

DEKTON UNLIMITED

NEW INDUSTRIAL COLLECTION

ORIX - INDUSTRIAL Collection

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

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

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

DEKTON UNLIMITED



COSENTINO SEDE CENTRAL

T: +34 950 444 175

e-mail: info@cosentino.com

www.cosentino.com

Descubre más en www.dekton.com

Síguenos:  



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



 **DEKTON**[®]
designed by **COSENTINO**

Creamos proyectos adaptados a tu negocio

Asesoramiento integral y diseño 360° para transformar tu idea en realidad.



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



Electrolux
PROFESSIONAL

Tradición artesana en cada uno
de los procesos de elaboración

 Espadan
Corks

TAPONES DE CORCHO 100% NATURAL



Sumario



Presentaciones HR

Hostelería & Restauración, HR, potencia al máximo el networking a nivel nacional **8**

Reportaje

Maravella, la alquería contemporánea que redefine la restauración mediterránea **14**

Flores en la Coctelería **20**

El coste invisible del diseño de hoteles eficiencia, seguridad y bienestar del personal. **34**

La luz emociona, claves para iluminar con intención **36**

Actualidad

Repostería, Buñuelos del "Empordà" **17**

La pizza también puede ser alta Cocina **18**

AMER **24**

Seguridad Alimentaria **26**

"Experience Macao Rondshow in Madrid" **28**

La restauración frente a una "tormenta perfecta" presión de costes, demanda débil y márgenes de riesgo **31**

La importancia de las subvenciones en el sector hotelero **32**

El directivo hotelero frente al desafío regenerativo: liderar más allá del hotel **40**

AEDH: "Mi objetivo fortalecer la asociación para convertirlo en un referente" **42**

ASEGO **44**

Empresas

Makro impulsa una nueva era del producto ultrafresco **19**

SkyLine: el horno Combi sigue estableciendo nuevos estándares de sostenibilidad **22**

Lucart Professional, innovación, sostenibilidad y compromiso con el futuro **38**

Resuinsa garantiza el suministro al sector hotelero ante la presión logística internacional **46**

Guía Comercial **49**



Staff

Hostelería y Restauración H.R.

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

Director:

Fernando Hidalgo Morillo

Coordinación:

María Saavedra

Publicidad y Marketing:

Javier Morillo

Calidad:

biomicral@revistahr.es

Diseño y Maquetación:

Abraham Faraldo

Redacción:

Susana Rayo

Fotografía:

Redacción, Trimagen Fotografía Creativa

Redacción-Publicidad-Suscripciones:

C/ Diego Hurtado de Mendoza, 17 A

Telf.: 91 510 27 28

www.revistahr.es

28050 Madrid

Organizaciones Colaboradoras:

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

Depósito Legal: AS-.767/96

Suscripción

Empresa:.....

Nombre y apellidos:.....

D.N.I./N.I.F.:.....

Domicilio:.....Nº.....C. Postal.....

Población:.....Provincia:.....Tlfn.:.....

Actividad:.....

Un año Dos años

Deseo suscribirme a Hostelería & Restauración H.R., cuyo importe abonaré según la forma de pago elegida:

Contra reembolso Banco Efectivo

También puede suscribirse por Tlfn.:

(+34) 91 510 27 28

609986187

..... a de de 2026

Titular de la cuenta:.....

Entidad bancaria:

Datos de la cuenta:

Entidad Sucursal D.C. Número de Cuenta

□□□ □□□□ □□ □□□□□□□□□□

Domicilio Sucursal.....Población.....

C. PostalProvincia.....

Precio (IVA Incluido)	(Firma y sello de la empresa)	
	Anual	Bienal
España	70€	100€
Extranjero	95€	130€

Hostelería & Restauración, H.R. respeta las opiniones de sus colaboradores y corresponsales y no se identifica necesariamente con ellos. Autoriza la reproducción citando la procedencia y previa autorización de la editorial.

Solicitado control OJD y de Calidad.

Su solución en:

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



Microbiología de Alimentos



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®

Hostelería & Restauración, HR, potencia al máximo el networking a nivel nacional

Hostelería & Restauración, HR, en el primer trimestre del año ha incrementado por todo el país sus master class y presentaciones entre firmas comerciales, como Grupo Toledo, Lucart y Electrolux Profesionales, con profesionales y empresarios de Hostelería. Incluso hemos ido más allá al organizar un año más summit de HIP, el primero para Hostelería Hospitalaria y el segundo dirigido a Decoradores e interioristas. Asimismo hemos organizado en nuestro stand del Salón Internacional del Gourmets la presentación de los vinos de cuatro bodegas con proyección internacional.

Si seguimos un orden cronológico la primera actividad que ha organizado Hostelería & Restauración, HR ha sido el 5 de febrero con la firma balear Grupo Toledo en sus instalaciones de Palma de Mallorca. Esta actividad ha estado dirigida a decoradores e interioristas de los principales estudios de Decoración de Baleares.

Una veintena de decoradores han podido conocer in situ las capacidades del taller de Grupo Toledo y las importantes soluciones que aportan al interiorismo textil. Durante la visita los decoradores acompañados por los directivos de la firma mallorquina, encabezados por su Director General Bernardo Balaguer han conocido el diseño, la importancia de elección de materiales y la personalización que contribuye a crear espacios únicos y coherentes en la identidad de cada proyecto, reforzando el papel del textil como elemento clave en la experiencia del huésped.

La jornada, que ha resultado instructiva para decoradores, ha finalizado con la degustación de un sugerente buffet de Km 0, con la representación de los mejores productos autóctonos de Mallorca.

Transcurridos unos días, concretamente el 12 de marzo, Hostelería & Restauración, HR y el Grupo Toledo, han vuelto a organizar una segunda jornada denominada "Nuevas tendencias del textil" dirigida en esta ocasión a las gobernantas baleares.

Esta visita ha permitido a la veintena de gobernantas procedentes de los principales hoteles de Mallorca conocer las técnicas de tratamiento de este importante grupo textil, así



Los decoradores baleares alaban la calidad del Grupo Toledo

como las nuevas tendencias para esta campaña de primavera verano. Los directivos de Grupo Toledo, entre ellos la Directora Comercial Ana, ha permitido a las gobernantas conocer el tratamiento del textil desde su confección, como urdimbre, trama, hasta su instalación en las habitaciones de los hoteles y zonas comunes de estos establecimientos. Todo ello bajo unas normas estrictas de trazabilidad y sostenibilidad que ha permitido a Grupo Toledo obtener certificados estrictos de posicionamiento como fabricante textil y partner integral, como son las certificaciones ISO 9001:2015 (Gestión de la Calidad) e ISO 14001:2015

(Gestión Ambiental), concedidas por AENOR, aplicables a su actividad de confección y fabricación textil a medida, comercialización e instalación de productos textiles y suministro e instalación de artículos de dotación hotelera (OS&E).

Éxito de los summit de Hostelería & Restauración, HR, en HIP

Hostelería & Restauración, HR ha organizado dos importantes summit como actividades del Hospitality 4.0 Congress del salón HORECA PROFESSIONALEXPO, HIP, celebrado en IFEMA Madrid. El primero



Grupo Toledo conquista el gusto de las gobernantas

de ellos celebrado el 16 de febrero se ha organizado conjuntamente con la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria, AEHH, y el segundo summit ha se ha desarrollado el 18 de febrero en colaboración con importantes estudios de Decoración y del recién elegido presidente de la Asociación Española de Directores de Hotel, Jesús Menéndez.

El Summit de Colectividades para Hostelería Hospitalaria organizado por Hostelería & Restauración, HR ha acogido tres mesas de debate cuyos títulos han sido “Control del desperdicio alimentario”, “Nuevo proyecto de Real Decreto sobre Fomento de la alimentación saludable en los hospitales” y “Alimentación terapéutica: innovar en la gastronomía hospitalaria para mejorar el bienestar de los pacientes oncológicos”.

La primera de ellas “Control del desperdicio alimentario” se ha centrado en las medidas para generar el menor desperdicio alimentario y la alimentación saludable en hospitales. Ha de destacarse la calidad profesional de los ponentes, en las que su moderador ha sido el presidente de la AEHH, Miguel Ángel Herrera. Los ponentes han sido Isabel Gil, Hospital Doce de Octubre, Denis Ugalde, CEO Oreka Circular Economy, y Yolanda Fernández, jefa de la Unidad del Hospital Universitario Germans Torres i Pujol. Todos ellos han analizado conjuntamente que las pérdidas y el desperdicio de alimentos son señal de un funcionamiento ineficiente de los sistemas alimentarios y una falta de concienciación social. Sin perjuicio de la seguridad alimentaria, a lo largo de toda la cadena alimentaria se producen niveles significativos de pérdidas y desperdicio alimentario, desde la producción hasta el consumo. Asimismo han señalado que el sector hospitalario ha demostrado siempre capacidad de adaptación y modernización y han asegurado el suministro puntual de alimentos de gran calidad, la contribución a la preservación ambiental y la protección de la gastronomía, que garantizan la



HR ha organizado con éxito los summits en HIP

pronta recuperación de los pacientes ingresados. Para ellos, las principales líneas de actuación deben ser la colaboración entre los diferentes actores interesados, el impulso de buenas prácticas de prevención, así como reducción y optimización de los excedentes, lo que debe ejecutarse con un enfoque multidisciplinar.

La segunda mesa que también ha centrado el interés de los profesionales se ha denominado “Nuevo proyecto de Real Decreto sobre Fomento de la alimentación saludable en los hospitales”. En ella los ponentes han mostrado su práctico total desacuerdo con el Nuevo proyecto, destacando que la única ventaja será la obligatoriedad de tener nutricionistas en todos los hospitales. Los ponentes se han centrado en analizar la atención alimentaria y nutricional en el ámbito hospitalario constituyendo una intervención terapéutica esencial de soporte que debe considerarse parte integral del proceso asistencial y de recuperación de la salud de los pacientes hospitalizados.

En este sentido, se ha expuesto que resulta imprescindible que la Alimentación hospitalaria no se limite exclusivamente al cumplimiento de criterios generales de alimentación

saludable y educación nutricional, sino que garantice de forma prioritaria una alimentación inocua y nutritiva suficiente, de calidad y sensorialmente aceptable. Adaptada a la situación clínica y a las necesidades individuales de cada paciente y atendiendo a los puntos clave de la Resolución ResAP (2003)3 del Consejo de Europa sobre Alimentación y Atención Nutricional en Hospitales. La aplicación de criterios generales, no suficientemente adaptados al contexto clínico hospitalario, puede comprometer uno de los principios básicos de la atención sanitaria: la prevención y el tratamiento de la Desnutrición Relacionada con la Enfermedad (DRE). Los ponentes de esta mesa han sido además de Miguel Ángel Herrera, presidente de la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria, AEHH, quien ha actuado como moderador; Yolanda Carabante Muntada, Directora General de ANEDA, Antonio Recuna, de CONXEMAR, y Clara Ledesma, del Hospital Universitario de Salamanca.

El Summit de Colectividades de Hostelería Hospitalaria se ha cerrado con la mesa denominada “Alimentación terapéutica: innovar en la gastronomía hospitalaria para mejorar el bienestar de los pacientes”. Una

iniciativa de Medirest y Fundación Alicia. moderada por el presidente de la AEHH, Miguel Ángel Herranz, y en la que han intervenido Fabiola Juárez, dietista nutricionista e ingeniera en industria alimentaria. y responsable de proyectos de investigación de Fundación Alicia; y de Ramón Saltó,

director culinario de Compass Group. Quienes han presentado su acuerdo de colaboración basado en innovación gastronómica para favorecer el bienestar de pacientes hospitalarios. La iniciativa se materializa en dos proyectos, uno enfocado en la revisión de los menús basales para

asegurar una microbiota diversa, que contribuya a la recuperación de los hospitalizados, y, otro orientado a que la dieta de las personas en tratamiento oncológico, además de respetar que la microbiota, sea individualizada, nutritiva y emocionalmente reconfortante.

El diseño herramienta estratégica para la rentabilidad en hospitality

Dentro del marco del congreso HIP 2026, celebrado en IFEMA Feria de Madrid, Hostelería & Restauración, HR, ha organizado el 18 de febrero el summit para Decoradores e interioristas, estructurándolo en dos mesas redondas que han reunido a profesionales y expertos del sector Horeca. Estas sesiones han analizado cómo el diseño puede potenciar la rentabilidad, mejorar la experiencia del cliente y optimizar la eficiencia operativa en hoteles y restaurantes.

La primera mesa redonda, titulada "Cómo rentabilizar la Hostelería a través del diseño", que ha abordado de forma directa la relación entre proyecto, inversión y beneficio. A lo largo de la sesión se han analizado las estrategias concretas para transformar decisiones de espacio, materiales y mobiliario en oportunidades reales de negocio, tanto desde la optimización operativa como desde la mejora de la experiencia del cliente. Los ponentes han sido Loli Moroño, CEO y Directora Creativa de PF1 Interiorismo Contract (quien ha actuado como moderadora); Sergio Baragaño, fundador de ROOM2030 y creador de Bhome, referente en construcción modular aplicada al sector hospitality, y Jesús Menéndez, de Estelae Hotels & Resorts, y recién elegido presidente de la Asociación Española de Directores de Hotel, AEDH, a quien deseamos felicitar por su nombramiento como presidente y haber sido éste el primer evento que asistía ostentando este cargo.

Durante la mesa los tres ponentes han analizado cuestiones clave como la eficiencia constructiva, la adaptabilidad de los espacios, las segundas y terceras vidas de los establecimientos hoteleros y el impacto económico de las decisiones de diseño a corto y



El diseño, epicentro de HIP

medio plazo. Los ponentes han coincidido en señalar que un diseño bien planteado no sólo mejora la percepción del cliente, sino que optimiza procesos, reduce costes operativos y contribuye de forma directa a la rentabilidad del negocio.

La segunda sesión, "Cinco consejos de diseño en hospitality y canal Horeca", se ha presentado con un enfoque eminentemente práctico, orientado a ofrecer herramientas aplicables al día a día de hoteleros y restauradores. Los ponentes han profundizado en cómo la distribución, la zonificación, la materialidad y la elección de equipamiento influyen tanto en la experiencia del usuario como en la eficiencia del personal y el funcionamiento global del espacio.

Los ponentes han sido además de Loli Moroño, que ha actuado como moderadora, Francesca Sapey, socia de Teresa Sapey + Partners, estudio reconocido por su enfoque emocional y estratégico del diseño, y Francisco Silván Corral, fundador de ArquitecturaDelInterior y profesional con más de dos décadas de experiencia en proyectos Horeca, especializado en sostenibilidad y diseño circular.

A través de ejemplos reales y casos prácticos, los ponentes han mostrado la importancia de la materialidad estratégica, la funcionalidad de los espacios y el impacto tangible que determinadas decisiones de diseño pueden tener en la fidelización del cliente y en los resultados económicos. La sesión ha puesto también de relieve que rodearse de profesionales especializados no debe entenderse como un gasto, sino como una inversión clave para asegurar la viabilidad y diferenciación de los proyectos hospitality.

Ambas mesas han confirmado una tendencia cada vez más presente en el sector: el diseño ya no puede abordarse como una capa final del proyecto, sino que debe tratarse como una herramienta transversal que conecta experiencia, operativa y rentabilidad. En este sentido, ha vuelto a consolidarse como un espacio de reflexión y conocimiento donde fabricantes, diseñadores, gestores y operadores comparten visiones y soluciones alineadas con los desafíos reales de la hostelería contemporánea.

Hostelería & Restauración, HR fomenta la promoción de Viñadores

Hostelería & Restauración, HR, ha organizado la presentación de la tercera edición de Viñadores en el marco del Salón Internacional del Gourmets, celebrado en el recinto ferial de IFEMA en Madrid del 13 al 16 de abril. Para ello cuatro bodegas de las participantes en la edición de junio han mostrado sus vinos, incluso algunos de ellos han mostrado sus nuevos vinos al mercado.

Viñadores salón del vino para pequeños y medianos productores, está organizado conjuntamente por Hostelería & Restauración, HR, y la firma Vin la Vie. Esta tercera edición del salón que se celebrará el 29 de junio en el Hotel Claridge de Madrid ya ha confirmado la participación de veinte bodegas procedentes de diferentes puntos de la geografía nacional y Denominaciones de Origen para presentar sus vinos y oferta enoturística.

En las dos ediciones celebradas con anterioridad se puede confirmar de éxito al conseguido el objetivo de haber creado una feria para conocer, catar y comprar vino de calidad como nos han comentado los sumilleres asistentes "ha sido una gran oportunidad para degustar vinos muy interesantes y de calidad". También lo afirman sus presidentes de Honor de Viñadores Custodio López Zamarra, exsumi-



Viñedos monumentales

ller del mítico restaurante Zalacain, y expresidente de la Asociación Madrileña de Sumilleres, AMS; y Pelayo de la Mata, presidente del Grupo Marqués de Vargas. También Hostelería & Restauración, HR, ha presentado al presidente de Honor de esta edición de junio, Raul Miguel Revilla.

Las bodegas participantes en el stand de Hostelería & Restauración, HR, para promocionar Viñadores han sido: el lunes 13 de abril la firma toledana Viñedos Monumentales, presentando sus directivos Alberto Calleja y Juan de la Mata sus vinos Montehiguerras/ de la Mata y Calleja/ Chacón. El martes 14 de abril le tocó el turno

a Finca La Cantera, presentando el matrimonio navarro Tomás los vinos Dos Futuros / Meik/ Finca La Cantera Merlot, y Finca La Cantera Cabernet Sauvignon, entre otros. Todos ellos han despertado gran interés entre el público profesional.

Los dos últimos días del salón ha tocado el turno a Bodega Pincelo, concretamente el 15 de abril, dónde Alfonso Regal ha expuesto los vinos Vino Pincelo 1985 y Cicatrices, demostrando la calidad de sus vinos. El colofón de bodegas expositoras lo ha puesto este año Raíces El Avia, donde su joven CEO, Iván, Pereira, ha presentado su nuevo vino Raíces del Avia.



Finca la cantera



Bodegas Pincelo

Lucart ofrece la solución a la Hostelería

Hostelería & Restauración, HR, ha organizado el 21 de abril conjuntamente con Lucart Profesional en el Hotel Claridge de Madrid, una jornada con la Hostelería enfocada en Sostenibilidad y sistemas de dispensación controlada.

El acto que ha reunido a más de una decena de directores de los principales

hoteles de Madrid, ha conseguido el objetivo de mostrar las soluciones del fabricante italiano Lucart, entre las que se encontraban las soluciones innovadoras y sostenibles que reafirman su compromiso con la economía circular, la eficiencia operativa y el bienestar de las personas en el mercado de la península ibérica.

El responsable de Marketing en Iberia, Alex Crespo, junto a Enrique Guillén, Area Manager de la zona centro, han dado a conocer a los asistentes el proyecto EcoNatural, el sistema circular pionero que desde hace 15 años transforma los cartones para bebidas en productos útiles y ecológicos.



Alejandro Crespo, de Lucart con un grupo de directores



Interesante informativa jornada

Este modelo de reciclaje avanzado, permite recuperar los tres componentes principales de los cartones —fibras de celulosa, polietileno y aluminio— para darles una nueva vida. Las fibras se convierten en papel tisú de alta calidad (Fiber-pack®), mientras que el polietileno y el aluminio se transforman en material plástico reciclado (Al.Pe®), utilizado para fabricar los dispensadores EcoNatural FLOW.

Así mismo, se ha presentado la completa gama de Skin Care de jabones de mano, cuerpo y cabello y desinfectante de manos, dermatológicamente testados y formulados con ingredientes de alta calidad.

Electrolux Professional fomenta lo último de tecnología para Hostelería

Hostelería & Restauración, HR ha organizado el 29 de abril conjuntamente con Electrolux Professional en el su show room de la multinacional en Madrid una nueva jornada donde ha mostrado la eficiencia y funcionalidad de sus abatidores y equipos como Goume Xpress y el horno abatidor Skyline Premium dirigida a chefs de hoteles y restaurantes de la Comunidad de Madrid.

De esta forma, el chef y demostrador Nicolas Leblay ha mostrado la funcionalidad y eficacia de los métodos de conservación de los nuevos abatidores y hornos que permiten gran versatilidad y reducción de mermas;

mayor preservación de los alimentos; mejorar la planificación de la producción y cumplir estrictamente con las normas de seguridad alimentaria.

A esta presentación han asistido una veintena de profesionales de Hostelería, en su mayoría chefs de los principales hoteles y restaurantes de Madrid, quien ha expresado la eficacia y adaptabilidad de estos abatidores y hornos al poder trabajar al unísono ofreciendo cocciones rápidas y estandarizadas en tiempos cortos y de fácil utilización.



Electrolux profesional sorprende con sus hornos y abatidores



Electrolux profesional sorprende con sus hornos y abatidores

Maravella: la alquería contemporánea que redefine la restauración mediterránea

La hostelería vive actualmente una transformación, donde el sector evoluciona hacia modelos que combinan identidad, experiencia y estructura empresarial. De esta forma Grupo El Alto y Groovelives Team consolidan su posicionamiento en València con la apertura de Maravella, un proyecto que marca un punto de inflexión en su trayectoria.

Tras el desarrollo de distintos espacios en Valencia, el grupo da un paso adelante hacia un modelo más sólido y definido, basado en la creación de un ecosistema gastronómico donde el territorio, el producto y la experiencia conviven de forma coherente. Maravella representa la síntesis de esta visión.

Maravella recientemente abierto en febrero está ubicado en Pinedo, entorno natural de la Albufera, se concibe como una alquería contemporánea donde la huerta y el mar forman parte activa de la experiencia.



Maravella se enmarca dentro de una nueva generación de espacios híbridos, donde gastronomía y experiencia se integran de forma natural.

El restaurante no se plantea únicamente como un lugar de consumo, sino como un escenario de encuentros, donde el tiempo de estancia, la ambientación y la programación acompañan la propuesta gastronómica. Este enfoque responde a una evolución clara del sector, en la que el cliente busca propuestas completas que trascienden el plato y construyen una experiencia global.

La apertura de Maravella llega en un momento clave para el grupo, que ha reforzado su estructura con la incorporación de perfiles estratégicos aportando visión y solidez a esta nueva etapa de expansión. Este crecimiento no responde a una lógica de volumen, sino a una estrategia basada en la calidad de los proyectos, la coherencia conceptual y la conexión con el entorno.

Arquitectura y diseño, parte de la experiencia

El proyecto arquitectónico, firmado por el estudio Janfri & Ranchal, integra materiales naturales, agua, vegetación y luz en diálogo con el paisaje de Pinedo.

El espacio incorpora elementos que refuerzan la identidad del restaurante. Las paredes interiores están realizadas con arroz mediante una técnica de pintura mural desarrollada por el artista Juan Carlos Forner, trasladando el producto al propio lenguaje arquitectónico.

La artesanía tiene presencia a través del telar creado por el estudio Arquicostura, de la artista Raquel Rodrigo, inspirado en los arrozales de la Albufera. Esta pieza acompaña la programación musical "Notas de Sabor", con formatos de piano y voz en directo que aportan continuidad a la experiencia.

Cada elemento del espacio contribuye a una lectura coherente entre diseño, entorno y gastronomía.





Propuesta gastronómica ligada al origen

La cocina de Maravella, diseñada por el chef Juan Torres, se articula en torno al producto de proximidad, la temporalidad y la tradición mediterránea trabajada con precisión.



Los arroces ocupan un lugar central dentro de la propuesta, con elaboraciones que van desde la paella valenciana hasta recetas más identitarias como el "arròs del senyoret de lonja", el "arroz de rotxos y pescado de roca", el "arroz de bogavante" o el "arròs sec de all i pebre d'anguila".

La carta incorpora también interpretaciones actuales del recetario valenciano, como el arroz de sepia, blanquet y figatell, reforzando el vínculo entre cocina y memoria.

También la huerta tiene presencia directa tanto en los arroces como en los entrantes, con platos como el arroz de vegetales de cultivo propio, el puerro a la brasa con romescu de anacardos trufados o la alcachofa a la brasa con crema de sobrasada de buey y papada.

La brasa completa la propuesta con pescados de lonja como rodaballo o lubina, y carnes como presa ibérica, jarrete lacado o chuletón madurado.

La experiencia se amplía con una línea de coctelería de autor desarrollada por Fillipe Suárez, centrada en cítricos, raíces y hierbas aromáticas.



Sugerencias de Maravella

Una reinterpretación valenciana del clásico italiano, donde el cremaet aporta profundidad aromática, notas cítricas y un final especiado que define la identidad del restaurante.

Tiramisú de cremaet

Una reinterpretación valenciana del clásico italiano, donde el cremaet aporta profundidad aromática, notas cítricas y un final especiado que define la identidad del restaurante.

Ingredientes: (8 personas)

Crema de mascarpone

Ingredientes:

- 500 g queso mascarpone.
- 150 azúcar.
- 100 g yema pasteurizada.

Elaboración:

Blanquear las yemas con el azúcar hasta que quede cremosa y pálida. Incorporar el mascarpone en amasadora y añadir las yemas blanqueadas. Trabajar suavemente hasta obtener una crema lisa, aireada y homogénea.

Reservar en frío para estabilizar.

Cremaet Maravella

Ingredientes:

- 200 ml ron añejo
- 150 ml café espresso.
- 100 g azúcar moreno.
- 1 rama de canela.
- 2-3 tiras de piel de limón.
- 2-3 tiras de piel de naranja.

Elaboración:

Disponer el ron añejo, el café espresso, el azúcar moreno, la canela y las pieles cítricas en un cazo. Cocinar a fuego medio-bajo durante 20 minutos hasta concentrar los aromas. Colar y dejar enfriar.



Gelatina de cremaet

Ingredientes:

- 100 ml cremaet elaborado.
- 1,5 g agar-agar.

Elaboración:

Mezclar 100 ml del cremaet con el agar-agar. Llevar a ebullición, remover constantemente.

Verter en una bandeja, dejar gelificar y cortar en pequeños dados regulares.

Elementos de Decoración

- Lenguas de gato..
- Café espresso.
- Cacao puro en polvo.

Montaje Tiramisú:

Mojar ligeramente las lenguas de gato con café y cremaet. Colocar dos como base.

Agregar crema de mascarpone, cubrir con otras dos lenguas mojadas. Terminar con crema de mascarpone alisada, espolvorear cacao puro y coronar con cinco dados de gelatina de cremaet.

Servir bien frío, buscando el contraste entre la cremosidad del mascarpone, la intensidad aromática del cremaet y la frescura técnica de la gelatina.

Buñuelos del “Empurdá”

A partir de este número comenzaremos a presentar postres típicos de diferentes partes de España. Comenzaremos por una de las comarcas de Cataluña y por su dulce típico, los buñuelos, representativos de diferentes puntos de la geografía nacional, pero que en el Empurda tiene gran protagonismo. Los buñuelos se caracterizan por ser blandos, elaborados con una masa parecida al brioche pudiéndose bañar o rociarse con anís.

Ingredientes:

- 3 huevos.
- 350 g harina fuerte.
- 150 g harina repostería.
- 100 g mantequilla.
- 60 g azúcar
- 40 g levadura prensada o su equivalencia en levadura polvo panificable).
- 15 g sal.
- 125 ml leche.
- 125 anís seco.
- Raspadura de un limón.
- Canela en polvo.



Elaboración

Amasar en una amasadora o batidora, con el gancho, azúcar, sal, leche y anís. Añadir las harinas y levadura. Amasar.

Cuando adquiera consistencia la masa, incorporar los huevos de uno a uno. Añadir los aromas. Cuando esté prácticamente amasado y la pasta esté fina agregar mantequilla en intervalos hasta que absorba y mezcle bien. Dejar reposar la masa tapada en nevera al menos dos horas.

Transcurrido ese tiempo formar bolas. Previamente habremos untado la mesa de trabajo y la bandeja donde se depositen las bolas. Dejando cierta separación entre ellas para que no se peguen en la fermentación.

Calentar el aceite, para freírlos a 18°C.

Una vez fermentadas las bolas, sin que lleguen a doblar su volumen, formar un agujero con los dedos untados de aceite, dejando que se frían, primero por un lado y luego dar la vuelta por el otro lado.

Retirar y poner a escurrir. Se pueden rociar con anís, aunque es preferible realizar una mezcla de anís y almíbar ligero. Bañar sumergiéndolos, escurrir y rebozar con azúcar común.

Nota La proporción de almíbar y anís puede estar en un 50 o al gusto, dependiendo del anís que se utilice.

La pizza también puede ser alta cocina

La pizza durante muchos años se ha encasillado como una comida sencilla y de consumo rápido. Pero en Italia (y cada vez más, fuera de ella) se elabora siguiendo un ritual estricto, casi inamovible, para que emerjan los sabores más puros de sus ingredientes. Para que las levaduras evolucionen, desprendan sus aromas, se sientan y anticipen el placer que está por venir.

Marco Bianchi – Propietario Grupo Il Cortile

Hablamos de la pizza, por supuesto, que en toda Italia forma parte de una tradición sumamente respetada, donde se cuidan al milímetro los tiempos, las cantidades y la procedencia de los ingredientes.

Porque la pizza es, en esencia, un ejercicio de equilibrio y de paciencia. Una buena masa requiere fermentaciones largas para desarrollar su sabor, textura ideal y ligereza.

La mezcla de harina, agua, aceite y sal pasan por la alquimia necesaria hasta convertirse en una deliciosa base, que es como deben ser todas las bases: fina y con matices propios, que pueden sentirse en cada bocado.

En Il Cortile, donde llevan ya unos cuantos viajes al país vecino y han cosechado no pocos premios, lo saben. En gran parte porque sus socios fundadores, Miguel Rives, CEO también de una agencia centrada en marcas de alimentación, y Marco Bianchi (él mismo italiano y chef ejecutivo de la

Algunas de sus recetas han sido reconocidas en campeonatos internacionales, donde pizzaiolos de todo el mundo compiten para demostrar que detrás de una gran pizza hay mucho más que una masa y un horno.

Quizá por eso la pizza sigue siendo uno de los platos más universales del mundo. Es sencilla en apariencia, pero infinita en posibilidades, matices, aromas y sensaciones.



cadena de restaurantes) están enamorados de la gastronomía italiana. Por eso siguen al dedillo el ritual comentado, que empieza en el obrador y termina en el mismo servicio y decoración de cada establecimiento. Todo forma parte de la experiencia completa del viaje gastronómico que proponen.

También ponen al producto en el centro. La cocina italiana siempre ha tenido una relación muy estrecha con el territorio. Sus recetas nacen de lo que ofrece cada estación y cada una de sus regiones. De la Toscana, el aceite de oliva, la trufa, las hierbas aromáticas y sus carnes. Del sur, productos como el tomate y la mozzarella. De Emilia-Romagna, los tradicionales quesos y embutidos orgánicos que sólo son posibles en esta preciosa región rodeada de pueblos medievales.

¿El resultado? Distintos premios obtenidos tanto en nuestro país

como en la misma Italia, como el de mejor pizza del mundo en el certamen de Calabria para la Margherita D.O.C o pizzas de autor como la Rosa di Pistacchio, la Carabiniere o la Parmigiana d'Autore (sin gluten) que se han galardonado en diferentes ediciones del Campeonato de España de Pizza Gourmet. Así llevan acumulados doce premios hasta el momento, a esperas de enfrentarse a nuevos concursos durante este 2026.

En Il Cortile defienden que la pizza es un plato gourmet, si se trata con el mismo corazón, precisión en la técnica y esfuerzo que se pone en estos lugares, donde las recetas se han transmitido de generación en generación. Una pizza puede recordarte a un viaje por la Toscana, a un aroma de romero en el campo o a la calidez de una comida familiar de las que no tienen prisa ni final. Ellos nos traen estas experiencias a Valencia.



Makro impulsa una nueva era del producto ultrafresco

Los productos ultrafrescos se han consolidado como un factor clave para el sector hostelero gracias a su versatilidad y a la capacidad de ofrecer propuestas de alta calidad sin renunciar a la agilidad en cocina.

Conscientes de esta realidad, **Makro** ha potenciado su surtido incorporando soluciones porcionadas, precortadas y listas para usar, pensadas para optimizar tiempos y aportar precisión en el escandallo de los platos.

En carnes, la evolución del modelo de €/kg a €/porción supone un cambio significativo en la gestión diaria de bares y restaurantes, permitiendo calcular con mayor exactitud la rentabilidad de cada plato. Durante 2025, la compañía amplió su gama de marca propia con ocho nuevas referencias de vacuno europeo bajo la marca METRO Chef, entre las que figuran cortes como lomo alto y bajo, picaña, solomillo o chuletón en distintos calibres.

La pescadería también ha experimentado un impulso gracias al catálogo "limpio y precortado", que incluye pescados fileteados en origen y preparados para su uso directo. Estos formatos estandarizados



facilitan la planificación de la jornada y permiten ofrecer un servicio más estable, independientemente del volumen de comensales o de los picos de actividad.

En el mundo de frutas y hortalizas, la creciente demanda de productos precortados y de untables, como el aguacate y sus derivados, responde al auge de formatos versátiles que permiten ofrecer platos en tendencia al tiempo que se acortan los tiempos de elaboración. Para garantizar la calidad de estos formatos, resulta esencial una gestión precisa de la cadena de frío, la vida útil y la reposición. La correcta organización de la recepción, el control de temperaturas y un etiquetado claro se han convertido en pilares para garantizar que el producto llegue al plato en condiciones óptimas.

Estas innovaciones en ultrafrescos, especialmente en carnes y pescados, reflejan el compromiso de **Makro** con los profesionales de hostelería, ofreciendo herramientas reales para simplificar procesos y mejorar el rendimiento de sus cocinas. La compañía cuenta además con 600 especialistas en frescos distribuidos por sus 37 centros Cash & Carry, un equipo que asesora de forma personalizada y

que recibe formación continua a través de la Academia UFO, orientada a la excelencia en el ultrafresco.



El esfuerzo ha dado sus resultados: las ventas de ultrafrescos han crecido un 11 % en el ejercicio 2023/24, alcanzando el 26,4 % del total del negocio. De cara a 2026, la estrategia se centra en surtido disponible, formatos diseñados para facilitar la operativa y un asesoramiento profesional que acompañe a bares y restaurantes en su día a día. El objetivo es claro: convertir el ultrafresco en una categoría fiable, accesible y adaptada a la realidad del servicio.



El mundo de las flores en coctelería

Las flores perfuma infinitas cosas, las adorna de colores, olores y por supuesto de sabores. Están presentes en la producción y decoración de ciertos licores, así como en la medicina y en el té. Las hay comestibles y asesinas. El lenguaje y simbología de las flores se atribuye a los griegos, de hecho se dice que desde la antigüedad se planteó su clasificación por su color de la siguiente manera:

- **Flores blancas:** representan la pureza, inocencia e ingenuidad femenina.
- **Flores rojas:** son símbolo del amor, la pasión, fogosidad y ambición.
- **Flores verdes:** se asocian con la esperanza y el éxito.
- **Flores azules:** están ligadas al concepto de sabiduría, nacimiento y amor imposible.
- **Flores amarillas:** son símbolo de riqueza, abundancia y triunfo.

En cuanto al poder de su sabor, generalmente se asocia con el dulce, un poder ilusionante que deja en el paladar de quien las prueba una huella muy difícil de olvidar. Algunas de las primeras destilaciones hechas en la historia tenían relación con flores, sobre todo en la cultura árabe, un ejemplo claro es el agua de rosas desde la que se sacaban lociones y perfumes. De igual forma, en la Edad Media se buscaban obtener licores sanadores por medio de esencias que no tenían un sabor muy agradable, por lo que se empezó a usar las flores como un ingrediente extra para mejorar la sensación al beberlas.

Las flores también se han utilizado por pueblos primitivos para la preparación de platos, por ejemplo los romanos utilizaban rosas, violetas y malvas. En el Renacimiento eran usadas con el objetivo de dar color a los platos y para darle sabor a la comida. En el siglo XVII se tiene noticia de producción de dulces de flores. Ya en las últimas décadas están cada vez más presentes en ensaladas, pasteles, mermeladas y postres.

Aactualmente las flores son cada vez más un ingrediente utilizado en la elaboración de cócteles,

sobre todo si son comestibles. Estas deben tener un cuidado especial y las que se utilicen como ingrediente no deben haber sido sometidas a los pesticidas que tienen las flores que se venden de manera comercial en tiendas o jardines públicos. Al ser un ingrediente de consumo humano son delicadas y exigen que se almacenen en nevera a altas temperaturas. Por suerte, cada vez más las casas comerciales de productos gastronómicos se han dado cuenta del auge de este ingrediente y cada vez es más fácil conseguir flores aptas para su consumo.

Las flores comestibles más comunes son:

- Begonia red Sugar
- Caléndula Power
- Clavel Freedom
- Pétalos de Taget Sun
- Pétalos de Rosa Badior
- Flor de Borraja
- Petunia Queen
- Flor eléctrica
- Flor de Cebollino

Su esencia tiene como principal fortaleza aportar frescura, alegría, color, atractivo y aromatizar cócteles refrescantes, aperitivos y

digestivos muy variados. También destaca su valor decorativo al brindar elegancia, distinción, vistosidad y energía a la bebida.



Otra gran fortaleza de las flores es la variedad de su textura, las hay carnosas, crujientes, saladas, picantes y dulces. Además las flores tienen un alto contenido de nutrientes y vitaminas que producen un efecto positivo en quien las come.

El uso de la flor es también muy variado, se puede macerar o infusionar de acuerdo al toque y resultado que se quiera lograr. Y además de ser el producto central de la preparación, pueden servir para la elaboración de bitters, tés o siropes que acompañan la bebida.

Algunos cócteles elaborados con licores de flores o que contienen flores como ingredientes son:



LY

Cóctel con **June**, licor de flor de uva.



Marco Polo

Cóctel con té de jazmín y G'Vine, gin de uva y flores de uva. Propuesta de The Shakin Bros.



After the Storm

Cóctel con sirope de flores secas comestibles, una versión del clásico dark and stormy.



Jerulia Sacra

Cóctel con sirope de diente de león, Hendrick's y cordial Quinetum, productos con flores entre sus ingredientes. Por Alberto Pizarro.



Aviation

Cóctel con licor de violeta y gin. Un clásico moderno.

SkyLine: el horno Combi sigue estableciendo nuevos estándares de sostenibilidad



La última versión del horno Combi SkyLine refuerza el compromiso continuo de Electrolux Professional de diseñar y ofrecer soluciones sostenibles que impulsan la economía circular.

Cuando **SkyLine** se relanzó el año pasado, la sostenibilidad se colocó en el centro con beneficios tangibles y cotidianos para los clientes, incluyendo reducciones medibles en el impacto ambiental y los costes operativos.

Sostenibilidad diseñada en cada detalle

Este compromiso se subraya con la reciente calificación Platino del horno en el Programa de Calificación de Reparabilidad de UL Solutions. Electrolux Professional es la primera empresa en la industria de servicios de alimentos en participar en el proceso de acreditación del Programa de Calificación de Reparabilidad, destacando la prioridad de la compañía en impulsar prácticas sostenibles a través de su equipamiento comercial.

Al maximizar la reparabilidad, **SkyLine** ayuda a reducir residuos, extender la vida útil del producto y apoyar la reutilización y las actualizaciones, pilares clave de la economía circular. Esto significa que los chefs pueden

Continuidad del negocio en un mundo en descarbonización



Un logro adicional para los chefs de hoy es elegir equipos que estén preparados para el futuro y la transición energética. El cambio dentro del sector de servicios de alimentos está impulsado por alternativas al gas y un enfoque creciente en reducir el consumo de energía y las emisiones.

A medida que esto se generaliza mediante directivas y regulaciones planificadas, las cocinas equipadas con los últimos hornos Combi SkyLine no necesitarán reemplazar sus hornos para adaptarse a la inevitable transición.

“Estamos comprometidos a desarrollar productos cada vez más eficientes energéticamente, mientras exploramos nuevas alternativas, como el uso de hidrógeno”, afirma Camilla Monefeldt Kirstein, Presidenta de BA Food Europe.

El horno Combi SkyLine puede operar con mezclas de gas que contienen hasta un 20 % de hidró-

geno, preparando las cocinas para futuros cambios regulatorios e infraestructurales, asegurando la continuidad del negocio sin necesidad de nuevas inversiones.

Sostenibilidad integrada preparada para el futuro

Desde ahorros verificados de agua y energía hasta la capacidad Hydrogen Ready 20 % y la reparabilidad de nivel Platino, el último horno Combi **SkyLine** refleja el compromiso continuo de Electrolux Professional por transformar la vida en la cocina. A medida que los sistemas energéticos evolucionan y aumentan las expectativas de sostenibilidad, SkyLine garantiza que las cocinas profesionales puedan avanzar con confianza y sin compromisos.



GUEXT

Salón Internacional de Proveedores y Servicios
para el Sector Hospitality

15-17
Oct
2026



El lugar adecuado,
el momento oportuno.

Quiero exponer



(f) felac

IFEMA
MADRID

Asesoría fiscal

La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER, desde su creación ofrece de forma ininterrumpida el servicio de asesoramiento fiscal especializado en Hostelería. En este departamento se desarrollan las siguientes funciones:

Asesoramiento fiscal a sus asociados: especialmente en aquellos aspectos que les resulte favorable fiscalmente. Esto significa que, de las posibles soluciones a un problema fiscal, su asesoría buscará siempre dentro de la normativa tributaria lo que resulte más rentable a sus clientes. Para ello, se esfuerzan en estudiar las diferentes opciones en función del tamaño del negocio, inversión realizada y número de personas contratadas, entre otros aspectos.

Es una labor permanente en su departamento, ajustándose a las circunstancias de un negocio, teniendo en cuenta que puede cambiar su situación fiscal y necesitarse ajustes en la empresa e incluso cambios de régimen o forma del negocio

Orientación sobre formas de constitución: de un negocio: sociedad, autónomo en estimación directa o en estimación objetiva (módulos). La elección de una forma jurídica de constitución depende de numerosos factores. Como norma general la forma de sociedad interesa a un negocio que va a obtener un beneficio anual de 60.000-70.000 euros o más por año, o bien un negocio en el que interese proteger el patrimonio personal de sus socios mediante tal sociedad. Las sociedades tributan al 23%; en caso de que no se den las circunstancias anteriores, normalmente interesa ser autónomo, o bien en estimación directa o en módulos. En el régimen de módulos se tributa en función de unas unidades (titulares, personal contratado, potencia eléctrica y número de mesas, entre otros aspectos) de forma que cuanto más altas sean estas unidades, más alta será la cantidad a pagar en IVA y en IRPF. En el régimen de estimación directa se tributa en función del beneficio real obtenido restando a las ventas los gastos del negocio. Para decidir uqe régimen nos interesa más se debe comparar la cifra que se pagaría en IVA e IRPF en el régimen de módulos según las unidades del negocio y la cifra que se pagaría en

estimación directa según sus beneficios. Evidentemente el sistema que se elegiría sería en el que se pagase menos. Este estudio lo realiza AMER.

Liquidación de declaraciones trimestrales y anuales de las emptrresas (pagos fraccionados de autónomos y sociedades; Impuesto de Sociedades; Impuesto sobre la Renta de las personas físicas). Las declaraciones fiscales que se realizan son las correspondientes a IRPF, IVA e Impuesto de Sociedades. Además de declaraciones pueden ser trimestrales o anuales. Su función es realizar los cálculos de las cantidades que se deben pagar a Hacienda (o en algunos casos obtener mediante devolución) y configurar el impreso para que sus asociados sólo tengan que presentarlo en la entidad bancaria.

Llevanza de libros contables de las Sociedades: según las normas del Registro Mercantil; la asesoría fiscal de AMER se responsabilizan de elaborarlas para lo que los asociados sólo tengan que aportar los datos pertinentes, es decir, ventas del negocio, facturas, movimientos bancarios y pagos por caja, por ejemplo . La asociación se encarga de realizar las contabilidades y elaborar los libros que anualmente las sociedades tienen que llevar, así como de presentar en el Registro Mercantil las cuentas anuales. Es decir, se responsabilizan de que las sociedades cumplan todas las obligaciones contables a las que por ley están obligadas. Todo lo anterior se realiza en coordinación con los asesores laborales y contables de la Asociación, de tal manera que el resultado final de nuestra asesoría sea integral.

Comisión de Hostelería y Ocio de CEIM



El Presidente de AMER, Rafael Andrés, ha presidido el 12 de marzo la reunión de la Comisión de Hostelería y Ocio de CEIM. En ella el director del Departamento de Asuntos Laborales de CEIM, Luis Méndez, ha realizado un detallado análisis de la problemática del absentismo laboral en hostelería de la Comunidad de Madrid. A continuación, ha intervenido el Secretario General de Hostelería de España, Emilio Gallego, quien ha abordado este mismo problema desde la perspectiva nacional.

Durante la reunión también se han tratado otros temas de importancia para el sector como la problemática de los aforos de los locales de hostelería y ocio de Madrid capital y la negociación del convenio colectivo de hostelería y actividades turísticas de la Comunidad de Madrid.

Convenio Colectivo incorpora nuevos puntos de interés

Las patronales de Hostelería de España y CEHAT y los sindicatos FeSMC-UGT y CCOO Servicios han alcanzado un acuerdo para modificar el ALEH, con el que impulsan de nuevo la negociación colectiva estatal del sector de Hostelería tras un periodo de estancamiento.

El 13 de abril se ha firmado la modificación del VI Acuerdo Laboral de ámbito Estatal para el sector de la Hostelería (ALEH), con el objetivo de adecuar el marco regulador a las nuevas realidades legislativas y sociales del país. El acuerdo, suscrito por las centrales sindicales FeSMC-UGT y CCOO Servicios, junto a las patronales Hostelería de España y CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos), es fruto del consenso entre las cuatro organizaciones firmantes y viene a romper la tendencia de los últimos años en un ámbito de negociación tan importante como el de la Hostelería.

El ALEH sienta las bases para seguir avanzando hacia la homogeneización de condiciones y el reconocimiento de la carrera profesional en el marco de la negociación y adaptación continua reconocidos en este acuerdo estatal.

AMER firma con Allianz un acuerdo de colaboración

La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración, AMER ha firmado, a través de su socio colaborador G. Baylin, un acuerdo con Allianz España.

Gracias a este acuerdo, los asociados de AMER podrán acceder a las mejores soluciones de protección para sus negocios de hostelería, adaptadas a sus necesidades y con el respaldo de Allianz.



Medidas clave: mejora de la imagen del sector, Igualdad y Seguridad:

La modificación del texto incorpora conquistas irrenunciables que sitúan a las personas en el centro de la agenda política y laboral:

Protección de la gestión de la diversidad en las empresas del colectivo LGTBI: en cumplimiento de la Ley 4/2023 y el RD 1026/2024, el ALEH integra ahora un conjunto planificado de medidas y recursos para garantizar la igualdad real y protocolos específicos contra el acoso y la violencia hacia las personas LGTBI en los centros de trabajo.

Frente a las catástrofes y otros fenómenos meteorológicos adversos: se establecen medidas pioneras de prevención ante riesgos climáticos y catástrofes naturales.

Garantía frente al despido: en una apuesta decidida por la defensa

jurídica de los trabajadores y trabajadoras, se incorpora el criterio jurisprudencial de de audiencia previa antes de proceder a cualquier despido disciplinario. Este mecanismo evita la arbitrariedad empresarial y asegura el derecho a la defensa efectiva.

En este contexto, la firma de esta modificación del VI ALEH cobra aún mayor relevancia al coincidir con el 30 aniversario del convenio estatal de Hostelería, un instrumento clave que, durante tres décadas, ha vertebrado las relaciones laborales del sector en España. Este hito no sólo pone en valor el camino recorrido gracias al diálogo social, sino que reafirma el compromiso de las organizaciones firmantes para seguir fortaleciendo un modelo de negociación colectiva que garantice derechos, estabilidad y progreso para las personas trabajadoras y las empresas del sector en los próximos años.



Medidas para mejorar la gestión de alergias en restauración colectiva

La gestión de alergias es un aspecto clave para garantizar la salud de los comensales en el servicio de restauración. Un punto fundamental que se agudiza si se tiene en cuenta que cada vez son más las personas con necesidades dietéticas especiales. Según los datos de la Asociación ATX Elkartea, el 30% de los españoles tiene alguna alergia o problema en la alimentación.

Más allá de la normativa vigente, estas cifras ponen en relieve la importancia de que el sector implemente medidas adicionales para reforzar el control de las alergias alimentarias y evitar cualquier riesgo. Por ello, Mediterranea Group, el líder español de servicios de restauración colectiva ha identificado algunas claves para una mejor gestión de las alergias alimentarias:

Programas formativos para el personal de cocina

La capacitación continua de los profesionales refuerza los conocimientos que han adquirido previamente y aporta un plus en el manejo de alergias. En este sentido, los talleres específicos de identificación de alérgenos preparan al personal de cara a evitar la contaminación cruzada. Asimismo, los simulacros para saber cómo actuar si se produce una reacción alérgica aseguran una respuesta eficaz en el caso de que se produzca una reacción alérgica.

En esta línea, tener un protocolo de actuación adaptado para los diferentes tipos de centros contribuye



a una gestión más segura. Una guía que requiere de una actualización constante, incluyendo las nuevas técnicas y normativas para que el equipo esté informado y conozca de primera mano las últimas novedades en la materia.

Sistema efectivo de trazabilidad y control de ingredientes

El control adecuado de los ingredientes es otro elemento clave. Con este propósito, los sistemas propios de trazabilidad permiten

conocer con mayor precisión la procedencia del producto, lo que da una mayor garantía de la presencia o posible presencia de alérgenos. De igual modo, ser transparentes sobre el origen de los alimentos y la composición de los platos refuerza la fiabilidad y confianza del usuario.

Por otra parte, un etiquetado detallado y riguroso y unas fichas técnicas personalizadas facilitan la gestión y cumplimiento de estos estándares. En paralelo, es positivo contar con un registro interno estricto de trazabilidad con el que los ingredientes puedan ser identificados.



Mayor flexibilidad y personalización en la oferta

Otra medida para mejorar la atención a las personas alérgicas es la adaptación de los menús con alternativas equilibradas a nivel nutricional y manteniendo una alimentación completa y saludable. A ello se suma el uso de espacios, menaje y utensilios exclusivos para la preparación de estos platos.

En el caso de los comedores escolares, la comunicación directa con las familias y los centros educativos resulta esencial para poder adaptar correctamente el servicio a las necesidades específicas de cada usuario.

Planes de sensibilización ciudadana

La gestión adecuada de alergias es una responsabilidad compartida entre todos los agentes de la cadena de valor del sector. Por ello, las campañas de concienciación para los proveedores, partners y usuarios incentivan la creación de entornos más seguros y ayudan en la prevención de los incidentes relacionados con las alergias.

Asimismo, la colaboración de las empresas de restauración colectiva con asociaciones y expertos en salud permiten realizar acciones que ayuden a la difusión de información práctica y a la sensibilización de toda la cadena implicada (desde los propios clientes hasta los profesionales que elaboran y sirven las comidas, como las propias familias de las personas alérgicas).

Tecnología y digitalización para el tratamiento de alergias

Las herramientas digitales juegan un gran papel en optimizar el control de alérgenos. Existen softwares de gestión para hacer una supervisión y registro más detallado de su presencia en cada menú, reduciendo los posibles fallos humanos. Además, pueden integrarse con bases de datos nutricionales para mejorar la precisión en la información sobre cada elaboración.

Por su parte, el uso de blockchain en los sistemas de trazabilidad mejora el seguimiento de la procedencia y composición de los alimentos. En cuanto a las apps móviles, en los comedores escolares facilitan una comunicación estrecha entre padres y responsables del servicio, además del acceso detallado a las características y alérgenos de cada menú.

‘Sabor Seguro’: excelencia y seguridad en cada menú

«El tratamiento de las alergias alimentarias es un pilar clave en el sector. Además de cumplir con la

normativa, se precisa un plan transversal y proactivo que integre formación al personal, concienciación activa a toda la cadena y control minucioso de los ingredientes. A esto se suma la adaptación de los menús para responder a las necesidades específicas de cada usuario y la inclusión de avances tecnológicos para ofrecer la máxima fiabilidad en cada plato”, comenta Rocío Royo, directora de Nutrición y Dietética de Mediterránea Group .

En este apartado, Mediterránea Group ha creado ‘Sabor Seguro’, un plan integral para reforzar su compromiso con la gestión de alergias alimentarias. Bajo este marco, la empresa contempla acciones para incentivar la sensibilización y formación en las verticales del negocio (comedores escolares, hospitales y centros sociosanitarios, restaurantes de empresa, cafeterías y residencias universitarias), para que cada centro sea un espacio seguro y de confianza para los comensales.

Conclusiones:

- La formación del personal, la mejora de la trazabilidad y la personalización del servicio son algunos de los pilares para mejorar el cuidado de los usuarios.
- Entre las medidas más necesarias, también destacan la implicación de la última tecnología y el desarrollo de medidas de concienciación social.

1 de cada 3 españoles tiene alguna alergia alimentaria, un dato que pone de relieve la importancia de estas medidas y la necesidad un enfoque más integral en su tratamiento.



“Experience Macao Roadshow in Madrid”



La Oficina de Turismo de Macao, MGTO, promueve la oferta de una de las grandes zonas turísticas chinas, prueba de ello ha sido el evento que ha organizado en Madrid Experience Macao roadshow in Madrid con gran éxito de participación de empresas chinas y público profesional asistente.

Hostelería & Restauración, HR: ¿Qué proyectos tiene para difundir la imagen de Macao?

Oficina Turismo de Macao: Europa forma parte de la estrategia de Macao para ampliar su base de visitantes internacionales, el viejo continente se sitúa entre los mercados prioritarios de MGTO para atraer viajeros de larga distancia, siendo España uno de los focos clave.

En 2025, la llegada a Macao de visitantes procedentes de Europa, incluida España, ha experimentado un crecimiento de dos dígitos. Esta tendencia positiva ha continuado durante los primeros meses de

2026, con un notable potencial de crecimiento tanto en itinerarios de destino único como multidestino hacia Macao, favorecido por la política de exención de visado de China para viajeros españoles y de otros países.

Además, de participar MGTO en ferias internacionales de turismo como FITUR y de organizar viajes de familiarización para profesionales del sector, medios de comunicación y KOLs, MGTO está desarrollando colaboraciones con asociaciones turísticas, plataformas de reservas, aerolíneas, medios y creadores de contenido en España, Europa y otros mercados internacionales, con el objetivo de aumentar la visibilidad del destino y promover ofertas de viaje tanto individuales como combinadas.

HR: ¿ En qué se diferencia Macao de otras regiones chinas u orientales?

Oficina Turismo Macao: Macao se distingue por su singular iden-

idad cultural, resultado de casi 500 años de encuentro entre Oriente y Occidente. Es un importante puerto internacional y representa uno de los primeros y más duraderos puntos de conexión entre China y Europa.

Esta herencia se refleja en su arquitectura, cultura, religión y estilo de vida, donde iglesias católicas conviven con templos tradicionales chinos, creando un paisaje urbano único en el mundo.

HR: ¿ Cuáles son los pilares en los que se basa la proyección turística de Macao?

Oficina Turismo Macao: La estrategia turística de Macao se basa en varios pilares fundamentales: su patrimonio cultural único, la oferta de resorts integrados de primer nivel, la diversidad gastronómica y el desarrollo continuo de propuestas bajo el concepto “turismo +”. MGTO que impulsa activamente iniciativas como “turismo + cultura”, “turismo

+ eventos”, “turismo + gastronomía” y otros formatos innovadores, con el objetivo de diversificar la experiencia del visitante y reforzar la competitividad del destino a nivel internacional.

HR: ¿ Por qué tipo de turismo es por el que apuestan?

Oficina Turismo Macao: El desarrollo de Macao como destino turístico de calidad internacional es una prioridad clave para todos los agentes del sector.

MGTO impulsa iniciativas como el programa de acreditación de “Servicios Turísticos de Calidad”, que abarca sectores como restauración, agencias de viaje y comercio, con el objetivo de elevar los estándares de servicio en la ciudad. Esta apuesta por la calidad se refleja también en los reconocimientos internacionales.

En 2026, Macao volvió a liderar los premios Forbes Travel Guide Star Awards, con 28 hoteles, 26 restaurantes y 18 spas galardonados con cinco estrellas. Asimismo, la Guía Michelin Hong Kong & Macao 2026 incluye 21 restaurantes con estrella en Macao, sumando hoteles con las máximas estrellas.

HR: ¿ Cómo repercute el turismo en la economía de Macao?

Oficina Turismo Macao: El turismo es el eje central de la economía de Macao. Actualmente, el gobierno y los agentes del sector trabajan para aprovechar la solidez de la industria turística y de ocio con el fin de impulsar la diversificación económica. El modelo “1+4” guía este desarrollo:

“1”: la consolidación del turismo y ocio como sector principal.

“4”: el impulso de cuatro industrias emergentes: medicina tradicional china, servicios financieros modernos, tecnología avanzada y los sectores de congresos, exposiciones, comercio, cultura y deporte.

Este enfoque implica una estrecha colaboración entre el gobierno y los principales operadores turísticos, incluyendo los grandes resorts integrados, para desarrollar nuevos proyectos y expandirse en mercados internacionales. Además, MGTO promueve la integración entre turismo y otros sectores mediante iniciativas como “turismo + cultura”, “turismo + gastronomía”, “turismo + deporte” o “turismo + industrias creativas”.

HR: ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de Macao?

Oficina Turismo Macao: Los principales atractivos de Macao se basan en su singular patrimonio cultural donde confluyen Oriente y Occidente, sus modernos resorts integrados, una oferta gastronómica diversa y una amplia gama de propuestas bajo el concepto “turismo +”.

Estos elementos constituyen los pilares sobre los que MGTO proyecta la imagen turística del destino, promoviendo iniciativas como “turismo + cultura”, “turismo + eventos” o “turismo + gastronomía”.

El Centro Histórico de Macao, inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, es uno de los elementos más distintivos del destino. Macao fue un importante puerto internacional y representa uno de los primeros y más duraderos puntos de encuentro entre China y Occidente, con casi 500 años de historia compartida. Esta fusión se refleja en su arquitectura, religión, cultura y vida cotidiana, donde iglesias católicas conviven con templos tradicionales chinos. Entre los lugares más emblemáticos destacan las Ruinas de San Pablo y el Templo de A-Ma.

Por otro lado, Macao cuenta con resorts integrados de última generación, que ofrecen hoteles de lujo, gastronomía internacional, centros comerciales, parques temáticos y entretenimiento bajo un mismo techo. En paralelo, la ciudad está evolucionando como un centro mundial de turismo y ocio, desarrollando propuestas que incluyen turismo MICE, eventos culturales, espectáculos, deporte, turismo comunitario y la revitalización de barrios históricos.



HR: ¿Cómo calificaría la oferta gastronómica y qué platos destacaría?

Oficina Turismo Macao: En el ámbito gastronómico, Macao destaca por una oferta excepcional que abarca desde restaurantes con estrellas Michelin hasta street food local. Su cocina refleja la fusión cultural del destino, combinando tradiciones chinas, portuguesas y europeas. La gastronomía macaense, reconocida como parte del desarrollo de Macao como Ciudad Creativa de la Gastronomía por la UNESCO, incluye platos emblemáticos como el “pollo africano” o el “minchi”.

HR: Respecto a las comunicaciones turísticas y desplazamientos, ¿les afecta lo que está sucediendo en Oriente Medio (guerra de Irán)?

Oficina Turismo Macao: estamos realizando un seguimiento constante de la evolución de la situación internacional y su posible impacto en el turismo hacia Macao. Los datos recientes indican que no se han producido fluctuaciones significativas en las tendencias de llegada de visitantes.

Si bien el aumento del precio del combustible derivado de la situación en Oriente Medio puede tener un impacto moderado, especialmente en mercados de larga distancia, se considera que su efecto global es manejable. Es posible que algunos viajeros de larga distancia o procedentes de Oriente Medio se vean afectados a corto plazo por el incremento de costes y las dificultades en conexiones.

No obstante, existen múltiples opciones de vuelos directos y con conexión desde Europa hacia Hong Kong y China continental, lo que garantiza la accesibilidad a Macao para los viajeros internacionales.



Sugerencias Macao

Cóctel Macao

Ingredientes:

- 100 ml te rojo con lichy de Macao.
- 40 ml whisky
- 30 ml zumo de limón
- 20 ml zumo de lichy
- 10 ml sirope de lichy
- Hielo

Elaboración:

- Servir los líquidos con hielo en una batidora. Batir bien.
- Colocar hielos en un vaso y servir la mezcla. Decorar al gusto



Char siu

Ingredientes:

- 1000 g panceta ibérica
- 120 g base charsiu
- 20 g ajo cortado fino
- 5 g canela china

- 60 ml soja clara
- 20 ml salsa de ostra
- 20 ml salsa hoisin
- 10 ml miel
- 10 ml aceite de sésamo
- Colorante alimentario rojo

Puré de patata

Ingredientes:

- 1000 g patatas
- 200 g ciruela
- 150 ml nata 35%
- 20 ml vino blanco
- 5 g sal

Elaboración:

Panceta ibérica en salsa Char siu con base de puré de patata asada y ciruela de Macao con textura de boniato y encurtido de piparras y piñones.



La restauración frente a una “tormenta perfecta”

El encarecimiento energético podría elevar los costes operativos en Hostelería entre un 3% y un 8%, presionando unos márgenes ya comprimidos. El impacto podría también dañar la confianza del consumidor, que reaccionaría moderando el consumo discrecional en favor del ahorro.

La subida del petróleo, a consecuencia de la guerra, está afectando a la Hostelería y al Turismo. Cada vez que el petróleo supera la barrera de los 100 dólares, el sector entra en una zona de riesgo conocida. No tanto por el peso directo de la energía en sus costes -la electricidad y el gas suelen representar entre el 3% y el 6%-, sino por su impacto indirecto en toda la cadena de suministro.

Transporte, producción agrícola, refrigeración o procesado de alimentos hacen que, en la práctica, entre el 40% y el 50% de la base de costes del sector esté expuesta a la evolución del precio de la energía.

El reciente repunte del crudo, impulsado por el conflicto internacional, vuelve a activar este mecanismo y la inflación podría situarse entre el 3,6% y el 4,3%, con un traslado amplificado en el sector de la restauración. En este contexto, los costes operativos tienden a crecer entre 1,0 y 1,3 veces la inflación general, lo que se traduce en incrementos de entre el 3% y el 5,5%, pudiendo alcanzar el 6%-8% si el shock energético se prolonga.

En palabras de Miguel Afán de Ribera, socio de Simon-Kucher: “Cuando el petróleo se mantiene en niveles elevados durante varios meses, el efecto termina trasladándose a toda la cadena de costes del sector. En un contexto en el que los márgenes medios de EBITDA se sitúan entre el 5% y el 10%, un aumento de costes de esta magnitud es especialmente crítico”.

El impacto se irá reflejando primero en transporte y logística, altamente sensibles al precio del combustible, posteriormente se trasladará a alimentos y materias primas, debido al encarecimiento de fertilizantes, producción agrícola y procesado. Finalmente, aparecen efectos de segunda ronda, como ajustes salariales o el aumento del coste de financiación.



Demanda más frágil

El actual escenario no sólo afecta a la estructura de costes. La incertidumbre económica derivada del contexto internacional podría influir en el comportamiento del consumidor por pérdida de confianza. En base a la experiencia reciente, independientemente de su impacto en la capacidad adquisitiva, es muy probable que el consumidor prime el ahorro frente al gasto discrecional.

Ante una probable pérdida de confianza, por tanto, el sector se enfrenta a una mayor prudencia en el gasto, con una posible moderación en la frecuencia de consumo y en el ticket medio. Además, la incertidumbre también puede impactar en la actividad turística, otro motor clave para la restauración en España.

A pesar de la presión, muchos operadores están optando por contener precios para no frenar la demanda, lo que intensifica la compresión de márgenes y dificulta mantener la rentabilidad.

Menos margen de maniobra

Este nuevo escenario se produce, además, en un sector que ya arrastra tensiones estructurales, como la escasez de personal y la reducción de la rentabilidad en los últimos años. Estas limitaciones reducen la capacidad de las empresas para absorber nuevos incrementos de costes, elevando el riesgo operativo, especialmente en negocios independientes o con menor escala.

Consiguientemente, la restauración se enfrenta a una “tormenta perfecta” en la que confluyen presión de costes, incertidumbre en la demanda y debilidades estructurales. Un entorno que obligará al sector a buscar eficiencias tanto comerciales como de costes, de forma granular y rápida. Concluye Afán de Ribera: “Una asignatura pendiente del sector es la capacidad de reaccionar de forma rápida y precisa, a nivel tienda. El impacto comercial no será homogéneo.”

La importancia de las subvenciones en el sector hotelero

El sector hotelero en España es uno de los pilares económicos, pero también uno de los más intensivos en inversión y con mayor exposición a factores externos (crisis, estacionalidad, costes energéticos, digitalización).

Jesús Menéndez - Consultor

En los últimos años, la llegada de fondos europeos (especialmente los Next Generation EU) ha cambiado el panorama financiero del sector, impulsando líneas de ayuda para: Modernización de instalaciones; Sostenibilidad energética; Digitalización y Mejora de competitividad.

Estas ayudas buscan acelerar la transformación del turismo hacia un modelo más sostenible y tecnológico. Además, el aumento de costes (energía, personal, financiación) ha hecho que muchos hoteles dependan parcial-



¿Por qué son necesarias las subvenciones para los hoteles?

- Factores clave: alta inversión inicial y continua (reformas, mantenimiento); necesidad de actualización constante (tecnología, sostenibilidad)
- Competencia internacional creciente
- Presión normativa ambiental
- Dependencia de la demanda turística

Las subvenciones permiten: reducir el riesgo financiero, mejorar la rentabilidad de inversiones y acceder a proyectos que sin ayuda serían inviables.

Tipos de subvenciones más habituales para hoteles:

- Subvenciones para eficiencia energética: instalaciones fotovoltaicas, sistemas de climatización eficiente y aislamiento térmico

Cuantía típica:

35% – 65% del proyecto

Hasta 500.000 € en algunos programas

- Ayudas a digitalización (ej: Kit Digital): Web, motor de reservas, CRM, automatización y Ciberseguridad

Importe: 3.000 € a 29.000 €

- Subvenciones para modernización y reformas: renovación de habitaciones; mejora de zonas comunes y accesibilidad.

Cobertura: hasta 50% de la inversión en muchos casos

- Ayudas a sostenibilidad turística: economía circular, reducción de emisiones y gestión de residuos (ejemplo: programas autonómicos con millones de euros en dotación.

• Programas de competitividad turística: promoción, innovación y experiencias turísticas. ejemplo: programas estatales como "Experiencias Turismo España"

- Incentivos fiscales complementarios

Deducciones en Impuesto de Sociedades (~5%).

Bonificaciones IBI hasta 50%.

Importe medio de las subvenciones

Dependiendo del tipo:

Tipo de ayuda	Importe medio
Digitalización	3.000 € – 29.000 €
Reformas pequeñas	10.000 € – 40.000 €
Eficiencia energética	50.000 € – 500.000 €
Proyectos grandes	>1 millón €
Programas regionales	~25.000 € – 100.000€



Documentación necesaria para solicitar subvenciones

- Aunque varía según convocatoria, los requisitos habituales incluyen:
- Documentación administrativa;
- CIF / escrituras de la empresa.
- Alta en actividad turística.
- Certificados de estar al corriente (Hacienda y Seguridad Social).
- Documentación técnica:
- Memoria del proyecto.
- Presupuesto detallado.
- Plan de viabilidad económica.
- Proyecto técnico (ingeniería o arquitectura).

Documentación financiera:

Cuentas anuales, Declaraciones fiscales y plan de financiación

Otros requisitos frecuentes:

cumplimiento normativo ambiental y justificación de impacto (empleo, sostenibilidad, innovación)

Tiempos del proceso

- **Preparación de solicitud:** 1–3 meses.
- **Convocatoria abierta:** 1–3 meses.
- **Evaluación administrativa:** 3–6 meses.
- **Resolución:** 6–12 meses.
- **Ejecución del proyecto:** 1–3 años.
- **Justificación y cobro:** 3–12 meses.

En total: entre 9 meses y 3 años

- Porcentaje de éxito: no existen cifras oficiales globales, pero en base a práctica del sector:
- Convocatorias competitivas: 20% – 50% de éxito.
- Ayudas directas o automáticas: 60% – 90%
- Fondos europeos (NextGen): alta competencia

Factores que influyen: calidad técnica del proyecto, innovación y sostenibilidad, tamaño de empresa, ubicación geográfica y correcta documentación

Pros y contras de solicitar subvenciones

Ventajas: reducción de costes de inversión, mejora de competitividad, acceso a innovación, mejora de sostenibilidad y aumento del valor del activo hotelero

Inconvenientes: procesos burocráticos complejos, largos plazos de cobro, alta competencia, necesidad de adelantar inversión y riesgo de incumplimiento técnico.

Estrategia recomendada para hoteleros

Para maximizar el éxito:

- Planificar inversiones con antelación.
- Combinar varias ayudas (energía + digitalización).
- Profesionalizar la solicitud (consultores especializados).
- Priorizar proyectos con impacto ambiental y digital.
- Ajustar el proyecto a los criterios de la convocatoria.

Las subvenciones son un papel clave de en el futuro hotelero

Las subvenciones ya no son un complemento, sino una herramienta estratégica clave en el sector hotelero. En un entorno marcado por: transición ecológica, digitalización y competencia global

Los hoteles que integren las ayudas públicas en su planificación financiera tendrán una ventaja competitiva clara.

El coste invisible del diseño hotelero

En hotelería, muchas decisiones de diseño no se perciben a simple vista; sin embargo, su impacto sobre la operación y el bienestar del personal es real y constante. Lo que a primera vista se ve sólo parece una cuestión estética pero puede convertirse en un coste invisible que afecta a la salud, los tiempos, la eficiencia y la rentabilidad del hotel.

Loli Morono, Directora Creativa en PF1 Interiorismo Contract
Fotografías de Iván Casal Nieto_ Eurostars Lisboa Baixa Lisboa

El diseño no consiste en crear exclusivamente espacios bellos o llamativos para el huésped, ni tampoco en ofrecerle una experiencia única, sino que un hotel mal diseñado, tanto en sus áreas operativas como en las destinadas al público, genera pérdidas continuas que el equipo sufre día a día, lo que hace que cada detalle del diseño cuente desde el inicio, independientemente de que el establecimiento ya esté funcionando o aún se encuentre en fase de proyecto, pues a la larga esos problemas sólo se agravan si no se corrigen a tiempo.

Por ello, es fundamental prestar atención a la distribución, zonificación y espacios clave, comenzando por las entradas, que deben plantearse con materiales fáciles de limpiar, antideslizantes y sin recovecos para evitar la acumulación de suciedad. Aunque el espacio quede algo más justo, lo importante es que la entrada transmita la imagen que queremos ofrecer a nuestros clientes, lo que a su vez marca la primera impresión de todo el hotel y establece el tono para el resto de las áreas, conectando directamente con la distribución interior de mostradores y barras de bar, que también debe ser equilibrada, ni demasiado grande ni exce-



sivamente pequeña, de modo que el back-of-house no quede expuesto y el personal pueda trabajar cómodamente, preferiblemente con iluminación adecuada, lo que facilita la labor diaria y mejora la experiencia operativa de todo el equipo.

Los espacios de espera requieren el mismo cuidado: deben ser cómodos, con asientos a la altura adecuada para que los huéspedes puedan levantarse con facilidad, con materiales fáciles de limpiar y, si se utilizan tejidos, que sean técnicos, lo que conecta directamente con la importancia de los pasillos internos y las áreas destinadas al público, que necesitan especial atención al ser los recorridos principales de circulación. Éstos pasillos deben ser amplios, bien iluminados y contar con pavimentos antideslizantes y revestimientos fáciles de limpiar, mientras que el confort acústico se convierte en un factor esencial: el pavimento debe amortiguar la pisada y los revestimientos de paredes y techos mitigar rebotes de sonido, evitando que el tránsito de personal o el simple cierre de puertas altere la tranquilidad de los huéspedes, demostrando así cómo cada detalle de circulación está directamente ligado a la funcionalidad de habitaciones y áreas comunes.

En las habitaciones, la normativa de turismo suele marcar dimensiones adecuadas: ni demasiado grandes para no sobrecargar la limpieza, ni demasiado pequeñas para garantizar comodidad, mientras que la correcta organización del recorrido del huésped y la disposición coherente de los elementos crean un espacio intuitivo y funcional. Una problemática recurrente en muchos hoteles es la inadecuada insonorización, que a veces, aunque se conozca, no puede solucionarse completamente por diversas circunstancias; sin embargo, con pequeñas correcciones en materiales o la incorporación de elementos con características acústicas adecuadas, se puede mejorar significativamente el confort de las habitaciones y, en consecuencia, mitigar las reclamaciones, reforzando así la relación entre diseño, experiencia del huésped y eficiencia operativa.

De manera paralela, en desayunadores, cafeterías y espacios comunes, el equilibrio es clave, porque la correcta prescripción de materiales, la distribución pensada y la zonificación adecuada garantizan funcionalidad, comodidad y facilidad de mantenimiento, y si esto falla, los recorridos mal planteados o la falta de conexión entre áreas generan retrasos que, multiplicados por jornadas, equipos y meses, se



traducen en un coste operativo real. Además, la falta de organización o trazabilidad en almacenes y reposiciones provoca errores, tiempos muertos y retrabajos innecesarios, lo que evidencia que un diseño operativo eficiente es crucial para el bienestar del equipo y la rentabilidad del hotel.

En efecto, el diseño impacta directamente en la salud y productividad del personal, porque espacios mal iluminados, ruidosos o saturados aumentan la fatiga y reducen la concentración, mientras que las zonas de paso ocupadas o mal resueltas incrementan el riesgo de accidentes, reforzando la importancia de invertir en un diseño operativo seguro, que además puede complementarse estratégicamente con tecnología domótica. Esta tecnología tiene un enorme potencial para mejorar la eficiencia operativa, ya que automatizar iluminación, climatización, control de accesos o gestión energética permite reducir costes y liberar al personal de tareas repetitivas; sin embargo, muchos sistemas son procedentes o específicos de un fabricante y, aunque funcionan bien de forma aislada, carecen de interoperabilidad, es decir, no pueden comunicarse



ni coordinarse con otros dispositivos o sistemas distintos, lo que obliga a usar múltiples aplicaciones o consolas, aumentando la complejidad, los errores y los costes ocultos.

Por eso, cada vez más profesionales apuestan por soluciones basadas en protocolos abiertos y estándares universales, porque permiten que dispositivos de diferentes fabricantes se comuniquen sin barreras, reduciendo la complejidad y los costes a largo plazo, además de facilitar la administración centralizada, el

mantenimiento preventivo, la escalabilidad futura y una experiencia operativa más coherente para el personal. En consecuencia, la domótica bien integrada deja de ser un “extra tecnológico” y se convierte en una herramienta que aporta eficiencia, facilidad de uso y control efectivo, alineándose con los flujos operativos que el equipo necesita para trabajar seguro y concentrado, cerrando así el círculo donde diseño, operación y tecnología se combinan para optimizar tanto la experiencia del huésped como la productividad del personal.

GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS



20 años contribuyendo
a la *excelencia* hotelera

Madrid T. +34 914 310 614 | Porto T. +351 225 574 387

www.groupegm.es



La luz que emociona, claves para iluminar con intención

La luz es el alma silenciosa de un espacio. Antes de que el cliente perciba la textura de una silla o el aroma de un plato, ya está sintiendo la atmósfera que crea la iluminación. La luz guía, abraza, ordena y emociona. En hostelería, iluminar con intención es tan importante como cocinar con técnica, es el primer gesto de hospitalidad.

Francisco Silván Corral – Diseñador de Interiores

La luz es el alma silenciosa de un espacio. Antes de que el cliente perciba la textura de una silla o el aroma de un plato, ya está sintiendo la atmósfera que crea la iluminación. La luz guía, abraza, ordena y emociona. En hostelería, iluminar con intención es tan importante como cocinar con técnica: es el primer gesto de hospitalidad.

Iluminar no es colocar lámparas: es crear arquitectura, volumen y escenografía. La luz dibuja las formas, marca recorridos y define la identidad del local. Es la herramienta que convierte un espacio en un escenario donde el cliente es protagonista. Por eso trabajamos por capas:

- **Luz ambiental:** da base y uniformidad
- **Luz puntual:** dirige la mirada y crea intimidad
- **Tiras Led:** aportan líneas, profundidad y ritmo
- **Luminarias decorativas:** aportan carácter y narrativa

Iluminación exterior: con proyectores o balizas solares para terrazas que generan seguridad y continuidad visual.

Hay algo esencial que nunca debemos olvidar: iluminamos personas, no objetos. El cliente debe verse bien y sentirse bien. La luz puede favorecer o perjudicar un

rostro, puede hacer que alguien se sienta cómodo o incómodo. La temperatura de color es emoción pura:

- 2700K transmite intimidad, proximidad
- 3000K aporta calidez, profesionalidad
- 4000K genera dinamismo

En hostelería, **la clave está entre 2700K y 3000K**. Una luz fría espanta: endurece los rasgos, enfría el ambiente y rompe la magia.

Es fundamental dejar claro: los downlights NO son para la zona de clientes bajo ningún concepto. Son luz técnica, directa y funcional. Su lugar está en cocinas, despachos, pasillo de servicio o almacenes. En sala generan sombras duras, deslumbran, aplanan los rostros y destruyen la atmósfera emocional del restaurante.

En cambio, las luminarias decorativas si pertenecen a la sala, pero deben colocarse con precisión: 70 cm desde el tablero de la mesa, lo suficientemente bajas para iluminar la comida sin generar sombras en los comensales, y lo suficientemente altas para quedar por encima de sus cabezas, liberando la vista. Una luminaria mal colocada puede afean a una persona; una bien colocada la hace sentirse guapa, favorecida, cómoda. La luz puede ser un halago o un enemigo.



La iluminación también es escenografía emocional. Con reguladores de intensidad o a través de domótica, el espacio puede transformarse a lo largo del día: más luminoso y dinámico en el servicio de mediodía; más relajante por la noche; una luz que hace que el cliente se enamore del espacio, que sienta mariposas en el estómago, que perciba algo especial sin saber exactamente por qué. La luz convierte una visita en una emoción.

La luz también es color. Con tecnología RGBW, un mismo restaurante puede cambiar por completo a lo largo del día, de la noche o incluso de las estaciones. Un único escenario, iluminado con diferentes colores, se convierte en muchos escenarios: más vibrante en verano, más íntimo en invierno, más dinámico al mediodía, más envolvente al anochecer. La iluminación RGBW permite que el espacio evolucione,

respire y se adapte, creando atmósferas que sorprenden y emocionan. El color comunica y transmite una sensación:

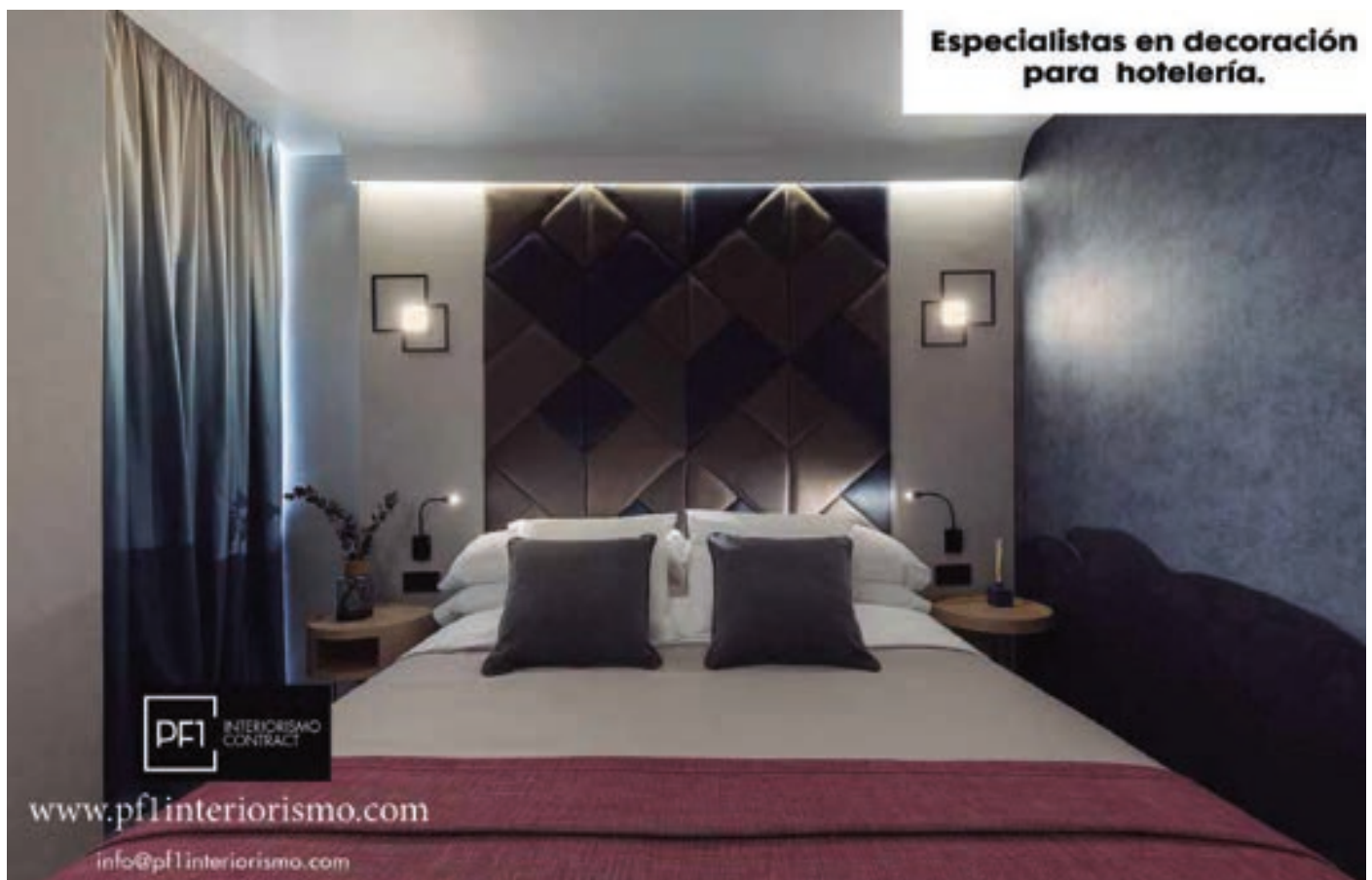
- **Rojo:** energía y pasión.
- **Naranja:** dinamismo y cercanía.
- **Amarillo:** optimismo y vitalidad.
- **Verde:** calma y naturaleza.
- **Azul:** serenidad y confianza.
- **Violeta:** misterio y sofisticación.
- **Blanco cálido:** intimidad.
- **Blanco neutro:** profesionalidad.

La iluminación bien diseñada no sólo crea atmósferas: construye prestigio. Es uno de los elementos determinantes en un proyecto de interiorismo, porque revela el nivel de cuidado, la sensibilidad del diseñador y la ambición del negocio. Un espacio puede ser correcto o ser memorable. La diferencia, muchas veces, está en la luz. No olvidemos

algo que muchos pasan por alto: la limpieza y el mantenimiento de las luminarias. Polvo, telas de araña, huellas en los cristales, etiquetas sin retirar, restos de cinta del pintor o bombillas mezcladas en diferentes tonos de luz arruinan cualquier diseño.

La excelencia está en los detalles que casi nadie ve pero todos sienten.

La iluminación bien diseñada cuida al cliente y al equipo. Un camarero que ve bien trabaja mejor, un gerente que controla la atmósfera gestiona mejor, un local bien iluminado invita a entrar, un comensal que se ve guapo vuelve y recomienda. La luz no sólo ilumina: cuida, emociona y transforma.



Especialistas en decoración para hotelería.

PFI INTERIORISMO CONTRACT

www.pfiinteriorismo.com

info@pfiinteriorismo.com

Lucart Professional: innovación, sostenibilidad y compromiso con el futuro

Lucart Professional ofrece al mercado de Iberia soluciones innovadoras y sostenibles, reafirmando su compromiso con la economía circular, la eficiencia operativa y el bienestar de las personas.



Uno de los protagonistas indiscutibles de Lucart Professional es EcoNatural, el sistema circular pionero que transforma los cartones para bebidas en productos útiles y ecológicos.



Desde hace más de 15 años, **Lucart** ha apostado por este modelo de reciclaje avanzado, que permite recuperar los tres componentes principales de los cartones — fibras de celulosa, polietileno y aluminio— para darles una nueva vida. Las fibras se convierten en papel tisú de alta calidad (Fiber-pack®), mientras que el polietileno

y el aluminio se transforman en material plástico reciclado (Al.Pe®), utilizado para fabricar los dispensadores EcoNatural FLOW.

Este enfoque no sólo reduce el impacto ambiental, sino que también promueve un modelo de producción responsable, alineado con los principios de la economía circular. Gracias a EcoNatural, **Lucart** ha logrado evitar la emisión de toneladas de CO² y reducir el consumo de recursos vírgenes, demostrando que la innovación puede ir de la mano con la sostenibilidad.

EcoNatural FLOW, fabricada íntegramente en Al.Pe®, es una gama de dispensadores con diseño exclusivo que incluye todos los modelos necesarios: desde dispensadores para papel higiénico, toallas plegadas o en rollo, hasta una solución para jabón. Estos productos están certificados OK Recycled/TÜV Austria y ReMade in Italy, garantizando su origen reciclado y su completa reciclabilidad.

La gama elegante de dispensadores Identity, se caracterizada por sistemas Touch Free y Autocut, que permiten reducir significativamente el consumo de papel y los costes operativos, sin comprometer la higiene ni la experiencia del usuario.



Además, esta gama cuenta también con dispensadores de jabón, incluyendo el Identity Soap 1000 Dispenser, el Identity Soap 900 Touch Free Dispenser y el Identity Soap 400.

En relación a la línea Skin Care, con jabones dermatológicamente testados y formulados con ingredientes de alta calidad: Classic Foam, con aceite de almendras; Frequent Foam, con extracto de aloe vera; Essential Foam, sin fragancia; Premium Liquid, con aceite de argán; y, entre las últimas incorporaciones: Hair & Body, con fragancia floral adecuado para todo el cuerpo, Anti-microbial, desinfectante eficaz contra bacterias, levaduras y virus con envoltura siendo la perfecta solución para el área sanitaria y ambientes con riesgo de contaminación cruzada.



La gama L-ONE caracterizada por sistemas de extracción central hoja a hoja, complementa las soluciones de **Lucart Professional** de ahorro de papel a través de sus sistemas de dispensación controlada; L-ONE maxi dispensador secamanos y L-ONE mini dispensador de papel higiénico.

Con este porfolio, **Lucart Professional** reafirma su liderazgo en el sector, ofreciendo soluciones que combinan tecnología, sostenibilidad y cuidado personal, demostrando con sus productos que es posible construir un futuro más limpio y responsable.



Gama de productos Famiglia Flow



Gama de Skincare

El directivo hotelero frente al desafío regenerativo: liderar más allá del hotel

En hotelería solemos hablar de innovación, eficiencia y experiencia del cliente. Pero hoy, la conversación más relevante no ocurre en los pasillos de los hoteles ni en los foros de inversión: sucede en la intersección entre territorio, comunidad y propósito. Aquí, empieza una idea a ganar fuerza: la hospitalidad regenerativa no será una tendencia; será el nuevo estándar de liderazgo.

Regina Santamaria -Associate Partner at Page Executive – Tourism & Hospitality



Los informes más recientes del sector coinciden en que la sostenibilidad, tal como la entendíamos, ya no basta. El modelo regenerativo —que busca generar un impacto neto positivo en los destinos— se perfila como la evolución natural de la industria hotelera. Un enfoque que deja atrás la lógica del “menos daño” para abrazar la lógica del “más valor”: restaurar ecosistemas, fortalecer comunidades y revitalizar economías locales. Sin embargo, esta transformación no depende de

certificaciones ni de departamentos de sostenibilidad. Depende de una figura que, paradójicamente, rara vez forma parte central del debate: el directivo hotelero.

Durante años, la dirección hotelera se ha evaluado por métricas claras: RevPAR, GOPPAR, ADR. Hoy, aunque siguen siendo esenciales, ya no cuentan toda la historia. Las nuevas expectativas del sector y del viajero contemporáneo obligan a los directivos a adoptar un rol ampliado: curadores del territorio, responsables no sólo de lo que sucede dentro del hotel, sino de cómo ese hotel influye en el entorno que lo acoge.

Los ejemplos internacionales lo evidencian. Proyectos como Six Senses Southern Dunes en AMAALA, diseñado para regenerar ecosistemas desérticos y convertirse en el primer resort LEED Platinum del desierto, nacen de

decisiones directivas valientes y estratégicas. En Raja Ampat, Misool Eco Resort logró crear una reserva marina de 300.000 acres gracias a un liderazgo que entendió que la conservación no es un coste, sino una inversión en futuro.

En el Himalaya, el Sherpa Hospitality Group demuestra que un hotel puede ser un motor de orgullo cultural y prosperidad local cuando la dirección se compromete con la comunidad. Estos casos muestran que un hotel regenerativo no surge por fuerza del mercado: surge por visión directiva.

Competencias que definen a un directivo regenerativo

No hablamos simplemente de un gestor eficiente, sino de un líder con una combinación de competencias que la industria empieza a valorar como imprescindibles, dotado con:

- Visión sistémica, para entender el hotel como parte de un ecosistema mayor.
- Alfabetización ambiental y social, clave en un entorno donde el impacto importa tanto como la cuenta de resultados.
- Capacidad de colaboración, porque la regeneración exige alianzas con administraciones, ONGs y comunidades.
- Liderazgo inspirador, que movilice equipos que buscan propósito además de un empleo.
- Innovación con sentido, desde trazabilidad alimentaria hasta modelos circulares en F&B.



No es casualidad que muchos estudios señalados por EHL definan esta nueva era como una era de liderazgo human-centric, donde la empatía, la transparencia y la visión a largo plazo son tan estratégicas como la gestión financiera.

Los grandes operadores ya están entendiendo que el impacto es un activo estratégico.

Un hotel regenerativo; atrae talento comprometido, fideliza huéspedes que buscan propósito, reduce riesgos regulatorios, y fortalece su resiliencia a largo plazo. Pero el mayor beneficio es intangible: posiciona a su directivo como referente, como un líder capaz de transformar no solo un activo, sino un destino.

En la columna vertebral de este modelo hay una convicción: el turismo no puede prosperar si el destino no prospera. El liderazgo regenerativo es, en última instancia,

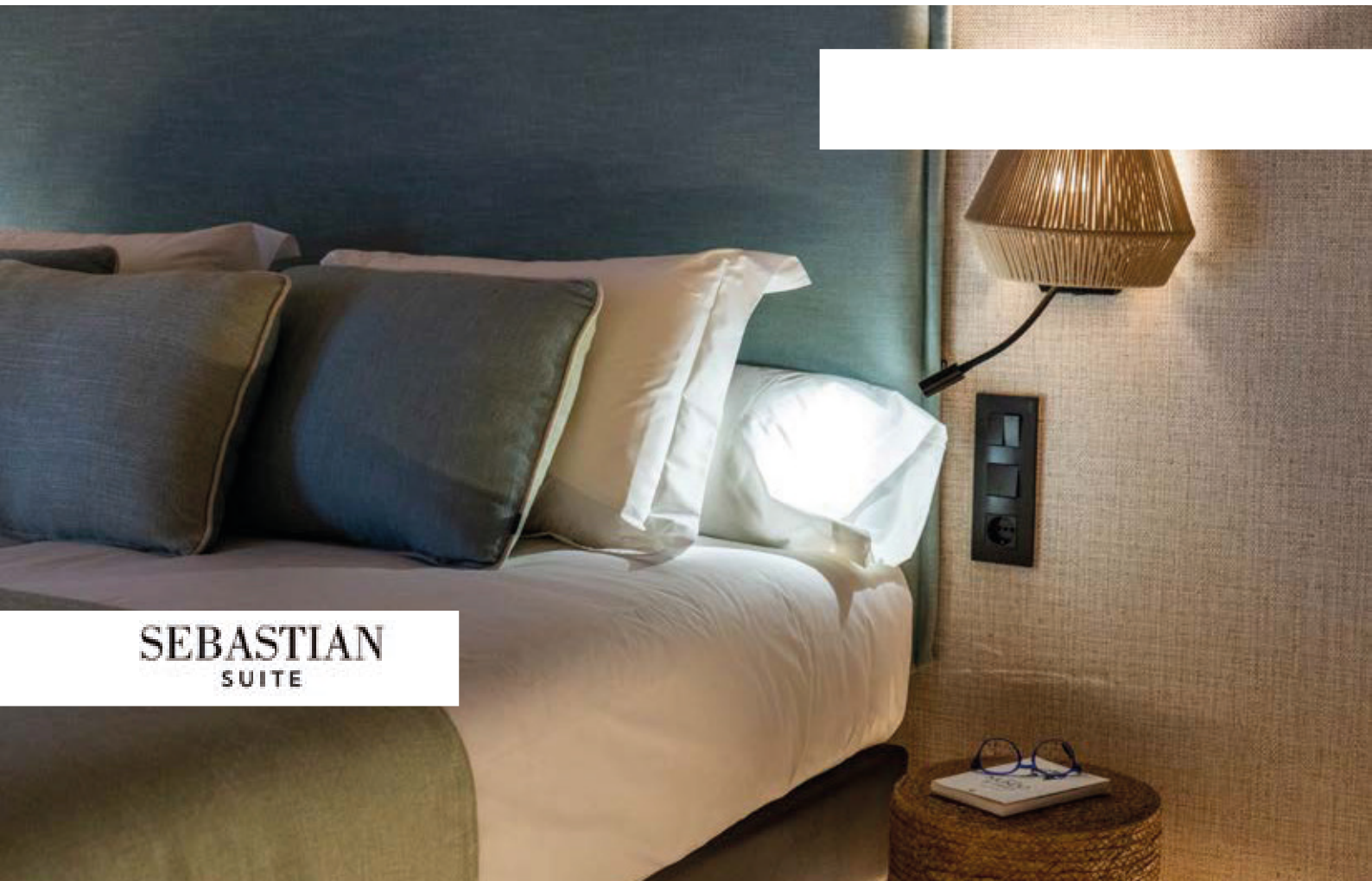


un nuevo contrato moral entre el hotel y su entorno. Implica devolver más de lo que se toma. Proteger en lugar de consumir. Colaborar en lugar de competir. Inspirar en lugar de imponer.

Y si algo nos enseñan proyectos como Misool, Six Senses Ibiza o Dunas de Formentera, es que cuando un hotel decide regenerar, el territorio responde. La hospitalidad regenerativa no es un lujo, ni una moda. Es una invitación, una

llamada para que los directivos hoteleros lideren de forma más consciente, más valiente y más humana.

El futuro del sector no pertenecerá al hotel que más crezca, sino al que más contribuya. Y el directivo que entienda esto no sólo gestionará mejor: dejará un legado. Un legado que no se mide en metros cuadrados ni en KPIs, sino en el impacto positivo que deja sobre un territorio y su gente.



SEBASTIAN
SUITE

Mi objetivo es fortalecer la asociación para convertirla en un referente”

Jesús Menéndez López es el nuevo presidente de la Asociación Española de Directores y Directivos de Hotel y Restauración, AEDH. Menéndez es un perfecto conocedor de las necesidades de esta figura profesional, pero llega con grandes proyectos que seguro desarrollará como ha realizado en las cadenas hoteleras que ha ejercido. Además para Hostelería & Restauración, HR es una alegría al ser colaborador de nuestro medio

¿Cuéntenos su trayectoria profesional hasta llegar a ocupar la presidencia de la Asociación?

Mi trayectoria profesional ha estado siempre vinculada al sector hotelero, comenzando desde posiciones operativas que me han permitido conocer de primera mano el funcionamiento del negocio. Con el paso del tiempo fui asumiendo responsabilidades de mayor gestión, liderando equipos y proyectos en distintos establecimientos, lo que me ha permitido adquirir una visión global del sector. He trabajado en agencias de viajes, en tour operadores internacionales, y en cadenas hoteleras de marcas nacionales e internacionales, y he trabajado en España (península y Canarias), Egipto, Túnez, Senegal, Marruecos, República Dominicana, USA, Antillas francesas, ... y he sido director de hoteles de 3*, 4*, 5*, 5* G.L, y Director de Cadena hotelera.



En los últimos años, he estado realizando consultoría de aperturas de hoteles y proyecciones económicas para implantación de establecimientos hoteleros, reestructuraciones y reposicionamiento de activos hoteleros y turísticos, (desde hoteles a campos de golf y alojamientos rurales).

La participación activa en asociaciones profesionales ha sido clave en mi desarrollo, al permitirme compartir experiencias, generar red y contribuir al crecimiento colectivo. Este recorrido, basado en la constancia, la formación continua y el compromiso con la profesión, es lo que me ha llevado a asumir la presidencia con gran responsabilidad e ilusión.

¿Qué proyectos tiene para la Asociación y qué objetivos le gustaría alcanzar con ella?

Mi principal objetivo es fortalecer la Asociación como referente real para los directores de hotel. Para ello, quiero impulsar proyectos centrados en la formación continua, la digitalización, la creación de redes profesionales y la defensa de los intereses del colectivo. También es clave aumentar la visibilidad de la figura del director de hotel y posicionar a la Asociación como interlocutor relevante ante instituciones y empresas del sector. En definitiva, buscamos una entidad más dinámica, útil y conectada con los retos actuales.

¿Cómo valora la figura profesional de Director de Hotel con respecto al pasado y en qué aspectos ha de evolucionar?

La figura del Director de Hotel ha evolucionado significativamente. Antes tenía un enfoque más operativo, mientras que hoy es un perfil claramente estratégico. Actualmente, el director debe ser un líder capaz de gestionar equipos, interpretar datos, adaptarse a los cambios tecnológicos y entender al cliente en profundidad. La evolución pasa por reforzar competencias en liderazgo, innovación, sostenibilidad y transformación digital, sin perder la esencia del servicio y la experiencia del cliente.

¿Cómo y en qué aspectos le afecta la Inteligencia Artificial al Director de Hotel?

La Inteligencia Artificial ya está impactando de forma directa en la gestión hotelera. Afecta especialmente en áreas como la optimización de precios, la personalización de la experiencia del cliente, la automatización de procesos y el análisis predictivo. Para el director, esto supone una oportunidad, pero también un reto: debe entender estas herramientas, saber implementarlas y, sobre todo, utilizarlas estratégicamente sin perder el componente humano que define al sector.

¿Cuál es la verdadera problemática actual para los Directores de Hotel?

Uno de los principales retos es la gestión del talento: captar, formar y retener profesionales cualificados en un contexto cada vez más competitivo. A esto se suman la incertidumbre económica, el aumento de costes, la presión por mantener la rentabilidad y la necesidad de adaptarse constantemente a los cambios en la demanda y en la tecnología. Todo ello obliga al director a ser más versátil, resiliente y orientado a resultados.

Respecto a la formación. ¿Qué necesidades tiene que estudiar para que un Director sea competitivo? ¿Qué soluciones propone?

Un director competitivo debe formarse en áreas clave como gestión financiera, liderazgo de equipos, marketing digital, análisis de datos, sostenibilidad e innovación tecnológica. La formación debe ser continua y práctica, adaptada a la realidad del sector. Desde la Asociación proponemos impulsar programas formativos especializados, acuerdos con instituciones educativas y espacios de intercambio de conocimiento entre profesionales.

¿Va a potenciar la sección juvenil de la AEDH? ¿Qué medidas adoptará para ello?

Sin duda, la sección juvenil es fundamental para garantizar el futuro del sector. Queremos potenciarla mediante programas de mentoring, acceso a formación específica, eventos de networking y oportunidades reales de desarrollo profesional. Es clave

aproximar la Asociación a los jóvenes y hacerles partícipes desde el inicio de su carrera.

¿Va a fomentar la relación de la AEDH con las administraciones públicas y privadas (como asociaciones de Hostelería)?

Sí, es una prioridad. La colaboración con administraciones públicas y entidades privadas es fundamental para defender los intereses del sector y generar sinergias. Queremos posicionar a la Asociación como un interlocutor activo, participando en mesas de trabajo, iniciativas sectoriales y proyectos conjuntos que aporten valor real.

¿Desea añadir algo más?

Me gustaría destacar la importancia de la unión del colectivo. Sólo a través de la colaboración, el intercambio de conocimiento y una visión compartida podremos

afrontar los retos del sector con éxito. La Asociación debe ser un punto de encuentro, apoyo y crecimiento para todos los profesionales, y ese será nuestro compromiso.

La nueva Junta está formada por directores de hotel y profesionales de reconocido prestigio que están en el día a día de los hoteles, como se suele decir "metidos en el barro" y que aportan la visión de las necesidades reales del sector y del colectivo. Es en los momentos de cambio donde se producen las mayores oportunidades y afrontamos esta etapa con ilusión y responsabilidad.

Nuestros clientes tienen muchas expectativas cuando vienen a nuestros establecimientos y no podemos fallarles. La profesión de Director de Hotel nos es un trabajo, es una forma de vida. Hacer clientes felices es un trabajo enriquecedor y se centra en la gestión de grandes equipos de profesionales que pone en valor el concepto de la hospitalidad.



ASEGO celebra su XXXVIII Asamblea General Ordinaria en Valencia

La Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO, ha celebrado los días 10, 11 y 12 de abril, en el Hotel SH Valencia Palace su trigésima octava Asamblea General. En ella se han vivido momentos inolvidables marcados por el reencuentro, el compromiso profesional y el inconfundible aroma del Mediterráneo. Entre los puntos principales aprobados ha sido la reelección de Lorena Moreno, como presidenta nacional de ASEGO.

La Asamblea General Ordinaria ha compaginado jornadas de trabajo con actos lúdicos como la visita guiada a la Lonja y a la Iglesia de San Nicolas.y a otros puntos de interés turístico de Valencia,como el casco histórico.

A continuación se celebró uno de los actos más emotivos de la asamblea, el cóctel de bienvenida en el SH Valencia Palace, donde las gobernantas han podido estrechar lazos y compartir experiencias. A este acto han asistido representantes de diversas firmas comerciales colaboradoras como de Vayoil Textil, Grupo Fino y Disarp, así como de la artista Charo Marín, cuya compañía realzó la la velada.



Miembros de la junta directiva con firmas colaboradoras



La asamblea, un buen lugar de encuentro



Lorena Moreno y Ana Felpeto registrarán Asego



La junta directiva de Asego

Construyendo futuro: Asamblea y nueva Junta Directiva

Durante la segunda jornada, el sábado 11 de abril, se ha concentrado la jornada de trabajo en la que La Junta Directiva de ASEGO, con su presidenta Lorena Moreno y su Secretaria General al frente Ana María Dobaño, han

sido las encargadas de dar la bienvenida a la gobernantas procedentes de diferentes puntos de la geografía nacional, como Cataluña, Madrid, Galicia y la Comunidad Valenciana.

Los principales puntos analizados han sido el balance económico de ASEGO, el informe anual de las diferentes Vocalías infor-

mando de las actividades realizadas en sus zonas (de las que nuestra revista HOSTELERÍA & RESTAURACION, HR, ha informado puntualmente). Asimismo se han compartido inquietudes y definido los planes y objetivos para este año. El gran momento de la Asamblea ha sido la reelección de la nueva Junta Directiva, en la que se ha reelegido a Lorena Moreno Camacho Presidenta y se ha elegido a Ana María Felpeto Garcia, hasta hora Vocal de Madrid, Vicepresidenta:

La jornada no estuvo exenta de alegría y sorpresas. Disfrutamos de un ambiente festivo con el sorteo de joyas de Charo Marín y dos aspiradoras Nilfisk, además de los obsequios de Ressel y Vayoil Textil. Como detalle de nuestra tierra anfitriona, cada asambleísta recibió una bolsa de chufas.

Vivimos uno de los momentos más emotivos del evento: la entrega de pinos a las nuevas asociadas, dándoles la bienvenida a esta gran familia.

El cierre de la sesión de trabajo fue único: de la mano de Lorena Moreno, recreamos nuestra propia "mascletá" explotando globos al unísono, llenando la sala de energía y entusiasmo.

Posteriormente, celebramos una comida de trabajo patrocinada por Vayoil donde degustamos un excelente arroz en un clima de auténtica celebración e hicimos una visita guiada a la Lonja y a la Iglesia de San Nicolas.

Cena de Gala y despedida

La noche del sábado se vistió de largo en el Only You Valencia para nuestra cena de gala patrocinada por Schôolers. Gracias a la cortesía de Disarp, que facilitó

el traslado en autobús, pudimos disfrutar todos juntos de una velada espectacular. El domingo pusimos el broche de oro a la Asamblea con una visita guiada por los Jardines del Turia y la Ciudad de las Artes y las Ciencias, finalizando con una comida de clausura en el SH Valencia Palace.

Próxima parada: ¡Santiago de Compostela!

Para la próxima Asamblea se eligió Santiago de Compostela como sede de nuestro próximo encuentro nacional. ¡Galicia ya nos espera!

Queremos dar las gracias por su trabajo durante estos años a Macarena Callejon como vicepresidenta y a Beatriz Gonzalez como vocal de Andalucía.



Instante de la Asamblea



El turismo, otro aliciente al congreso



Asambleístas del congreso

Resuinsa garantiza el suministro al sector hotelero ante la presión logística internacional

El modelo de gestión de Resuinsa, basado en la anticipación y la planificación a largo plazo, permite mantener la estabilidad del suministro en un contexto logístico tensionado.

Mientras España se prepara para una temporada turística con previsiones de ocupación muy elevadas, la creciente tensión en las cadenas logísticas internacionales empieza a convertirse en un factor crítico para la operativa hotelera.

En este contexto, la capacidad de anticipación en la cadena de suministro se convierte en una pieza clave para garantizar la continuidad de servicio al sector.

En el caso de Resuinsa, esta capacidad de previsión forma parte estructural de su modelo de gestión. La compañía trabaja con una planificación de producción y aprovisionamiento a largo plazo, mantiene niveles de stock estratégico y refuerza de forma continua su capacidad de abastecimiento para asegurar la disponibilidad de producto incluso en contextos logísticos complejos.

Ante este escenario, Resuinsa ha adoptado medidas en su cadena de suministro para asegurar la continuidad de servicio a sus clientes, refor-



zando el aprovisionamiento de materias primas para ampliar su capacidad productiva y anticiparse a posibles tensiones de suministro. El objetivo es paliar el impacto de posibles interrupciones logísticas y amortiguar, en la medida de lo posible, el efecto de la escalada de los costes en el transporte internacional.

“Cuando la ocupación hotelera se dispara, cualquier tensión en la cadena de suministro puede convertirse en un problema operativo. Por eso, sabemos que anticiparnos resulta fundamental y siempre trabajamos para garantizar el suministro a nuestros clientes”, explica Félix Martí, director general de Resuinsa.

Un contexto internacional tensionado

El incremento de los costes del transporte marítimo, el encarecimiento de los fletes y las alteraciones en algunas de las principales rutas comerciales

están comenzando a trasladarse a distintos sectores dependientes del comercio internacional. De hecho, en el caso del textil para hostelería, algunos proveedores del mercado ya han comenzado a advertir a sus clientes sobre posibles limitaciones de determinados productos ante las dificultades de abastecimiento.

Para el sector hotelero, la situación vuelve a poner sobre la mesa un aspecto estratégico que a menudo pasa desapercibido. Y no es otro que la importancia de trabajar con proveedores que cuenten con capacidad industrial, planificación y visión a largo plazo.

Por ello, cuando el turismo alcanza sus picos de demanda, incluso los elementos más cotidianos de la operativa hotelera dependen de algo mucho más complejo: una cadena de suministro capaz de anticiparse y adaptarse a un entorno cada vez más cambiante.





**Con nuestras
máquinas, transformas
tus resultados. Con
nuestro soporte, nunca
estarás solo**

ipso.com

Congreso AECOC de Hostelería

Madrid ha acogido el 13 de mayo el Congreso AECOC de Horeca, con la participación de grandes profesionales en Hostelería como la CEO global de Unilever Food Solutions, Nuria Hernández.



Durante el evento, Hernández ha presentado el informe Menús del Futuro 2026 de Unilever Food Solutions, un estudio que repasa las principales tendencias gastronómicas globales que están transformando la restauración. Este informe, elaborado anualmente por Unilever Food Solutions, se basa en datos propios, estudios internacionales y la experiencia de más de 250 chefs profesionales en 75 países, con el objetivo de identificar las tendencias gastronómicas más relevantes.

Menús del Futuro es el resultado de esta colaboración global y se ha convertido en una referencia crucial para los profesionales de hostelería que buscan mantenerse al día de las preferencias de los

consumidores. El estudio contextualiza la evolución del sector de la restauración en un entorno marcado por varios factores clave, como la llegada de la Generación Z, que está tomando un rol cada vez más relevante. Además, el informe refleja el impacto creciente de la migración y el turismo internacional, dos fenómenos que están contribuyendo a una mayor diversidad gastronómica y a la fusión de sabores de distintas culturas. A este escenario se suma una inestabilidad económica que está redefiniendo los hábitos de consumo, lo que hace necesario que los establecimientos se adapten

para seguir siendo competitivos. En este contexto, los consumidores han empezado a priorizar aspectos como autenticidad, conveniencia, valor y experiencias gastronómicas más significativas y personalizadas.

Para la hostelería, esto representa tanto un desafío como una oportunidad para innovar y conectar con una audiencia más exigente, digitalizada y consciente de sus elecciones. Durante su intervención, Nuria Hernández ha compartido cómo los chefs pueden adaptar sus menús para conectar mejor con este nuevo perfil de consumidor, desta-

cando la importancia de estar al día de las tendencias y de comprender los cambios sociales, económicos y culturales que están moldeando las preferencias gastronómicas.

El informe Menús del Futuro 2026 no sólo describe tendencias, sino que también ofrece claves prácticas para que los profesionales de restauración adapten sus cartas y conceptos a un consumidor más informado, exigente y digital. Según Hernández, el éxito está en generar tráfico, crear conexión emocional y asegurar relevancia cultural en un mercado cada vez más competitivo.

Albal celebra 50 años en España

La marca de Cofresco, Albal, cuyo nombre es sinónimo de papel de aluminio conmemora medio siglo en España cuidando lo que más importa y acompañando a los consumidores con productos pioneros, sostenibles y funcionales.

Albal posee una trayectoria marcada por la innovación constante, con una gama completa de soluciones para conservar la frescura de los alimentos, reducir el desperdicio alimentario y facilitar la vida en la cocina, que abarca desde la conservación y congelación hasta la preparación y cocinado de alimentos.

Cofresco posee un portafolio integral y versátil, como papel de aluminio, film transparente, bolsas de alimentos, papel de horno y papel para freidora de aire, así como soluciones reutilizables, que evoluciona con el consumidor, adaptándose a los hábitos actuales e incorporando nuevas categorías y formatos.



Accesorios para vinos

Starvinos, Popy Wine

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



Aceites

Compañía Oleicola Siglo XXI

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

Agua Mineral

C. Navalpotro, S. L.

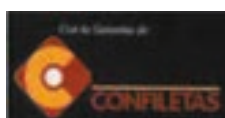
Ctra. de Soria, s/n
Tel.: 975 300 455
Fax: 975 300 761
montepinos@montepinos.com
www.montepinos.com
42200 Almazán, Soria



Bases preparadas

Confiletas

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



Bodegas

Grupo Freixenet, S. A.

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



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
28034 Madrid



Consejo Regulador

Denominación de Origen Ribera

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

Bollería prefermentada

Bellsolá, S. A.

Avda. Príncipe de Asturias, 66 4ª
Planta
Tel.: 93 367 17 00
Fax: 93 217 76 04



Buffets

King's Buffet

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



Cafés

Cafento

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

Carnes

Consejo Regulador Denominación de Origen Especifica Cordero de Extremadura

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



Cash&Carry y Deliver

Grupo Miquel (GM Cash)

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



Climatización

Samsung Electronics

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



Colchones y somieres

Grupo Pikolin Contract

Plataforma Logística
Zaragoza
Ronda Ferrocarril 24
Telf.: + 34 609 30 30 24
www.grupopikolin.com
501972 Zaragoza



Congelados

Congelados Basilio

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



Distribución Hostelería

Makro

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



Distribución de pescados

Pescados Basilio

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



Equipamiento

Electrolux Professional S.A.U.

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



Embutidos

Simón Martín Guijuelo, S. L.

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



Instrumentos de medición

Instrumentos Testo, S.A.

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



Lavandería Asfam

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



Limpieza profesional

Ecolab

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



IPC Hospitality Solutions

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



Lavavajillas comerciales

Miele S. A. U.

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



Masas congeladas

Europastry, S.A.

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



Personal temporal

Workhotel ETT

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



Platos precocinados

Calvo Distribución Alimentaria, SLU

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



Productos de Higiene

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



Productos de un solo uso

García de Pou

C/ Antonio López 236 Tel.:
91 737 74 30 comercial@
garcia depou.com www.
garcia depou.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 econocom

Soluciones Limpieza Profesional

**PROCTER & GAMBLE
PROFESSIONAL**

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



Gancedo

C/ Velázquez, 38
Tel.: 91 576 87 02
www.gancedo.com
28001 Madrid



Grupo Toledo

Avda. 16 de julio, 53
Polígono de Son Costelló
Tel.: 97 147 30 10 info@
grupotoledo.com 07009
Pama de Mallorca



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



TPV

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



Velilla Confección Industrial

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



Zumos

Zumos Pago

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



VESTIMOS



tu mundo

**Más de 40 años de experiencia
vistiendo a los hoteles.**

**Presentamos una nueva línea de
negocio especializada en
interiorismo para hoteles y
proyectos contract.**

Diseñamos espacios que expresan marca, destino y experiencia.

Nuestro nuevo departamento de interiorismo textil nace para acompañar a estudios, prescriptores y cadenas hoteleras en el desarrollo de proyectos integrales: desde la conceptualización hasta la instalación final.

Aportamos la mirada del fabricante al proceso creativo, garantizando que cada idea se traduzca en soluciones técnicas, sostenibles y ejecutables.

Del showroom al huésped, de la inspiración al resultado.

makro

SE MUEVE

a tu restaurante

Más información



makro