo en excelentes condiciones.

Los controles son evidentes, ayudan a seleccionar el programa de cocción adecuado, cambiar la temperatura y el tiempo y a supervisar la cocción. Cuando toca limpieza, este horno facilita la tarea increíblemente. Gracias a su diseño, resulta sencillo y práctico de limpiar, lo que ahorra tiempo y energía a la brigada de cocina.

Compatibilidad con GourmeXpress y Speedelight

El horno de alta velocidad **Electrolux Professional** suma a sus atractivos una compatibilidad perfecta con sus compañeros culinarios **GourmeXpress** y **Speedelight**. ¡Al adquirir estas dos formidables soluciones se accede a todo un universo de deliciosas posibilidades! **GourmeXpress** lo simplifica todo y contribuye a ampliar el menú, abriendo un camino hacia el éxito y los beneficios extra. Es

como tener un mago que cocina todo tipo de platos deliciosos. Con **Speedelight** es el momento de preparar bocadillos, sándwiches, tostadas, pizza y muchas elaboraciones ¡Al combinar estos dos aparatos, los chefs pueden idear una carta interminable, que seducirá a sus clientes!

Si busca equipos capaces de todo – versátiles, eficientes y absolutamente fáciles de usar – con las soluciones de alta velocidad de **Electrolux Professional** le ha tocado el premio gordo. Son justo lo que necesita para elevar su productividad y creatividad a un nivel superior. El uso conjunto de **GourmeXpress** y **Speedelight** disparará la funcionalidad y la productividad de su negocio. ¿Y adivine qué? Sus cocineros podrán barajar un montón de nuevas opciones para el menú que sorprenderán por completo a sus clientes dejándoles una huella imborrable.



Asesoría Jurídica



La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, ofrece desde su creación, forma ininterrumpida, el servicio de asesoramiento jurídico especializado en hostelería. Este departamento desempeña las siguientes funciones:

Asesoramiento Jurídico: sobre todas las cuestiones que puede afectar a nuestro sector. Ofrece a todos sus asociados la posibilidad de obtener un asesoramiento integral en todo los aspectos concernientes a Hostelería abarcando cualquier ámbito del derecho, tanto en los planos consultivo

como judicial, desde una simple consulta hasta el más complejo recurso ante el Tribunal Supremo. Este servicio supone el compromiso de disposición permanente, absoluta confidencialidad, respuesta inmediata y adecuada resolución de los conflictos, que convierten a este asesoramiento en una fiel garantía para quien lo demande.

Información de las novedades legislativas y jurisprudenciales que puedan resultar de interés: Las tareas de asesoramiento se realizan no solamente a través de las conversaciones y reuniones

personales, sino también mediante la información periódica que se remite a los asociados por medio de circulares, relativas a las modificaciones legales que se publican en el Diario Oficial de la Unión Europea, Boletín Oficial del Estado, Boletines Autonómicos o trasladándoles las nuevas doctrinas y decisiones de los órganos jurisdiccionales.

Negociación del Convenio Colectivo de Hostelería y Actividades Turísticas de la Comunidad de Madrid: La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración es parte de la Comisión Negociadora de dicho convenio.

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

Nuevo Convenio Colectivo de la Comunidad de Madrid

El Nuevo Convenio de la Comunidad de Madrid se ha firmado el 2 de febrero en la sede del Instituto Regional de Mediación, Arbitraje y Conciliación.

Este nuevo Convenio Colectivo de Hostelería y Actividades Turísticas de la Comunidad de

Madrid tendrá una vigencia temporal del 1 de enero de 2023 hasta el 31 de diciembre de 2025.

El Convenio ha sido fruto del acuerdo las asociaciones empresariales representativas de hostelería, restauración y el ocio (entre ellas AMER) y las organiza-

ciones sindicales CC.OO. y UGT. Los principales puntos de este acuerdo figuran la regulación del nuevo plus compensatorio de formación, contrato a tiempo parcial, contrato fijo discontinuo y el seguro de incapacidad permanente y fallecimiento.



La hostelería madrileña considera un error prohibir fumar

Ante las informaciones aparecidas en medios sobre la inminente aprobación del Plan Integral del Tabaquismo (PIT), Hostelería de España junto con sus asociaciones (entre ellas AMER) considera que la pretensión de la prohibición de fumar en terrazas es desproporcionada y sólo desplazaría el consumo a otros espacios menos convenientes, generando un ocio desordenado, que perjudicará no sólo a la hostelería sino a la convivencia entre ciudadanos. Al tiempo que supondría para los profesionales de la hostelería una función de control que no les corresponde y que lleva a situaciones desagradables y de confrontación con los clientes. España ya se encuentra entre los países de la Unión Europea más restrictivos en lo que a la ley antitabaco respecta. Sólo Suecia, con unas condiciones

climatológicas diferentes a las de nuestro país, tiene vigente la prohibición de fumar en terrazas. En un país, con un liderazgo internacional en turismo, que recibió el año pasado 85 millones de turistas, este endurecimiento de la ley generaría confusión entre los visitantes, que no tienen esta medida en sus países de origen. Muchos de estos turistas vienen atraídos por el estilo de vida y modelo de ocio de nuestro país, donde las terrazas tienen un fuerte peso, al ser un espacio de convivencia que prácticamente se puede disfrutar todo el año.

La modificación legislativa supondría una pérdida de competitividad de España con respecto a países del arco mediterráneo, como Portugal, Italia, Croacia o Grecia, que no tienen esta prohibición. Desde el sector de la hostelería se insiste en la necesidad de que cualquier restricción adicional debe estar fuertemente respaldada por datos científicos, al tiempo que se tiende la mano al Ministerio para trabajar de manera conjunta en todas aquellas acciones encaminadas a la prevención y concienciación de los ciudadanos.



AMER se reúne con AHRCC de Buenos Aires

El presidente de la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER), Antonio Galán, y el presidente de la Asociación de Restaurantes y Tabernas Centenarios de Madrid, Alfonso Delgado, se han reunido con directivos de la Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés (AHRCC) de Buenos Aires, entre ellos su Vicepresidente Segundo, Carlos Yanelli, aprovechando su estancia en Madrid para estar presentes en FITUR. El encuentro se ha desarrollado en un clima de absoluta cordialidad y ha servido para intercambiar experiencias, comentar objetivos y problemas del sector a ambos lados del Océano Atlántico. Llama la atención el hecho de que, a pesar de la lejanía, ambas entidades com-



parten los mismos problemas en Madrid y Buenos Aires, entre los que destacan la problemática sobre gestión de residuos, terrazas anexas a los establecimientos de hostelería, entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual y dificultades para encontrar personal.

Ambas asociaciones se han comprometido a seguir manteniendo estos contactos, tanto en el plano institucional como en el personal, emplazándose a facilitarse información, iniciativas, proyectos y cuantas cuestiones resulten de interés para el sector.

Cataluña, Región mundial de la Gastronomía



En el año 2025, Cataluña se erigirá como cuna global de la Gastronomía, marcando un hito al convertirse en la primera región europea en ser honrada con tan distinguida designación. La ceremonia inaugural se ha celebrado en los jardines del Palacio de Pedralbes, congregando a destacados representantes del ámbito agroalimentario, eco turístico y gastronómico.

Entre ellos, se han dado cita Ferrán Adrià, del El Bulli Foundation, Toni Massanés de la Fundación Alicia, y Carles Vilarrubí de la Academia

Catalana de Gastronomía y Nutrición. Quienes han mantenido una mesa redonda sobre la necesidad imperante de una colaboración sinérgica entre todos los sectores implicados. Esta alianza se erige como piedra angular para alcanzar la excelencia gastronómica, meta que se vislumbra inalcanzable sin la contribución mutua.

El propósito de esta reunión inaugural ha sido iniciar a la campaña de adhesiones, incentivando la participación de todos los actores relevantes de la Gastronomía.

Actualmente, la distinción Cataluña, Región mundial de la Gastronomía cuenta con el respaldo de más de 200 entidades, agentes y personas, incluyendo la Asociación de Cocineros y Reposteros de Barcelona. Los profesionales interesados en sumarse a esta causa pueden encontrar el manifiesto y unirse a la iniciativa en la web: www.somgastronomía.cat.

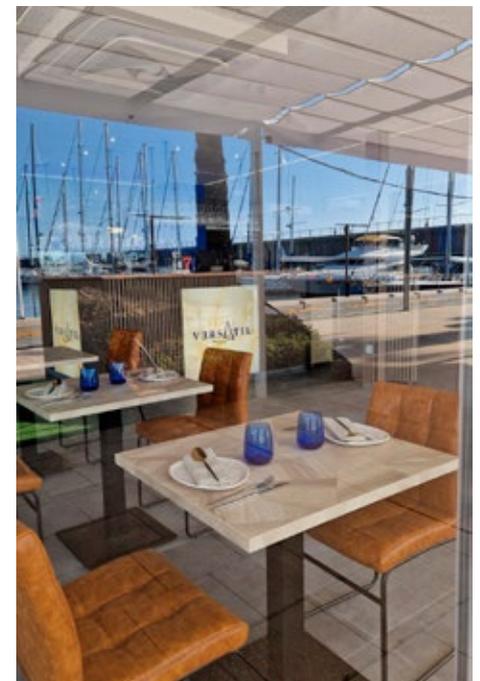
La designación de Cataluña como Región Mundial de la Gastronomía surge como parte de una iniciativa promovida por el Instituto Internacional de Gastronomía, Cultura, Artes y Turismo (IGCAT), con el objetivo de reconocer y fomentar el papel de las regiones que contribuyen activamente a mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos.

Este reconocimiento valora la diversidad de culturas alimentarias, la promoción de la educación para la salud y la sostenibilidad, así como la innovación gastronómica como pilares fundamentales para el desarrollo integral de la sociedad.

Espai Versàtil nuevo restaurante de Dragos Badea

Dragos Badea, vicepresidente de la Asociación de Cocineros y Reposteros de Barcelona, ha inaugurado el 16 de abril el restaurante Espai Versàtil, ubicado en el puerto de Badalona. Badea lo ha abierto conjuntamente con Silvia y Santos, propietarios del local Espai Classual también en Badalona. La esencia culinaria que define a Espai Versàtil se caracteriza por su oferta de gastronomía fina, con especial énfasis en los arroces marineros que adquieren su esplendor en el calor del horno de leña. Sin embargo, la excelencia no se limita a este plato estrella; cada creación

culinaria ha sido concebida con la intención de deleitar todos los sentidos y dejar una impronta inolvidable en la memoria de los comensales. La versatilidad también, como su propio nombre indica, es otro sello distintivo de este espacio gastronómico, que se presta para una variedad de servicios que van más allá de las comidas y cenas. Destaca la tentadora oferta de "tardeo", un concepto que fusiona la sofisticación de los cócteles con las tapas de autor, creando una experiencia gastronómica única que invita a disfrutar y compartir momentos exclusivos en un ambiente acogedor.



El especialista en limpieza ideal para el sector hospitalario

TTS Cleaning es una empresa italiana con filial en Barcelona especializada en el diseño y producción de equipos manuales para la limpieza profesional.

Los productos **TTS** son el resultado de 30 años de experiencia en el mercado, con un análisis cuidadoso de las necesidades específicas relacionadas con los diferentes sectores de uso. **TTS** ofrece más de 4.200 artículos fabricados con materiales de contractada calidad y caracterizados por un diseño orientado al usuario, exportados a más de 80 países en todo el mundo. La amplia gama permite obtener los máximos resultados con el mínimo esfuerzo, reduciendo el tiempo y el coste de las operaciones y su impacto medioambiental. El grupo de expertos de **TTS** puede definir los procedimientos de limpieza más eficaces para cada hospital, identificando los más adecuados entre sus productos y sistemas para obtener mejores rendimientos.

Los beneficios son considerables al realizar soluciones a medida, mejoras del estándar de calidad e higiene, control de contaminación cruzada, optimización de los recursos con el

consiguiente ahorro de tiempo y costes, formación del personal e imagen cuidada y profesional incluidos carros totalmente personalizables. Por último, **TTS** destaca por su compromiso con la protección del medio ambiente, que ha permitido alcanzar importantes metas como las certificaciones PSV - Plástico Segunda Vida y EU Ecolabel para

un gran número de artículos. Además, **TTS** ha iniciado en 2019 un programa de compensación a largo plazo que permite absorber totalmente las emisiones relacionadas con la producción anual de los carros Magic, haciendo que sean la primera línea de carros neutros en carbono.

www.ttsystem.com



Guext, una apuesta segura para Hostelería

IFEMA Madrid, en colaboración con FELAC, crea un nuevo salón en su agenda ferial, concretamente el Salón Internacional de proveedores y servicios para el sector Hospitality, Guext dirigido a la industria del hospitality y que se celebrará del 18 al 21 de octubre de 2024 en el recinto ferial Juan Carlos I de Madrid.



Rafael Olmo y Lola González

Guext se posiciona como una plataforma de vanguardia para el sector, fruto de la colaboración estratégica entre IFEMA MADRID y FELAC, Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines. Este proyecto conjunto nace con la visión de impulsar la industria del hospitality a través de un enfoque comercial y profesional especializado. Por este motivo, hemos decidido entrevistar a Lola González, Directora de Guext y al Presidente de FELAC, Rafael Olmos.

Lola González, Directora GUEXT

¿Nos puede comentar como ha surgido la creación de esta nueva feria y que objetivos tiene?

Lola González: GUEXT es el resultado de una iniciativa conjunta entre FELAC e IFEMA MADRID, concebida para atender la demanda de un evento profesional robusto y unificador para la industria española de equipamiento para Hostelería. Este esfuerzo colaborativo se fundamenta en la combinación de la profunda comprensión sectorial de

FELAC y la experiencia organizativa de IFEMA MADRID. Juntos, nos proponemos establecer un marco que favorezca el desarrollo comercial y profesional del sector hospitality, potenciando así toda la industria.

¿A qué sectores estará dirigida y qué segmentos de Hostelería cubrirá?

L.G.: Con la ambición de convertirse en el epicentro de la industria de la hostelería, GUEXT se diseña para acoger a un amplio espectro de profesionales del sector, desde fabricantes de equipamiento hasta proveedores de servicios.

Nuestro objetivo es ofrecer una plataforma completa que refleje todas las facetas de la industria, priorizando la inclusión de distribuidores, instaladores y prescriptores para asegurar una representación integral de la cadena de valor del sector.

¿Qué oferta abarcará y recogerá GUEXT?

L.G.: La feria GUEXT se distingue por presentar una selección exclusiva e innovadora de productos, servicios y soluciones digitales para el sector hospitality. Esta propuesta incluirá desde equipamiento y maquinaria hasta diseño y tecnología avanzada, enmarcado en un ambiente que promueve el intercambio de conocimientos y el fomento de oportunidades comerciales. A través de un programa diversificado de actividades, como paneles de discusión y sesiones de networking, GUEXT busca ser un catalizador para el avance y la innovación.

¿En qué se diferenciará GUEXT del resto de feria del sector?

L.G.: GUEXT se distingue por ser una plataforma creada conjuntamente por FELAC e IFEMA MADRID, lo que asegura un evento profundamente alineado con las necesidades reales del sector. Su diferenciación radica en el enfoque holístico y la capacidad de reunir a todos los actores relevantes de la industria en un solo lugar, en el momento óptimo para fomentar el diálogo, el intercambio de ideas y el establecimiento de alianzas estratégicas.

¿Qué plan de evolución tienen establecido para Guext (internacionalidad, fechas de celebración, periodicidad y forma de evolucionar para próximas ediciones)?

L.G.: El diseño y la evolución de GUEXT están marcados por una estrategia conjunta de FELAC e IFEMA MADRID, con el propósito de expandir su alcance internacional y adaptarse continuamente a las tendencias emergentes del mercado. La visión a largo plazo incluye no sólo consolidar la feria como un punto de encuentro internacional de referencia, sino también explorar oportunidades de desarrollo en otros mercados internacionales, abriendo el camino para futuras iniciativas conjuntas que respondan a las dinámicas globales del sector.

¿Apostarán por las actividades paralelas del salón para atraer a expositores y público profesional? ¿Nos puede decir algunas actividades programadas a celebrar en Guext?

L.G.: Entendiendo la importancia de las actividades paralelas para

el enriquecimiento de la experiencia de GUEXT, estamos diseñando un programa extenso que abarcará desde jornadas técnicas y demostraciones hasta charlas magistrales y oportunidades de networking. Este enfoque busca no solo destacar las innovaciones del sector, sino también crear un espacio propicio para la colaboración y el diálogo estratégico entre los diferentes actores de la industria.

Rafael Olmos, Presidente Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines

¿En qué consistirá la involucración de FELAC en Guext?

Rafael Olmos: FELAC está organizando conjuntamente con IFEMA MADRID la nueva feria Guext. Este proyecto, que verá la luz el próximo mes de octubre, supone una alianza estratégica entre uno de los principales operadores feriales europeos y la patronal de la industria española de equipamiento hostelero. Sin duda, esta unión garantiza el respaldo y la experiencia del sector en la planificación del evento, y el aval de un organizador ferial de primer orden para su ejecución.

¿Por qué motivos ha decidido FELAC apostar por esta nueva feria y no potenciar otras, incluso en algunas que han participado con anterioridad?

R.O: Como comenta Lola, Guext surge de la demanda de la industria española de equipamiento para hostelería de contar en nuestro país con una feria fuerte con capacidad de atraer al conjunto del sector en las fechas naturales para este. La elección del mes de octubre de los años pares para su celebración implica, por una parte, coincidir con el periodo de planificación de inversiones para el siguiente ejercicio por parte de la hotelería y la restau-

ración, y, por otro lado, alinearse con el calendario internacional de eventos feriales sectoriales. Asimismo, una celebración de viernes a lunes, con la inclusión del fin de semana, responde a la voluntad de favorecer la participación de los profesionales del sector, en este caso del pequeño y mediano distribuidor de equipamiento para Hostelería. La afluencia del visitante profesional a este gran encuentro también se verá beneficiada por una localización privilegiada como es la ciudad de Madrid, accesible desde cualquier punto de la península ibérica, y con excelentes conexiones también a nivel internacional, como con los países latinoamericanos y europeos. Sin olvidar que Madrid es una plaza relevante desde el punto de vista comercial para el sector hospitality. En definitiva, nos encontramos ante una nueva feria impulsada desde la propia industria proveedora, estando diseñada a medida de las necesidades de este sector.

Como presidente de FELAC ¿Cuántas empresas prevé de FELAC que participarán y cuáles serán sus principales alicientes?

R.O: Esperamos una gran participación por parte de las empresas con vinculación asociativa a FELAC. El mayor aliciente es hacer realidad la creación de una feria necesaria que el sector estaba esperando. Una nueva feria que sea el punto de encuentro entre la oferta de los proveedores de equipamiento y servicios de la industria del hospitality y su canal de venta, convirtiéndose en el evento ferial de referencia de este sector. Otros atractivos son que, aparte de ser un instrumento comercial generador de oportunidades de negocio, Guext también será

un escaparate de la innovación, y un espacio perfecto para el conocimiento y el networking.

¿En qué medida participará FELAC en la organización de actividades paralelas y networking?

R. O: FELAC e IFEMA MADRID son partners en este proyecto, por lo que la federación trabaja mano a mano con la institución ferial en el diseño de las actividades paralelas y el fomento del networking entre los profesionales del sector. En este sentido, estamos organizando conjuntamente #GuexTour, una gira de presentaciones de la feria por distintas ciudades de España que incluyen charlas sobre temas de interés sectorial y mesas redondas para debatir sobre el presente y futuro de la hostelería. Hemos estado en Barcelona, Valencia y San Sebastián, y las próximas paradas serán Lucena (Córdoba) en marzo, y Madrid en mayo.

¿Contribuirá FELAC en la promoción de Guext a nivel nacional e internacional?

R.O : Así es. Estamos realizando promoción dentro del ámbito asociativo, empresarial e institucional, tanto a nivel nacional como internacional. Además, por ejemplo, desde la Asociación de Fabricantes Españoles Exportadores de Equipamientos para Hostelería y Colectividades (AFEHC), entidad miembro de FELAC, estamos organizando una misión comercial inversa de prescriptores del sector de equipamiento para hostelería procedentes de México a Guext, a la vez que estudiando otras acciones.

Descubre la Nueva Era de la Alimentación Hospitalaria

El Hospital Germans Trias i Pujol de Barcelona apuesta por la Inteligencia Artificial para el control del emplatado y el control de ingesta en una clara apuesta de sostenibilidad y salud.

Yolanda Fernández Serrano, Responsable de Servicios Hoteleros del Hospital Germans Trias i Pujol.



Cada año, en España, se desperdician 90 kilos de alimentos por persona, incluyendo los hogares, comercios y restauración. Esta cifra aumenta exponencialmente si consideramos a toda la cadena de producción.

En los hospitales españoles se estima que un paciente hospitalizado puede desperdiciar entre 500-900 gramos de alimentos al día. Por suerte, la innovación ha entrado en escena para cambiar ese panorama.

El Hospital Universitario Germans Trias i Pujol ha sido un pionero en esta misión. Con el premiado proyecto “Minimización de las dietas hospitalarias” en 2015, ha liderado el camino en la reducción de los residuos alimenticios.

Este proyecto, que se inició en 2010, identifica y soluciona las cau-

sas del despilfarro alimentario. Con un enfoque basado en las 3R de la prevención de residuos (reducir, reaprovechar y reciclar), se ha observado una transformación radical:

Reducir: la primera etapa se centra en eliminar el desperdicio. Mediante la evaluación de las principales causas, como la falta de sincronización entre sistemas informáticos o las preferencias de los pacientes, se han implantado acciones para ajustar la producción de comida a las necesidades reales.

Reaprovechar: este segundo pilar del proyecto se centra en la reutilización de la comida viable. Con la colaboración de las ONG's integrantes de Pont Alimentari y la empresa adjudicataria del servicio de alimentación, se ha creado un sistema eficaz de donación de excedentes alimentarios, beneficiando a diversas entidades sociales y ayudando a cubrir las necesidades alimentarias de las familias más vulnerables de la ciudad.



Reciclar: la tercera fase promueve el reciclaje, asegurando una correcta gestión de residuos orgánicos. Esta práctica, sencilla pero crucial, ha llevado a una reducción significativa de los residuos orgánicos desde 2017.

Hacia un modelo de atención mejorada con IA

Con un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad, el Hospital Germans Trias ha abrazado la innovación con un emocionante proyecto de inteligencia artificial iniciado en 2023. Esta iniciativa no sólo reduce el desperdicio, sino que también mejora la calidad

de vida de los pacientes, detectando necesidades nutricionales y preferencias alimentarias con una precisión sin precedentes.

De la mano de la empresa Proppos, el Hospital crea el proyecto FoodStar con el objetivo de utilizar la inteligencia artificial en las imágenes de los alimentos para mejorar el estado nutricional del paciente relacionado con la ingesta durante su ingreso hospitalario y para prevenir el despilfarro alimentario.

Esta filosofía sostenible ha trascendido a otros hospitales del Instituto Catalán de la Salud, demostrando que la transformación

positiva de la hostelería hospitalaria puede trascender fronteras. Con cláusulas de control del desperdicio alimentario incluidas en los contratos de servicios de cocina, se asegura una adopción progresiva de estas prácticas en todo el sector.

Así, el Hospital Germans Trias i Pujol no sólo destaca en la atención sanitaria, sino que también lidera en la preservación del medio ambiente y en la mejora de la calidad de vida de la comunidad a través de la sostenibilidad. Es hora de abrazar esta nueva era de la alimentación hospitalaria y crear un futuro más verde y sano para todos.

Gastronomía y Nutrición unión para una alimentación perfecta

La primera edición de *Dreams #spainfoodtechtation*, celebrado en la última jornada de Madrid Fusión Alimentos de España, ha demostrado que la unión entre gastronomía y nutrición es la fórmula infalible para alimentarnos mejor.

Conseguir que la sociedad tenga hábitos alimenticios más sanos y sostenibles pasa por educar desde la infancia y en familia sobre los beneficios de nuestra dieta mediterránea”, explicó la psicóloga Carla Rodríguez, representante del Programa SII de la Fundación SHE, que pretende fomentar la salud cardiovascular desde la etapa preescolar. “Debemos inculcar buenos patrones de comportamiento desde la infancia, pero no desde una restricción, sino considerando a los niños como aliados para la transformación”, explicó. Una postura compartida por el Doctor Santi F. Gómez, director global de Investigación y Programas de la Fundación Gasol dedicada a la lucha contra la obesidad infantil, para quien “no hay que confundir saludable con sano, ni esperanza de vida con calidad de vida”, éste desveló también que sus estudios más

recientes apuntan a un “rápido deterioro en la dieta en edades comprendidas entre los 8 y 16 años. Estando muy condicionado al nivel socioeconómico, y especialmente acelerado por la pandemia”.

La medicina culinaria es el tema que se ha centrado la segunda mesa redonda. Moderada por el Doctor en medicina y catedrático de historia de la ciencia en la Universidad de Alicante Josep Bernabeu, quien explicó la relevancia de la figura del cocinero en las dietas de salud, formando un equipo ganador junto al médico y al nutricionista. “En la alimentación de los pacientes nos hemos centrado en el QUÉ, pero debemos pensar en el CÓMO, porque el hombre es un animal que cocina, no sólo se alimenta”, aseguró el doctor Miguel Ruiz Canela, director del departamento de medicina preventiva y salud pública en la Universidad de Navarra, para quien “es fundamental entender la nutrición a través de la cocina, porque algunas transformaciones químicas son buenas, y otras no tanto”.

La Doctora en nutrición en el Hospital Clinic y presidenta de SEDYN,

Violeta Moizé, añadió que “a la dieta hay que darle también un valor holístico, empezando por la planificación y la compra”, asegurando que “la medicina culinaria rompe las barreras entre el paciente y el terapeuta, al aproximar el lenguaje de ambos, y es una vía perfecta para la promoción de hábitos saludables”. Para ambos, la lucha contra el fenómeno ‘big food’ empieza por valorarse nuestra dieta mediterránea.

Los problemas de una microbiota infeliz

Porque, además de deliciosa, la dieta mediterránea es la preferida de la microbiota, desvelándose que sus estudios más recientes apuntan a un “rápido deterioro en la dieta en edades comprendidas entre los 8 y los 16, muy condicionado al nivel socioeconómico, y sobre todo acelerado por la pandemia”.

Es increíble el ecosistema hereditario de millones de microorganismos que habitan en nuestro intestino, según la periodista científica y autora del libro ‘La ciencia de la microbiota’ Cristina Sáez en su cla-



El Presidente de la AEHH, Miguel Ángel Herrera, Jaime Paniagua y Sandra Duque comentaron la importancia de la alimentación de los pacientes.

Porque, además de alergias e intolerancias, “una microbiota deteriorada atrae dolencias más graves como esclerosis, cáncer de colon o páncreas, enfermedades autoinmunes e, incluso, mentales. Por algo se dice que el intestino es nuestro segundo cerebro”, argumentó. Así, la mejor forma de cuidar a nuestras bacterias es una dieta equilibrada, “en la que no falten nunca las fibras o prebióticos que abundan en los vegetales, y fermentados o probióticos como el yogur o el kéfir. Lo ideal es acostumbrarnos a la ingesta de 30 gramos de fibra al día, pero llegar a ello de forma progresiva”.

En Dreams también se han analizado las intolerancias, especialmente en el impacto que tienen en la restauración, como ha mostrado el chef Diego Guerrero, comentando algunas advertencias y peticiones que recibe con las reservas en DSTAgE** (Madrid). Para la restauración, la tecnología es esencial, ya que “aplicaciones como la IA pueden crear al instante una nueva receta que evite aquellos alimentos que el comensal no puede tomar”, comentó Daniel Aguado, Customer Engineer en Google Cloud. Otras soluciones son alimentos alternativos como los que han presentado dos innovadoras startups,

en pleno proceso de escalado. La cofundadora de Wevo, Erika Reyes, describió su huevo vegano “cuyas propiedades nutricionales y organolépticas son idénticas al de origen animal”, y Daniel Gómez Bravo, cofundador de Bread Free, explicó las ventajas de la harina de trigo sin gluten, “porque además de por intolerancia, muchos consumidores se pasan al gluten free porque se sienten mejor”.

Alimentar para prevenir, y para curar

El último tramo de la sesión ha analizado las propiedades de la comida para mejorar nuestra salud. Comer de forma correcta ayuda en la prevención del cáncer es la idea de Ramon Perisé, director de I+D en Mugaritz ** (Guipúzcoa), que participó activamente en la edición del libro “Cocinar para vivir” del chef Andoni Aduriz y el doctor Fernando Fombellida. “Debemos comer sobre todo verdura, y después pescados y carnes, pero también tener muy en cuenta que es importante la técnica de combinarlos y cocinarlos, por su efecto simbiótico. Por ejemplo las coles con el ajo”, aseguró.

Si importante es la prevención, más lo es ayudar en los tratamientos de recuperación, que traen efectos

secundarios tan adversos como la ageusia, un trastorno en el gusto. Para combatirlo, se han presentado medidas como el recetario “El sabor perdido” que elaboró el chef Ramon Freixa para la Fundación MD Anderson Cáncer Center España, “para contrarrestar la pérdida o la transformación del sabor en los pacientes que hace que aborrezcan hasta sus comidas preferidas”.

La jornada se cerró con la alimentación de los pacientes se despidió en otra interesante mesa redonda, moderada por el presidente de la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria Miguel Ángel Herrera, en este caso abordando la cocina hospitalaria, “una rama que tiene limitaciones nutricionales, económicas y tecnológicas, pero que es fundamental para la recuperación física y emocional”, declaró.

Como ejemplo, el experto en disfagia Jaime Paniagua, que ejerce como logopeda en el Hospital La Fuenfría (Madrid) reclamó que “al alérgico se le adapta su dieta para que pueda comer más o menos de todo; al disfágico, igual que a otro tipo de dolientes, se les da una lista enorme de alimentos que no pueden comer, cuando en muchos casos consiste simplemente en adaptarlos a otros formatos”.

Algo con lo que está de acuerdo la chef Xandra Luque, de la Clínica Universidad de Navarra de Madrid .quien ya ha creado más de 1200 platos para atender todo tipo de patologías o particularidades de salud, como una crema de patatas revolconas con huevos fritos, o una de pochas a la navarra con albahaca.

Terminó indicando Xandra Luque su sistema de emplatado que es igual que la de un restaurante, ajustándonos a un presupuesto de 5,50 euros por paciente al día.

Makro refuerza su apuesta por la Digitalización en Hostelería

Makro, líder en distribución mayorista multicanal a hostelería en España, lanza su última incorporación a su oferta de soluciones digitales: Dish POS, con el objetivo de impulsar el desarrollo digital de los negocios hosteleros.



Makro, filial española del grupo alemán METRO, es la empresa de distribución del sector de la hostelería en España. Cuenta con más de 900.000 clientes y con 37 centros distribuidos en 15 Comunidades Autónomas. **Makro** ofrece al hostelero una experiencia de compra multicanal con

más de 42.000 productos, soluciones y servicios adaptados a sus necesidades, apostando por el producto local y por el producto fresco de calidad. En el año fiscal 2021/2022, **Makro** obtuvo unas ventas consolidadas de 1.461 millones de euros.



Makro gran apoyo a la Hostelería

La digitalización es una de las prioridades estratégicas del plan de crecimiento y transformación de **Makro**. La apuesta de la compañía por la digitalización tiene como objetivo mejorar de forma continua la eficiencia de su servicio, pero también desarrollar soluciones que faciliten la transformación y empoderamiento digital de bares y restaurantes como una vía para impulsar su crecimiento y mejorar su rentabilidad.

En este sentido, **Makro** lanza su nueva solución digital Dish POS, un sistema inteligente de TPV en la nube que ofrece una plataforma multifuncional para la gestión y optimización de los procesos operativos de los negocios hosteleros, desde los pedidos online o en sala hasta las transacciones de pago. Esta nueva solución, muy intuitiva y fácil de usar, cuenta con varios módulos para complementar Dish POS y adaptarlo a las necesidades de cada negocio: QR Ordering, que permite realizar o modificar pedidos en línea e incluso realizar pagos mediante el escaneo de un código QR o Dish Pay, un sistema de pago integrado en Dish POS que simplifica y agiliza las transacciones para beneficio de empleados y clientes. Además de la adaptabilidad, otra ventaja competitiva e innovadora de la nueva solución es que el servicio sigue operativo incluso si el sistema está offline, al incluir un servidor que mantiene el TPV 30 días conectado, aunque no se disponga de conexión. Dish POS se suma al resto de soluciones digitales DISH para facilitar la presencia online de los negocios hosteleros e impulsar el crecimiento, desarrollo y su rentabilidad.

Arrancando motores

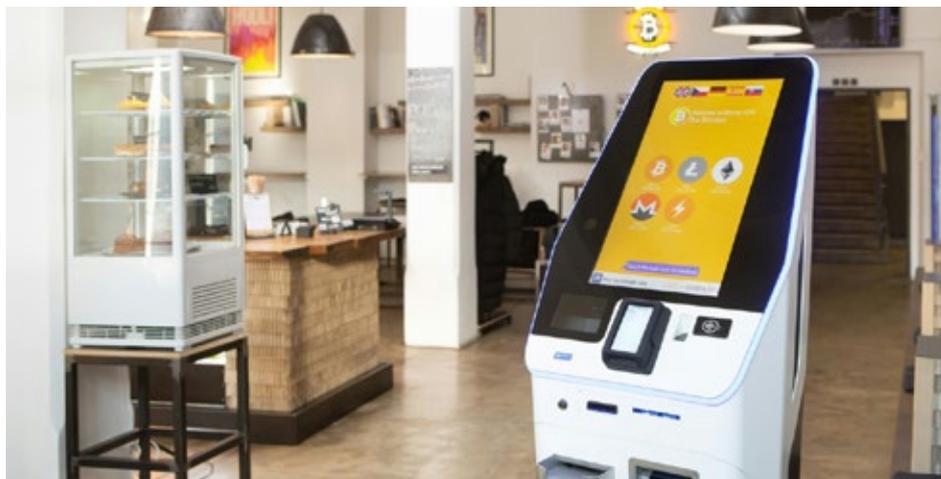
Hemos arrancado la temporada con la Semana Santa. Una Semana Santa que se preveía buena y que realmente, a nivel general se podría considerar de excelente. Hasta aquí, se podría decir que todo va bien. Y es aquí donde viene el “pero”.

Alfonso J. Villarejo. Jefe de Restauración Camping Park Playa Bará.

Los que nos dedicamos al mundo de la restauración en cualquiera de sus múltiples variantes, somos gente apasionada que disfrutamos y amamos nuestra profesión. Pero cada vez más, la situación en la que nos encontramos, adquiere tintes casi dramáticos. Y el principal causante es la escasez de personal con la que nos encontramos.

Según los últimos datos, nos faltan 50.000 trabajadores, entre camareros y cocineros para poder dar servicio esta temporada. Y si miramos hacia destinos insulares, la situación es todavía peor. Esta falta de personal, afecta sobre todo a la calidad del servicio ofrecido y a la satisfacción de los clientes. Es por eso que, para hacer frente a esta situación debemos dirigirnos en dos vertientes, complementarias y para nada enfrentadas. Y es el uso de las tecnologías y potenciar el valor humano que tenemos de cara a nuestros clientes.

Comencemos por el hueso más duro, el personal. Para hacer frente a un mundo cada día con menos personal, la clave del éxito radica en un trato personalizado o hiperpersonalizado, en un trato humano excepcional, en donde podamos hablar con el cliente de tú a tú y poder llamarlo por el nombre. Nuestros establecimientos no sólo sirven comida y bebida, sino que servimos experiencias. Nuestros clientes suelen venir, no sólo por nuestro producto, sino ade-



más, por las expectativas que generamos. Y es ahí, donde nuestro trato humano, creará la diferencia y el vínculo con nuestros clientes.

Pero para llegar ahí, no es fácil. Necesitamos profesionalidad y experiencia pero para que esto se dé, es necesario contratar profesionales cualificados. Después del covid, muchos profesionales, han visto alterado su camino profesional y se han cambiado de sector. Esto ha empeorado mucho la posibilidad de encontrar profesionales disponibles.

La tendencia a jornadas laborales interminables, mal remunerado y la complicación a conciliar, son causas de una pérdida de profesionales que, al comienzo de la temporada alta, hay que buscar sustitutos en estudiantes y otros perfiles que ven la restauración como algo temporal pero necesario para poder salvar la temporada. La estacionalidad es otro factor importante que hay que tener en cuenta. Temporadas cada vez más cortas y clima cada vez más extremo con veranos muy calurosos y una sequía acuciante cada vez más fuerte; hace que las temporadas de pri-

mavera y otoño puedan alargarse, pero la estacionalidad de muchos destinos son lastres muy fuertes. Las medidas para poder paliar en parte todo esto viene de la mano de la formación, medida básica y que pocos empleadores usan. Ya no menciono los créditos fundae que se pierden, sino de formaciones propias de los establecimientos que no se realizan. Una formación precisa y continua sobre todo en el lugar de trabajo, es la mejor manera de asegurarnos la mejora en las habilidades y los conocimientos. Los clientes cada vez son más exigentes y en la era 2.0, toda la información está al alcance de un solo clic. Por lo que es imprescindible que el personal esté bien formado. Las ofertas de trabajo atractivas van de la mano de la formación, para poder completar otra de las patas necesarias para conseguir una plantilla adecuada. Ya no son las empresas las que seleccionan personal, sino que son los candidatos los que nos evalúan, nos seleccionan y nos eligen para trabajar. Salarios competitivos, horarios intensivos y con pocos o ningún turno partido, son claves básicas a la hora de poder ofrecer ofertas que



puedan interesar. Y todo esto, en un clima laboral positivo y motivador. La otra pata es el uso de la tecnología y la digitalización. La automatización de procesos con herramientas que nos permitan una mejor gestión, como tecnología de Pdas o Tlas para realizar las comandas en los restaurantes. Un equipo de gestión de comandas digital e integrada para facilitar la comunicación entre sala y cocina. Incluyendo aquí los pedidos on-line, ya bien a través de QR, apps o páginas web ó a tra-

vés de T-Quiosk autoservicios que ya vemos desde hace tiempo en cadenas tipo McDonalds y que cada vez más se están instalando en otro tipo de negocios. Estos procesos sirven para reducir la carga del camarero y facilitar la tarea en cocina. La gestión de reservas, a través de aplicaciones tipo Covermanager o El tenedor. Ayuda a gestión de tiempos del restaurante, cargas de sala, gestión de personal según reservas, optimización de datos y feed back. Avisadores au-

tomáticos para los tiempos de espera, mejorando el tiempo de remonte de mesa y facilitando a la sala la gestión de dicho remonte. La robotización, entendamos, no solo el uso de robots, que dependiendo del establecimiento es más que imposible, sino la programación de tareas para generar procesos automáticos como limpiezas. Y por supuesto un buen programa de gestión y venta que nos ayude a tener todo controlado, para vender, gestionar stocks de inventario, controlar las mermas y los costes. Mis respetos a todos nuestros equipos que nos permiten hacer de nuestra pasión nuestro modo de vida, que cada día se esfuerzan por crear un servicio excelente, una comida deliciosa y llegar a convertir todas las expectativas de nuestros clientes, en experiencias gratificantes.

Con todo esto, sólo así conseguiremos afrontar la temporada que nos viene encima, que ya hemos arrancado motores con la Semana Santa y que como decía al principio, se prevé que será un año, no bueno, sino excelente.

EQUIPAMIENTO Y PRODUCTOS de decoración para hotelería.

SEBASTIAN
SUITE

www.sebastiansuite.com

contacto@sebastiansuite.com

T+34 604 005 505

El futuro de los campos de Golf en España, una perspectiva de cambio y desarrollo

Nos enfrentamos a un gran cambio en el futuro de los campos de golf en España en los próximos años. Más allá del crecimiento desenfrenado y especulativo del boom de la construcción.

Jesús Menéndez – Consultor



El mercado ha cambiado y las tendencias de crear campos de golf tienen gran recorrido, mucho más allá de crearse resorts y hoteles entorno a ellos. El futuro se centra en torno a los campos de socios y campos comerciales. Estas variaciones pueden impactar en la experiencia del golf en España. España, con su clima agradable y hermosos paisajes, ha sido durante mucho tiempo un destino privilegiado para los amantes del golf.

Sin embargo, en la última década, se han observado cambios significativos en la industria del golf en todo el mundo y España no ha sido una excepción. El mercado ha evolucionado, influenciado por factores económicos, sociales y medioambientales. La estacionalidad del turismo del sol y playa en algunas zonas de España como la Costa del Sol o la Costa de la Luz, ha sido reorientada hacia operativas de años completos gracias a la creación de campos que dan cabida a los jugadores de Europa, en especial de países escandinavos, Alemania, Holanda y Bélgica, así como jugadores ingleses e irlandeses que buscan

un clima agradable y una buena temperatura, aparte de eliminar la lluvia y la nieve de sus campos.

Evolución de los Campos de Golf

En los últimos años, hemos presenciado una transición en la percepción de los campos de golf, desde ser exclusivos para unos pocos hasta convertirse en espacios más accesibles y sostenibles. Los campos de socios, tradicionalmente reservados para aquellos que pagan una membresía, han experimentado cambios en su enfoque para atraer a un público más amplio. Durante la pandemia el número de socios ha aumentado en la mayoría de los clubs privados frente a la necesidad de estar en un espacio controlado en plena naturaleza para practicar un deporte social de forma individual, en familia o con amigos. El 2023 ha sido un año que ha mantenido ese espíritu de pertenencia a un club y donde la libertad de espacios se ha mantenido.

Campos de Socios: más allá de la exclusividad

Los campos de socios han comenzado a abrir sus puertas a nuevos segmentos de la sociedad. Se han dado cuenta de la importancia de diversificar su base de miembros para garantizar la viabilidad a largo plazo. Estrategias como tarifas de membresía más asequibles, eventos especiales y programas de iniciación al golf están destinadas a hacer que estos clubs sean más accesibles para un público más amplio. Además, los campos de socios están invirtiendo en tecnología para mejorar la experiencia del golf.

Desde sistemas de reserva en línea hasta aplicaciones móviles que

proporcionan información en tiempo real sobre las condiciones del campo, los clubs están adoptando la innovación para atraer a una generación más joven y tecnológicamente conectada. La digitalización ha beneficiado a este deporte.

Campos Comerciales: más allá del negocio

Los campos comerciales, por otro lado, han experimentado un aumento en la demanda gracias a su enfoque más flexible. Permiten a los jugadores pagar por juego en lugar de comprometerse con una membresía anual. Este modelo ha resultado atractivo para aquellos que desean disfrutar del golf de manera ocasional sin compromisos financieros a largo plazo. La funcionalidad de aplicar tarifas flexibles tipo "Early birds" para madrugadores, o las tarifas "twilight" aplicables en horarios donde puedes jugar todos los hoyos que quieras sin tener que ajustarte a 9 o 18 hoyos han dinamizado muchos de los campos.

Estos campos también han adoptado enfoques más relajados en términos de vestimenta y normas de juego, atrayendo a una audiencia que busca una experiencia de golf menos formal. Los campos comerciales están demostrando que el golf puede ser accesible y divertido para todos, independientemente de su nivel de habilidad o frecuencia de juego.

Sostenibilidad y Desafíos Ambientales

Una preocupación creciente en la industria del golf en España y en todo el mundo es la sostenibilidad. Tanto los campos de socios como

los comerciales están explorando prácticas más ecológicas, como el uso de céspedes resistentes al agua, sistemas de riego eficientes y la adopción de tecnologías amigables con el medio ambiente. La presión ambiental, las restricciones de agua y los problemas de conservación están llevando a la industria a replantearse su relación con el entorno. Los campos de golf están buscando formas de ser activos en la conservación de la biodiversidad y en la protección de los recursos naturales. A medida que miramos hacia el futuro de los campos de golf en España, es evidente que la industria está en un período de cambio y adaptación. La diferenciación entre campos de socios y campos comerciales se está difuminando, ya que ambos buscan satisfacer las necesidades cambiantes de una audiencia diversa. La sostenibilidad se presenta como un factor clave para el éxito futuro de los campos de golf en España, y aquellos que logren equilibrar la accesibilidad con prácticas respetuosas con el medio ambiente estarán mejor posicionados para prosperar en los años venideros. En última instancia, el futuro de los campos de golf en España dependerá de su capacidad para evolucionar con las demandas cambiantes de los jugadores y adaptarse a un mundo que valora la accesibilidad, sostenibilidad e innovación.



Tork rediseña la experiencia global de higiene para mejorar el rendimiento comercial

La higiene no es sólo una cuestión básica. De hecho, la pandemia y la crisis climática han provocado que los clientes, con una marcada orientación hacia la sostenibilidad, sean más exigentes con la higiene y su experiencia personal.



Según estudios internos de la marca **Tork**, 6 de cada 10 personas afirman que la limpieza es más importante desde la epidemia mientras que el 90% también considera clave un enfoque más sostenible. Actualmente la higiene se ha convertido en una forma de mejorar el rendimiento comercial. **Tork**, la marca de higiene profesional de la multinacional **Essity**, lleva más de 50 años rediseñando la experiencia global de la limpieza profesional para optimizar el negocio, mejorar la satisfacción en el lugar de trabajo y aumentar la eficacia de los procesos higiénicos.

Optimizar el negocio

Tork, líder mundial en higiene profesional, va un paso por delante para que el negocio prospere, ofreciendo un servicio integral, con los conocimientos, productos y servicios adecuados, que ayuden a mejorar los resultados comercia-

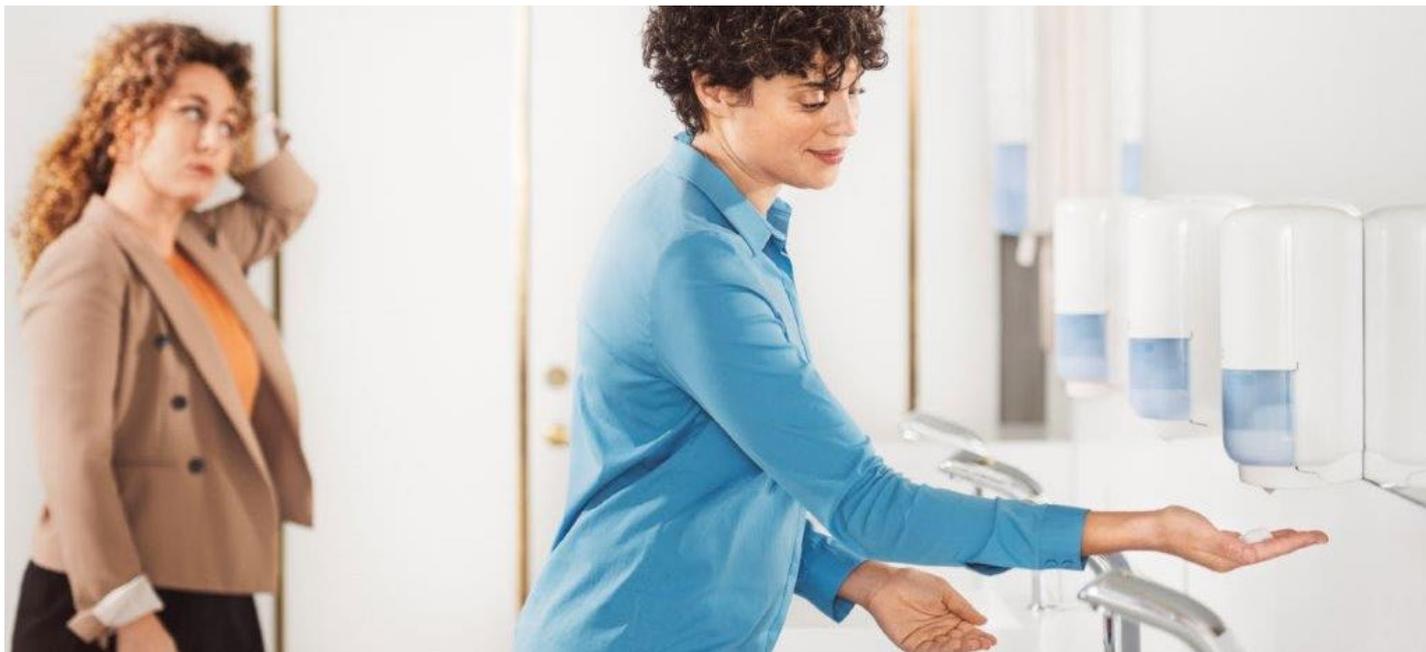
les. En este sentido, ha presentado recientemente **Tork Workflow™**, un nuevo servicio de consultoría profesional para restaurantes y negocios hosteleros que contribuyen a garantizar un entorno higiénico y sostenible desde la cocina hasta los aseos, pasando por las zonas comunes de atención al público, al tiempo que mejora la eficacia operativa y reduce los costes.

Mejorar la satisfacción en lugar de trabajo

Mejorar la satisfacción en lugar de trabajo

Tork es consciente que el bienestar es fundamental para el funcionamiento de una organización. La higiene, la salud y el bienestar están estrechamente ligados. Invertir, por tanto, en la mejora de la higiene en el negocio y asumir el compromiso de cuidar a los trabajadores permite contar con un equipo de profesionales más saludables y motivados, con menos bajas por enfermedad, así como clientes y visitantes más satisfechos. **Tork** tiene el objetivo de elevar los estándares de higiene para todos sus públicos. Su programa **Tork Clean Care** ayuda a mejorar la higiene de manos en el lugar de tra-





bajo. Es un tema importante para la marca, que desde hace varios años lleva a cabo campañas de sensibilización para mejorar el lavado de manos. Una buena higiene de manos es, en efecto, un factor clave en la lucha contra las infecciones y la transmisión de virus.

Aumentar la eficacia de la limpieza

Tork garantiza una limpieza de calidad, asegurando un nivel de higiene constante, con sistemas fáciles de reponer de gran capacidad, como **Tork PeakServe®**, que impide que el papel se acabe y da servicio a más usuarios entre recambio y recambio. Por otro lado, utilizando la limpieza basada en datos, con **Tork Visión Limpieza**, el personal puede saber cuándo y dónde es necesario limpiar y reponer. De hecho, reduce las quejas hasta en un 80%.

Y todo desde un punto de vista más sostenible

La sostenibilidad afecta cada vez más a las decisiones que toman los consumidores en su vida cotidiana. De hecho, existe una correlación positiva entre las actividades sostenibles y sociales y los resultados financieros de las empresas. En base a esta premisa, **Tork** afronta el abordaje de la sostenibilidad

desde tres pilares fundamentales: El bienestar, hacer más con menos y la circularidad.

La vocación de asesoramiento a nuestros clientes para que mejoren sus resultados en materia de sostenibilidad. Los productos y servicios de **Tork** facilitan a los clientes una gestión sostenible de la higiene al reducir el impacto medioambiental en todo el ciclo de vida del producto: materiales y embalaje, producción, producto en uso y residuos. La creación de valor para **Tork**, como empresa, para nuestros empleados, los clientes y la sociedad, en general.

Tork se ha fijado ambiciosas metas que hacen especial hincapié en contribuir al bienestar, el consumo responsable y una sociedad circular. Y lo han hecho utilizando la innovación como palanca para el desarrollo de productos y servicios, orientados al bien común, que son mejores para el negocio y para el planeta. Al adoptar un enfoque circular, desde **Tork** diseñan soluciones para reducir la huella de carbono y los residuos – como los dispensadores Carbono Neutro, o los **Tork SmartOne®** o **Tork Reflex®**, que reducen el consumo de papel hasta un 40%.



Cuando los pequeños detalles nos definen

Es enriquecedor descubrir un nuevo hotel. Especialmente, poder comprobar cada uno de los detalles que han pensado para sus clientes. Hay tantos profesionales detrás de cada buena decisión, que siempre es un placer poder disfrutarlos. Los amenities son un ejemplo de ello.

Loli Moroño, Directora Creativa P1 Interiorismo Contract

El ofrecer amenities de calidad a nuestros clientes es una ventaja por diferentes motivos, al facilitarles la rutina de tener que meter ciertos productos en sus neceseres y maletas, además de evitarles cierta tensión a la hora de los problemas de peso en el equipaje e incluso en los controles de los aeropuertos a la hora de volar. De esta forma, hay hoteles que ponen a disposición de sus clientes, paquetes de bienvenida, amenities o servicios que contribuyen a hacer nuestros viajes más confortables, transformando la experiencia del huésped. Los amenities, en el sector del hospitality consisten en objetos, servicios personalizados o detalles que se ofrecen a los huéspedes durante su estancia, en las unidades alojativas, a modo de cubrir ciertas necesidades, mediante productos de cortesía. Como artículos de cuidado personal, productos de higiene dental, afeitado, detalles de bienvenida o productos de escritura, entre otros. La industria cada vez nos ofrece mayor variedad, desde productos clásicos como jabones, champú,

gel de baño, gorros de ducha, utensilios para limpiar zapatos o kits de costura, hasta productos de los mejores laboratorios cosméticos. Hay tantos tipos de amenities, como tipología de huésped o de necesidad a cubrir. El objetivo a desarrollar es hacer la estancia más grata, confortable y cubrir posibles descuidos o necesidades totalmente imprevisibles.

Hay cadenas hoteleras que llevan años utilizándolos como herramienta clave de marketing o inclusive consiguiendo crear una necesidad al huésped, aportando una nueva fuente de ingresos adicionales. Dado que el cliente lo puede disfrutar durante su estancia, para luego poder adquirirlo y seguir utilizándolo en su rutina diaria. Incluso pudiendo repetir la experiencia de compra, de forma online. Como por ejemplo, agasajar la bienvenida mediante una buena copa de vino, dulces típicos, que pueden ser adquiridos.

Como es bien sabido por todos, los amenities de hotel están en cons-

tante evolución. Cada temporada surgen nuevas propuestas. Siempre que no suceda nada fuera de lo predecible, para este 2024 se prevé la tendencia de ofrecer un producto sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Nuestros huéspedes esperan encontrarse con productos ecológicos, biodegradables, orgánicos y naturales, pero a su vez, que nos evoquen su singularidad o particularidad del establecimiento, por ejemplo mediante productos o artesanía típica local.

Dependiendo de los amenities seleccionados, puede representar una gran diferencia ante las impresiones y experiencias de nuestros huéspedes. Los productos seleccionados, preferiblemente deben ser productos de alta calidad, con un diseño adecuado a la imagen global de nuestro hotel, cubriendo todas las expectativas comentadas.

A la hora de seleccionar dichos productos de acogida, debemos tener en cuenta tanto la tipología del alojamiento turístico, como al cliente objetivo, además de los valores y principios de la cadena. La industria nos ofrece gran selección de productos personalizados con los que reforzar nuestra marca, incluso nos permiten tener un mayor impacto positivo, pudiendo seleccionar aromas específicos, aportando un estado de ánimo a nuestro huésped deseado. Pero tenemos que saber que conlleva costes adicionales, desde el diseño a la producción. Al calor de la apuesta por ofrecer



Eurostars Liboa Baixa, (fotografía Eurostars).

un producto sostenible (eco-friendly), aportando una solución que reduce el impacto medioambiental, hay una preferencia en el mercado a los sistemas y productos presentados en formatos más grandes, mediante elegantes dosificadores a pared que reducen sustancialmente los residuos plásticos, frente a los amenities de un solo uso.

Los productos monodosis están siendo penalizados, no sólo por la legislación sino también por la conciencia medioambiental de nuestro huésped, de ahí que los mejores laboratorios cosméticos han realizado grandes apuestas, seleccionando al máximo sus envases y creando productos cuidados. Incluso proponiendo la posibilidad de rellenar dichos envases, alargando aún más si cabe, su vida útil. Los productos de amenidad son una fantástica herramienta de di-



Iberik Gran Balneario de Guitiriz (fotografía Ivan Casa Nieto).

ferenciación, además de un generador de emociones positivas, en un mercado tan saturado. Creando una experiencia personalizada para tu propuesta hotelera, aumentando las posibilidades de fidelización del cliente, además de aumentar el valor percibido de la estancia, dada su experiencia positiva.

La información que percibe nuestro huésped, es que el hotelero se preocupa de conceptos como la sostenibilidad, comodidad y el bienestar del cliente final. Además conseguiremos crear un ambiente acogedor, cálido, sin olvidarnos de que en todo momento estamos realizando un refuerzo de la propia marca hotelera.

**Especialistas en decoración
para hotelería.**



www.pfiinteriorismo.com

info@pfiinteriorismo.com

T+34 981 979 284

Groupe GM, amenities exclusivos

El Groupe GM, presente en más de 70 países, cuenta con más de 45 años de experiencia en el mercado y es uno de los líderes mundiales en la producción y distribución de amenities y accesorios para el sector hotelero.

Groupe GM está especializado en el segmento de marcas internacionales y locales de cosméticos para Beauty and Skin Care, Spa, Alta Perfumería y Lifestyle, ofreciendo soluciones exclusivas e integrales e innovando desde 2018 con su programa de sostenibilidad *Care About Earth®*,

Groupe GM ha puesto en marcha un conjunto de iniciativas y objetivos que se reflejan en un estricto compromiso con el medio ambiente. Desarrolla y presenta productos eco responsables con soluciones innovadoras sin comprometer la calidad cosmética, respetando plenamente las buenas prácticas de fabricación de la Unión Europea. Por ejemplo, en sus envases cosméticos para lograr evitar el uso de plásticos fabricados con recursos limitados, como los combustibles fósiles, **Groupe GM** ofrece dosificadores 100% de origen vegetal, especialmente derivados de la caña de azúcar y plásticos reciclados PCR (reciclado post consumo) y RPI (reciclado post industrial). Además, no sólo desarrolla nuevos tipos de dispensador sino que incentivan a los hoteleros a proceder al cambio de miniaturas monodosis por formatos mayores y más sostenibles. Sus formulaciones líquidas son eco diseñadas. Pueden utilizar hasta un 99% de productos de origen natural, son libres de formaldehidos, phtalatos y parabenos, no son tratadas con radiación ionizante, son dermatológicamente testadas y libres de crueldad animal.

Groupe GM tiene capacidad para producir formulaciones certificadas – Ecolabel EU, Nordic Swan Ecolabel, Cosmecert e Bio de Cosmos Organic e Biorius en las ca-



tegorías Vegana, sin OMG y sin Gluten. Asimismo acredita que la Cosmética Solida será el futuro. Estos productos 100% libres de plástico están disponibles en fórmulas de champú, gel de ducha y acondicionador. Su forma sólida utiliza nueve veces menos agua en la producción en comparación con las fórmulas líquidas clásicas. Son fórmulas sin jabón y con pH neutro, no contienen sulfatos, son veganas, están probadas dermatológicamente y sin crueldad animal.

Por su composición estas barras de cosmética sólida son ideales para las pieles sensibles y atópicas. Además, duran bastante más que su correspondiente líquido y se envasan en caja de cartón o papel.

En sus accesorios **Groupe GM** ofrecen embalajes en Papel o Cartón reciclado o reciclable. Han retirado las bolsas de polietileno (PO) del embalaje de sus accesorios y otros complementos (como zapatillas) para, de esta forma, reducir todo lo posible el uso de plásticos. Sus cajas de

cartón, catálogos y prospectos se imprimen usando barnices acrílicos con base de agua y tintas vegetales en envoltorios sostenibles fabricados de Papel FSC y Cartón reciclados y Papel PEFC. Incluso los accesorios están pensados y fabricados de forma más eco-responsable. Por ejemplo: bastoncillos de algodón en papel, cubiertas y bases de papel, accesorios fabricados con paja o almidón de maíz, vasos de papel reutilizable y compostable, accesorios varios en paja de papel, agitador cocktail y palillo en madera y cepillo de dientes en bambú, entre otros.

En la Península Ibérica, **Groupe GM** apuesta en el área de "Guest Supply" con una amplia gama de equipamientos de calidad y representaciones exclusivas e innovadoras de marcas reconocidas. Entre su creciente cartera destacan carros de camarera, camas supletorias, planchas, secadores de pelo, hervidores y bandejas, artículos de piel 100% reciclados, entre otros, que cumplen con las certificaciones de seguridad exigidas por la Unión Europea.

La personalización de amenities, accesorios y artículos de merchandising tiene un papel importante en el sector hotelero, por lo que **Groupe GM** cuenta con un equipo joven y dinámico de designers y procurement que dispone de una amplia cartera de productos y colaboradores para ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades de los clientes. Inspirados en los valores fundamentales de la empresa - confianza, respeto y excelencia - **Groupe GM** se compromete a construir un modelo de negocio sostenible. Pretende ser una influencia positiva en las comunidades en las que opera, así como preservar el planeta y contribuir al bienestar de sus empleados.

Tiene un enfoque franco y claro, practica una política de puertas abiertas y estimula la participación en los procesos de toma de decisiones, en un clima social informal en el que se fomentan la proactividad y el trabajo en equipo.



GUEXT

Salón Internacional de Proveedores y Servicios para el Sector Hospitality



**18-21
Oct
2024**

Recinto Ferial
ifema.es

**El lugar adecuado,
el momento oportuno.**



Creada la Asociación de Directivos Hoteleros Europeos

La XX edición del Congreso de la Asociación de Directores de Hoteles de Portugal, ADHP, celebrada en Aveiro ha contado con la participación de la Asociación Española de Directores de Hotel. El principal acuerdo ha sido que España asumirá la presidencia de la European Bound of Hospitality Leadears (EBHL).

La Asociación de Directores de Hoteles de Portugal ha elegido la ciudad de Aveiro para celebrar los días 21 y 22 de marzo su tradicional congreso. En esta ocasión ha contado con la presencia de otras asociaciones hoteleras como AEDH, A.D.A y HDV, que junto con sus representantes han sido los partícipes de las diferentes mesas y actividades.

Este congreso ha acogido diferentes mesas redondas en las que se ha tratado el impacto de la marca para el destino, los valores de la hostelería, la importancia de la formación ejecutiva en el contexto del trabajo internacional y la importancia de la aviación para los diferentes destinos. Todos estos temas buscaban predecir el porvenir de la industria. Este encuentro internacional de directores de hotel ha contado con la presencia de Manuel Vegas, presidente de la AEDH; Fernando Garrido, presidente de ADHP; Bartolo D'Amico, presidente de A.D.A y Jürgen Gangl, presiden-



te de HDV. El moderador del acto ha sido Carlos Díez de la Lastra.

Además, el Congreso también ha servido para celebrar la unión de la HDV a la alianza entre Asociaciones de Directores de Hotel, que comenzó su andadura en 2022, gestada por la AEDH. Ese mismo año se incorporó la Asociación de Portugal (ADHP), mientras que en 2023 lo hizo la Asociación de Italia (A.D.A) hasta que finalmente en 2024 se ha incorpo-

rado la Asociación Alemana (HDV). El 23 de marzo, tras una reunión entre las distintas asociaciones nacionales se ha creado la European Bound of Hospitality Leadears (EBHL), recayendo la gestión y consolidación de la alianza sobre la Asociación Española de Directores de Hotel, con el firme compromiso de incluir a Francia y Grecia en el encuentro internacional de directores que se celebrará en Madrid, el próximo 15 de noviembre.



La AEDH asume la presidencia European Bound of Hospitality Leadears (EBHL).

Alqvimia, elegancia natural

Groupe GM, uno de los principales fabricantes y distribuidores mundiales de cosméticos y accesorios para hoteles lanza una nueva gama de amenities de la marca española pionera en cosmética natural Alqvimia.



En 1984, a partir de la creación de un concepto pionero de concepción global y holística de la belleza y el bienestar que va de la pureza de la naturaleza a la excelencia de la experiencia, Idili Lizcano, filósofo y perfumista, decidió poner en mar-

cha su proyecto de vida, al que llamó Alqvimia. Fruto de su pasión y visión, fundó la empresa en 1984. Casi 40 años después, Alqvimia ha mantenido su amor, creatividad y respeto por la naturaleza.

Gracias al arte de la aromaterapia, la magia de la perfumería y la antigua ciencia de la alquimia, se extrae el alma de las plantas para conectar con la nuestra propia y transformarla. En línea con el programa de sostenibilidad de **Groupe GM - Care About Earth®**

- la nueva gama hotelera, con una formulación vegana, está disponible en dosificadores de gran capacidad como el Ecopump (300ml),

de plástico reciclado con bomba en bio resina, y el Ecofill (300ml). Se presenta en Champú, Acondicionador, Gel para Manos y Cuerpo y Loción para Manos y Cuerpo.

El sistema Ecofill, un dispensador de gran capacidad, tiene características únicas e innovadoras, como recargas selladas y trazabilidad del producto, seguridad y facilidad de manejo y eco-diseño sostenible centrado en la reutilización y la reciclabilidad.

Un jabón de 25 gr con certificación RSPO Mixta (Roundtable on Sustainable Palm Oil), envasado en papel plisado, completa la gama.

ALQVIMIA



María Díaz premio Madrid Acoge



Deseo ponerles en antecedentes, mi nombre es María Díaz Villapalos. Tengo 30 años, estoy casada con un hombre maravilloso y tengo 3 hijos, que son 3 soles. Soy gobernanta de uno de los hoteles más especiales y exclusivos que tiene Madrid, Gran Hotel Inglés. Estoy enamorada de mi trabajo.

El pasado 29 de noviembre, recibí un mensaje de mi querida compañera y amiga gobernanta Ana Felpeto, recordándome que era el último día para presentar la candidatura al Premio Madrid Acoge. Hacía apenas dos semanas que me habían admitido en la Asociación Española de Gobernantas, ASEGO, y me propusieron presentarme para representar a nuestra asociación. Cuando me explicaron que el premio consistía en reconocer y valorar a los jóvenes profesionales del turismo de Madrid, mi cabeza se llenó de dudas, ¿qué tenía yo de especial para que pudieran dar-

me un reconocimiento como ese? Fue entonces cuando hablé con el Sr. Caralt, director general de mi cadena hotelera Hidden Away Hotels. Fui con el convencimiento de que me quitaría la idea de la cabeza, diciéndome que no tengo tiempo para prepararlo y que no me veía capaz de competir contra conserjes, guías y recepcionistas. Al contrario el Sr. Caralt me miró fijamente y me dijo: "te vas a presentar y te vamos a ayudar en todo lo que necesites". Teniendo el gran apoyo de la dirección, comencé rápidamente a escribir el "porqué mi trabajo como gobernanta general era importante para acoger al cliente en la ciudad de Madrid".

Tras pasar a la final, junto a otras dos talentosas compañeras, Carmen Marchese y Adriana Bordea, trabajé en la presentación final de mi candidatura. Mi compañera y amiga Elena Díaz, asistente del Sr. Caralt, me ayudó en todo momento y me sufrió preparando la presentación y acompañándome el día de la final.

Llena de nervios, llegamos a la Sede del Turismo del Ayuntamiento de Madrid, ubicados en la Plaza Mayor, media hora antes de lo previsto. Tras media hora eterna, me comentaron que sería la última en presentar. Tras otra media hora con la boca seca, entré ante un jurado al que no podía respetar y admirar más. Los "peces gordos" del turismo de Madrid estaban todos ahí, sentados frente a mí, representando a asociaciones importantes de Turismo, estaban allí para escucharme. Para mí, eso ya era un premio. Al terminar la presentación y llena de agradecimiento, mis ojos emocionados se humedecieron discretamente cuando prácticamente todos los miembros del jurado me llenaron de halagos y de enhorabuena por mi trabajo y mi presentación. Fue sin duda, uno de los mejores momentos de mi carrera profesional. Ya no necesitaba más. A los 10 minutos, nos hicieron volver a entrar a las tres para dar el veredicto y me nombraron ganadora de la XV Edición de los Premios



María Díaz con miembros de la junta directiva de ASEGO.

Madrid Acoge. Ahí ya sí, lloré. Rebo-saba de alegría, no me parecía real lo que estaba sucediendo y en ese estado, aunque bastante más tran-quila, cuatro meses después y den-tro de la edición de FITUR 2024 me entregaron una preciosa Menina. El hecho de que mi marido, mi padre, mi madre y mi hermana estuviesen allí, apoyándome como siempre han hecho, me volvió a remover el corazón. Son mis mayores fans.

El acto fue presentado por el presi-dente de la AEPT, Santiago Vallejo, que recordó a los asistentes el espí-ritu del Premio Madrid Acoge. Agra-deció al Área de Turismo del Ayun-tamiento de Madrid el patrocinio del Premio, así como la colabora-ción de la Fundación Intermundial. Tomó la palabra Manuel López, con-sejero delegado de la Fundación Intermundial, para hacer una breve introducción sobre mi trayectoria

profesional. Cuando tomé la pala-bra y tras varios agradecimientos, en especial a mi querida ASEGO, a la AEPT, a la Universidad Com-putense de Madrid (donde cursé mi Grado en Turismo y mi Máster en Dirección y Gestión Hote-lera), a mi maravillosa familia, a mis profesores profesionales du-rante estos años y a mi mentor y maestro actual el Sr. Caralt... con-cluyó el acto con el discurso de Almudena Maíllo, concejala de Tu-rismo del Ayuntamiento de Madrid. Sus palabras nos llenaron de fuer-za para continuar haciendo la gran labor que caracteriza a los jóve-nes, representantes del presente y futuro del turismo de Madrid.

¿Qué ha derivado de este premio?

Mi sentido de la responsabilidad con mi trabajo se ha multiplicado. Para poder dar el mejor ser-

vicio al cliente, hemos de aportar control y saber gestionar un de-partamento. Cuando la realidad empresarial está controlada, se puede aspirar a la excelencia.

Para una gobernanta acoger a un cliente es esencial que se sienta cómodo. Debemos planificarle una experiencia en la que se sienta como en su casa. Hemos de tratarle como un cliente especial y no como un número de habitación, hemos de hacerle sentir como un invitado y no simplemente una reserva nueva. Ésta es mi máxima para realizar un buen trabajo diario.

Me encantaría transmitir a mis compañeros que si tenemos esto en mente a la hora de trabajar, Ma-drid seguirá alzándose hasta la cima que nos pertenece como el destino más exquisito del mundo.



made in Italy

Con Magic
se ahorra entre un 19 y un 36% de tiempo
en comparación con un carro tradicional

Ahorro de agua y producto químico hasta
un 75% comparado con el sistema tradicional.



Impregna a demanda
ajustando la solución detergente




Doble resultado
con la mitad de mopas



SPECIAL
SALUD +

Soluciones para
los ambientes sanitarios



Schôolers & ASEGO elevando los estándares en Housekeeping

El departamento de housekeeping es de vital importancia en la experiencia general del cliente en la industria hotelera. La sensación de llegar a un hotel limpio, ordenado y en un entorno con medidas higiénicas que genere confianza no puede sustituirse por ningún otro atributo. Para que se genere esta sensación es fundamental el papel de los profesionales de limpieza. El liderazgo de la gobernanta o housekeeping manager, la tecnología, el uso de productos adecuados y la formación son los principales elementos que pueden marcar la diferencia y elevar los estándares y el rendimiento de estos equipos. Asociarse a organizaciones especializadas como la Asociación Española de Gubernantas de Hotel y otras Entidades, ASEGO, es otro elemento clave para compartir mejores prácticas y fortalecer aún más estos estándares. Rol crítico de Housekeeping

El departamento de housekeeping desempeña un papel crucial en la satisfacción del cliente y la reputación general del hotel. Las puntuaciones bajas en limpieza hacen que los clientes descarten directamente un hotel para sus vacaciones o para sus viajes de trabajo. Por otra parte, existe una relación directa entre la limpieza y la retención de clientes. Por tanto, un departamento de housekeeping eficaz y eficiente es clave en la rentabilidad de un hotel.

Desafíos actuales

Los departamentos de housekeeping en la actualidad se enfrentan a desafíos importantes, como las expectativas cambiantes de los clientes, la exigencia de resultados por parte de las propiedades o equipos directivos y especialmente la dificultad en construir y mantener equipos de alto rendimiento



miento con recursos limitados. La formación continua puede ayudar a abordar estos desafíos y adaptarse a las nuevas circunstancias.

Importancia de la Formación Continua

Una formación sólida para el personal de housekeeping ofrece beneficios tangibles como mejorar la eficiencia en la gestión del tiempo, garantizar la calidad de la limpieza, el cumplimiento de los estándares de marca así como de la legalidad vigente (compliance) y fomentar la satisfacción del cliente y por tanto la rentabilidad del hotel.

El papel de ASEGO

ASEGO es un referente en la industria, ofreciendo recursos, programas y oportunidades para mejorar la formación y el desarrollo profesional en el campo del housekeeping, en un entorno colaborativo y prestando especial atención a la colaboración con otras asociaciones sectoriales y con los proveedores más innovadores y que más apuestan por este colectivo.

Schôolers & ASEGO: la creación del programa Executive de Housekeeping (PEHK)

Hace poco más de tres años tuvimos la visión de crear un programa formativo online de housekeeping

totalmente adaptado a las necesidades del colectivo, en un formato que permitiera la conciliación y con un lenguaje profesional y a la vez cercano. Era fundamental que las mejores gobernantas de España compartieran sus conocimientos y mejores prácticas con el resto de gobernantas y que este conocimiento se pudiera desplegar a todos los equipos de housekeeping. Esta visión se hizo realidad gracias al esfuerzo conjunto de Lorena Moreno, presidenta de ASEGO que impulsó y coordinó el programa y animó a otras gobernantas de ASEGO a convertirse en formadoras, al equipo de Eisihotel, especializado en la digitalización de procesos de housekeeping y al equipo de Schôolers.

El resultado ha sido un programa online de 100 horas, con más de 250 píldoras, 25 formadores y 25 entrevistados que se ha convertido en la referencia en la industria con casi 1.000 housekeeping managers y responsables de departamento formados y una satisfacción del 94%. El programa Executive de Housekeeping de ASEGO y Schôolers es la prueba de que la colaboración entre asociaciones y empresas privadas puede generar un impacto y una contribución valiosa a la industria elevando los estándares, contribuyendo al desarrollo profesional y a la excelencia operativa en la industria hotelera.

Las toallas de Resuinsa cumplen la normativa de calidad y durabilidad

Resuinsa se convierte en la primera empresa del sector hotelero que obtiene un certificado de ensayo de AITEX sobre sus toallas. Este aval supone el cumplimiento de la Norma UNE EN 14697:2005 especificando los requisitos y métodos internacionales de ensayo.



La calidad de los textiles se mide en función de la conservación de sus propiedades a lo largo del tiempo. Para garantizar que así sea, existen pruebas exhaustivas realizadas por organizaciones independientes, como las que han superado las toallas de rizo de **Resuinsa**. En este sentido, el Instituto Tecnológico Textil (AITEX) ha emitido un certificado de ensayo a la firma valenciana sobre este artículo, al cumplir con todas las condiciones para su uso industrial. De esta manera, **Resuinsa** se ha convertido en la primera empresa del sector hostelero en obtener un certificado de ensayo para toallas.

Este documento implica el cumplimiento de la Norma UNE EN 14697:2005 cuyos resultados especifican los requisitos mínimos de dicha norma y los métodos de ensayo para la evaluación de estas prendas. Para ello, se valoran parámetros internacionales como las dimensiones; la masa laminar; las variaciones dimensionales de los tejidos sometidos al lavado; la solidez del color y de las tinturas; la resistencia a la tracción o el tiempo de absorción. "Nuestras toallas están diseñadas para absorber la humedad eficazmente" explica el director general de **Resuinsa**, Félix Martí. Un punto que los huéspedes de los hoteles valo-

ran positivamente junto con su tacto suave y esponjoso. Además, con este certificado de ensayo, el hotelero tiene la garantía de que nuestras toallas de rizo cumplen con todos los requisitos que demuestran su durabilidad y calidad tras superar diversos métodos internacionales".

En este sentido, Félix Martí subraya la necesidad de contar con este tipo de avales relacionados bien con la calidad, bien con la sostenibilidad o la Responsabilidad Social Corporativa. "Ante un huésped cada vez más exigente, los hoteleros son conscientes de que deben ofrecer productos que mejoren su experiencia, jugando los textiles un papel importante. Obtener un certificado de ensayo como el que de AITEX supone un firme respaldo, ya que se han superado requisitos concretos que cumplen con los estándares de calidad internacionales", concluye.

RESUINSA

Av. Mare Nostrum, 50-2
46120 Alboraya – Valencia
Tel.: 963 916 805
www.resuinsa.com
www.resuinsaclub.com





Izaskun Miranda representará a España en la final mundial

Les Clefs d'Or Young Concierge Award será una de las actividades principales del próximo congreso internacional de la Unión Internacional de Conserjes de Hotel, Les Clefs d'Or, que se celebrará en Bali del 21 al 27 de abril. Nuestra representante será Izaskun Miranda, mejor conserje de España y conserje del Hotel de Londres y de Inglaterra en San Sebastián.



Izaskun Miranda, elegida mejor conserje joven de España durante la Asamblea General Anual celebrada en noviembre, disputará la final internacional a veinte conserjes de distintas nacionalidades para alzarse con el título de mejor Conserje joven del mundo Les Clefs d'Or Young Concierge Award.

Este trofeo que viene disputándose desde 2008, se denomina así en honor a Ferdinand Gillet, padre fundador de la actual asociación internacional. El premio impulsa de manera asombrosa el futuro profesional de quien lo consigue. Pero a ésta competición no puede aspirar cualquier conserje: para comenzar, durante el periodo de competición debe ser menor de treinta y cinco años y haber sido presentado como candidato por su propio país, cada uno con sus propias pruebas y condiciones. Este año se han presentado trece candidatos

En el caso de Las Llaves de Oro Españolas, los conserjes que deseen optar al premio deben de haber sido aprobados por sus delegados y los miembros de la Junta Nacional, dos meses antes y anunciarse a la Asamblea General Anual. Una vez seleccionados los candidatos, da comienzo el periodo de pruebas, que son evaluadas por un cualificado jurado, entre los que se encuentran Ángel Masa (presidente de Las Llaves de Oro Españolas de 1999 a 2012, y actualmente miembro del Comité de Sabios. José Sánchez, vicepresidente Nacional de Las Llaves de Oro Españolas desde 1995 hasta 2012, y ex delegado de la Costa del Sol y actual miembro del Comité de Sabios. Antonio Morilla: actual vicepresidente primero de

Las Llaves de Oro Españolas, delegado de Andalucía y Head Concierge del Hotel Alfonso XIII de Sevilla. Además de Justyna Kaminska: vencedora del premio al mejor conserje joven de España en 2022, ex conserje del Hotel Mandarin Oriental Ritz, Madrid y actual conserje en el Hotel Mandarin Oriental de Londres.

El jurado evaluó de manera individualizada las candidaturas al trofeo a través de diferentes pruebas, entre las que han tenido que realizar una presentación en vídeo, realizar un examen escrito y enfrentarse a unas entrevistas presenciales.

Congreso internacional de Bali

Las Llaves de Oro Españolas estará representado en el Congreso Internacional de Bali por seis miembros, quienes acompañarán al presidente nacional Borja Martín a Bali, para presentar de manera oficial el Congreso Internacional 2025 de Les Clefs d'Or que se celebrará en Madrid del 30 de marzo al 4 de abril.

La Junta Directiva está trabajando en su organización desde su concesión en el Congreso Internacional de Estambul en 2023. Actualmente Las Llaves de Oro Españolas se encuentran ultimando los detalles para su organización, concretando los lugares en los que tendrán lugar las actividades y reuniones, así como las excursiones y visitas que se realizarán por la Co-



munidad de Madrid, además de los hoteles, ubicados en Plaza de España, en los que se alojarán los 500 conserjes procedentes de distintas partes del mundo. Para todo ello,

Las Llaves de Oro Españolas cuentan con el apoyo del Ayuntamiento y Comunidad de Madrid. Además de con Turespaña, cuyo director general Miguel Sanz asistió a la comida de la Asamblea General Anual en San Sebastián. A éste acto asistieron también empresas del sector privado, como El Corte Inglés e IBERIA. Este será el quinto congreso internacional de Les Clefs d'Or que acoja nuestro país, siendo el último en Costa del Sol en 1991.

De esta forma es reseñable que la profesión del conserje en España se encuentra en uno de sus mejores momentos. No podemos olvidar que en marzo 2023 que en marzo se le concedieron Las Llaves de Oro a Jesús Úbeda, conserje del Hotel The Westin Valencia.

Desde Las Llaves de Oro esperamos que el impacto que el Congreso Internacional de Madrid 2025 resulte beneficioso para todos los hoteles a nivel local como nacional, al tratarse del mayor networking al que un conserje pueda asistir para forjar relaciones favorables para su hotel como para sus futuros huéspedes. **¡Viva Las Llaves de Oro Españolas!**

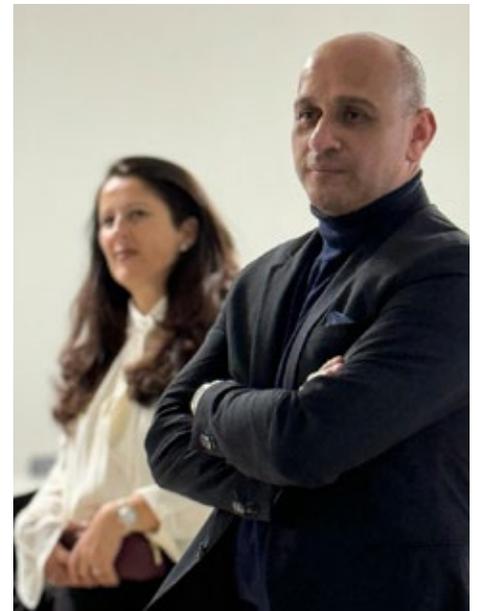


Las Llaves de Oro Españolas fomenta la formación

Leire Falcón, delegada de la Zona Norte y Mauro Torres, vicepresidente segundo y delegado de Cataluña de Las Llaves de Oro Españolas, así como responsable del Comité Educativo de Las Llaves de Oro Españolas, han impartido una masterclass en la Universidad de Deusto para los alumnos de segundo y tercer curso del grado de Turismo. La masterclass se ha caracterizado por su dinamismo y promoción de

la figura profesional del conserje, como ejemplo de la apuesta de la Asociación.

Desde que en noviembre se celebrase en San Sebastián el Educational Day de Las Llaves de Oro Españolas para profesionales y estudiantes del País Vasco, han sido numerosas las solicitudes que ha recibido la Delegación Norte para impartir este tipo de formaciones.



Salud laboral en el Departamento de pisos

“Tenemos un problema y hay que darle una solución. Esa solución existe, desde la salud laboral y las empresas que se dedican a vender las herramientas de trabajo para el departamento de pisos.”

Trinidad Jiménez, Kellys Málaga.



El departamento de pisos tiene un gran porcentaje de bajas por accidente laboral o enfermedad laboral. Incluso se está incrementando el porcentaje de jubilaciones por enfermedad de un tiempo a esta parte. Puede que no estén registradas por muchos motivos, por ejemplo hace tiempo ninguna íbamos a las mutuas cuando nos pasaba algo, porque las mutuas nos daban una pastilla o te echaban un spray y te mandaban a trabajar, les daba igual que estuvieses medio muerta. Siempre te mandaban a trabajar, así que íbamos al médico de cabecera, ya que tampoco las empresas tenían costumbre de quitar dinero del sueldo por bajas pues nos daba igual.

Cuando empezaron a quitar el dinero del sueldo por baja empezamos a ir a las mutuas porque si es por accidente o enfermedad laboral no pueden hacerlo, es más empezamos a operar todo lo operable porque por operación no pueden quitar dinero del sueldo, pero también es porque los sindicatos no hacen bien

su trabajo ya que tienen la obligación de llevar un seguimiento de las bajas y realizar informes sobre esos accidentes, y no lo hacen. Éste seguimiento es importante para contabilizar los accidentes laborales y enfermedades laborales que ocurren en las diferentes profesiones,

Es curioso ver que las profesiones feminizadas no cuentan con estos estudios o son incompletos por los motivos antes descritos, consiguiendo no existen enfermedades ni accidentes laborales recogidos debidamente por ley. También consideramos que los médicos de familia que atienden a las camareras de pisos y que saben que es accidente o enfermedad laboral, y no lo reclaman como tal, tienen gran parte de culpa por omisión.

Ellos saben perfectamente cómo ha sido el accidente o se ha producido la enfermedad, porque no podemos engañarnos, ellos tendrían que realizar la petición de cambio de contingencia, pero no se sabe por qué razón no lo hacen, y el seguimiento que existe al respecto es nulo, las enfermedades de las camareras de piso por causa de su trabajo de esta forma se invisibiliza. En fin, el caso es que todo lo que les ha pasado a las camareras de pisos durante años, décadas más bien, no se ha registrado de ninguna forma y aún sigue así. El problema es más grave de lo que parece. Realmente no sé por qué no se hace, pienso que a los empresarios y a la Seguridad Social les interesaría, al poder ayudar de alguna forma a reducir las bajas, si se hacen estudios ergonómicos en condiciones y se invierte en salud al final resulta más beneficioso que tantas

bajas y jubilaciones por enfermedad, son muchas horas que tienen que sustituir y hacer contratos para cubrir esos puestos, ya que las bajas duran cada vez más, ya no son de un día, dos o tres como antes, que se podía arreglar con las compañeras que hacían una o dos habitaciones más esos días. Ahora no queda otra que sustituir. Las jubilaciones ya no merecen la pena puesto que las personas que se jubilan ya no tienen antigüedad, no van a ahorrar dinero en sueldos, es más factible la solución de invertir en salud.

Por otro lado, existen empresas que venden herramientas de trabajo adaptadas para evitar accidentes laborales en el departamento de pisos, como por ejemplo las cestas para llevar los productos con patas e incluso ruedas, para no tener que agacharse constantemente, los cubos de fregar con escurridores automáticos o manuales pero que requieren hacer esfuerzo para estrujar la fregona, los prolongadores para limpiar partes altas, que pesan poco. Incluso para limpiar las cristalerías, las escaleras siempre con seguridad, los carros automáticos, las mopas húmedas, las camas elevables, siempre que sean buenas y adaptables a cada persona por su estatura; los prolongadores para fregar duchas y bañeras, aspiradoras más manejables. Todos estos productos deben ser una prioridad, es más deberían estar homologados para demostrar su efectividad y ser de carácter obligatorio.

También se debería realizar un estudio y llegar a acuerdos entre empresas formadoras de salud laboral, empresas de productos y herramientas con los hoteles y las

propias camareras a través de los sindicatos para adecuar la forma de trabajar a las necesidades y a la salud de las trabajadoras. Se debería valorar conjuntamente la decoración, necesidades del cliente externo y del cliente interno a la hora de elegir cómo presentar una habitación, estableciéndose lo moderna, compleja o fácil de hacer según el tipo de cliente, teniendo en cuenta el tiempo que va a necesitar la camarera en conjunto para hacerla.



Un problema añadido y que aún no se ha estudiado son las altas temperaturas que deben soportar las camareras de pisos que trabajan en apartamentos turísticos o pequeños hoteles de centro de ciudades y que tienen que atravesar las calles cargadas para ir de unos a otros establecimientos en horas y días de temperaturas máximas. Para pasear a los turistas existen bicicletas con capota para el sol, esto se podría adaptar y obtener bicicletas eléctricas con carrito y capota para proteger del sol a las camareras de pisos, además de ser más rápido estaría-

mos protegiendo a las trabajadoras de esfuerzos innecesarios y calores extremos, que además por ley se han protegido a las personas que trabajan en estas circunstancias.

Nuevos estilos de turismo, nuevos problemas de salud laboral, nuevas soluciones. La regulación de la carga laboral que llevamos pidiendo las camareras de pisos desde hace tiempo no sólo viene dada por quitar habitaciones, sino también de cómo hacerlas y de cómo y de qué están hechas estas habitaciones. Piensen a quien van dirigidas y

cuánto van a pagar, y arreglo a esto les pueden ofrecer más o menos detalles en el servicio y comodidades, no se puede dar servicio de gran lujo a precio de saldo a clientes que van a destrozarlo y no apreciar lo que estás ofreciendo y a costa de la salud del personal de limpieza, el lujo se cobra por algún motivo, y es porque lo vale, y hay que pagarlo. Entre todos podemos hacer que el trabajo no sea una carga que merme la salud, el coste para la sociedad en general es alto también, no sólo para la empresa o la persona individualmente. Invertir en salud es más rentable para todos.



Grupo Toledo, servicio integral para su establecimiento

Grupo Toledo, en sus 35 años de experiencia, ha demostrado la importancia de ser resiliente y saber identificar y aprovechar las demandas del mercado.

Grupo Toledo, empresa mallorquina, además de proveer de complementos y textiles que adquieren en todas partes del mundo, se diferencia de su competencia por tener el taller de confección textil más grande de Mallorca, lo que le permite poder realizar trabajos a medida para sus clientes en los que están siempre presentes sus sellos de garantía y calidad, gracias a su equipo de artesanos e instaladores con experiencia en el sector.



Al margen de los textiles y complementos, **Grupo Toledo** dispone de una línea de negocio de servicio técnico de la marca **Onity**, donde actúa como distribuidora en Baleares, a la par de dar los servicios de mantenimiento y reparaciones de los equipos con un horario 24/7. Cerraduras y lectores digitales, cajas fuertes, minibares, desconectores y termostatos, entre otros, todos ellos de última generación, y con un servicio de manteniendo altamente especializado.

Ya pueden ser grandes, pequeños, medianos, que los clientes que confían en el **Grupo Toledo** como proveedor especializado, tienen en ellos un asesor de OS&E, gramajes y calidades, telas, producción e instalaciones, que proponen siempre la solución más adecuada para cada uno. El primer paso en la prestación de sus servicios pasa por el asesoramiento cercano y personalizado hasta completar la venta y, desde ese momento, el equipo de logística cuida especialmente la

calidad en las entregas, el cumplimiento de los plazos y las garantías. En el caso de requerir crear un diseño a medida, el equipo de operaciones se encarga tanto de la medición, la confección, así como de la instalación del encargo, garantizando la calidad y los ajustes del producto, in situ. Importantes cadenas como Palladium Hotel Group, Hoteles Globales, Amresorts y Allsun Hotels confían en la profesionalidad del equipo de **Grupo Toledo** para vestir sus hoteles, ofreciendo experiencia cinco estrellas a sus huéspedes. **Grupo Toledo** mantiene los mismos valores familiares desde los principios de la compañía: «**Nuestro patrimonio son nuestros clientes y el equipo humano que les atiende. Podemos perder una operación por precio, pero no por mal servicio y calidad del producto**» ...



Las perspectivas en cuanto a 2024 son buenas, además del paso cuantitativo de convertirse en gran empresa, se consolida en el mercado balear y se plantea ampliar nuevos canales de venta como el poder llegar a dar un servicio de "Llave en mano", Ecommerce o crear un Hubb donde requieran sus servicios, todo ello manteniendo los productos de toda la vida, e incluyendo nuevos productos.

Accesorios para vinos

Starvinos, Popy Wine

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



Aceites

Compañía Oleicola Siglo XXI

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

Agua Mineral

C. Navaltopero, 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 Específica Cordero de Extremadura

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



Cash&Carry y Deliver

Grupo Miquel (GM Cash)

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



Climatización

Samsung Electronics

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



Colchones y somieres

Eurocolchón

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



Congelados

Congelados Basilio

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



Distribución Hostelería

Makro

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



Distribución de pescados

Pescados Basilio

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



Equipamiento

Electrolux Professional S.A.U.

Av. De Europa 16, 2 pl.
Tel.: 91 747 54 00
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



Personal temporal

Workhotel ETT

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



Platos precocinados

Calvo Distribución Alimentaria, SLU

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



Productos de Higiene

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



Productos de un solo uso

García de Pou

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



Quesos

Kraft Food España

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



Renting Tecnológico

Econocom

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



Soluciones Limpieza Profesional

PROCTER & GAMBLE

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



Tapicerías

Gancedo

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



1945

Textiles

Resuinsa

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



TPV

Casio

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



Uniformes

Velilla Confección Industrial

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



Zumos

Zumos Pago

Pol. Ind. Agroalimentario
C/ Siella 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



**Quando la creatividad
se une a la rapidez
en la cocina
nos encontramos con
el nuevo horno de alta
velocidad GourmeXpress**

Cocción rápida
Aumenta la eficiencia
Gran versatilidad
Tecnología sin ventilación

GourmeXpress de Electrolux Professional es un horno que utiliza 3 métodos de calentamiento combinados para un resultado de cocción rápida, proporcionando gran flexibilidad en la cocina y resultados excelentes.



¿Quieres saber más
y verlo en directo?

