

Miele

Menos virus. Más seguridad.

Máximo filtrado. Mínimo nivel acústico:
potente purificador de aire **AirControl** de Miele.

Miele Professional. Immer Besser.

99,995 %
aire filtrado

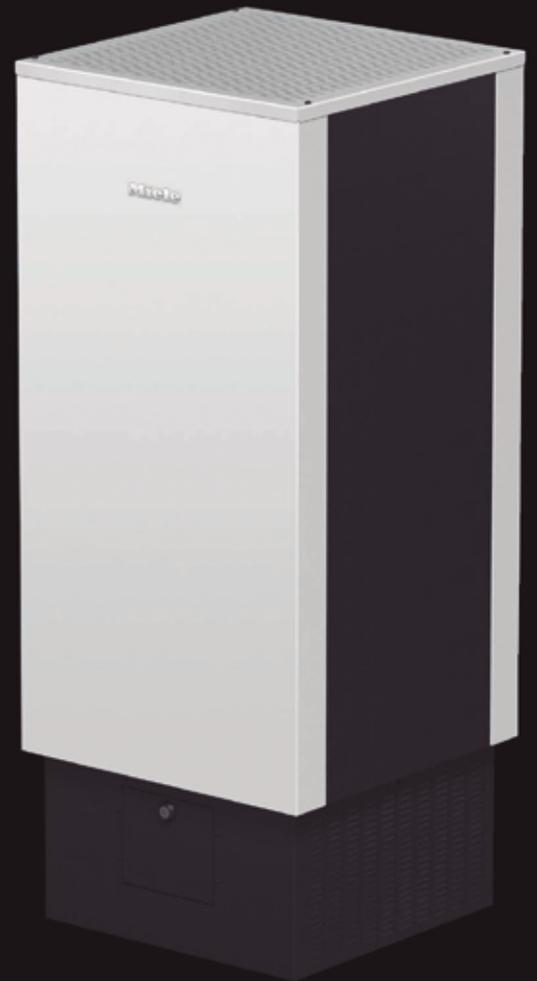
100 %
cómodo

Aire limpio - Made by Miele.

El nuevo AirControl de Miele es sinónimo de una convivencia segura. El potente purificador de aire garantiza la máxima protección contra los virus, gracias a que filtra hasta 5 veces con el filtro de gran eficiencia HEPA H14.

Sencillo, silencioso y fiable: su uso en entornos comerciales es 100 % más cómodo.

AirControl de Miele está disponible en tres variantes PAC 1045, PAC 1080 y PAC 1200 para espacios de hasta 200 m².



miele.es/professional



reddot winner 2021



Portavoz oficial:



Asoga





ÚNETE A LA REVOLUCIÓN COOK&CHILL

Productividad, facilidad de uso y rendimiento nunca antes vistos. Los Hornos y Abatidores están perfectamente sincronizados gracias a la exclusiva tecnología SkyDuo.

Descubre una experiencia Cook&Chill increíble.

ELECTROLUX PROFESSIONAL SKYLINE, EL NUEVO HORIZONTE EN LA COCINA.

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



OPTE POR UNA LIMPIEZA PROFUNDA Y PROFESIONAL



APPCC



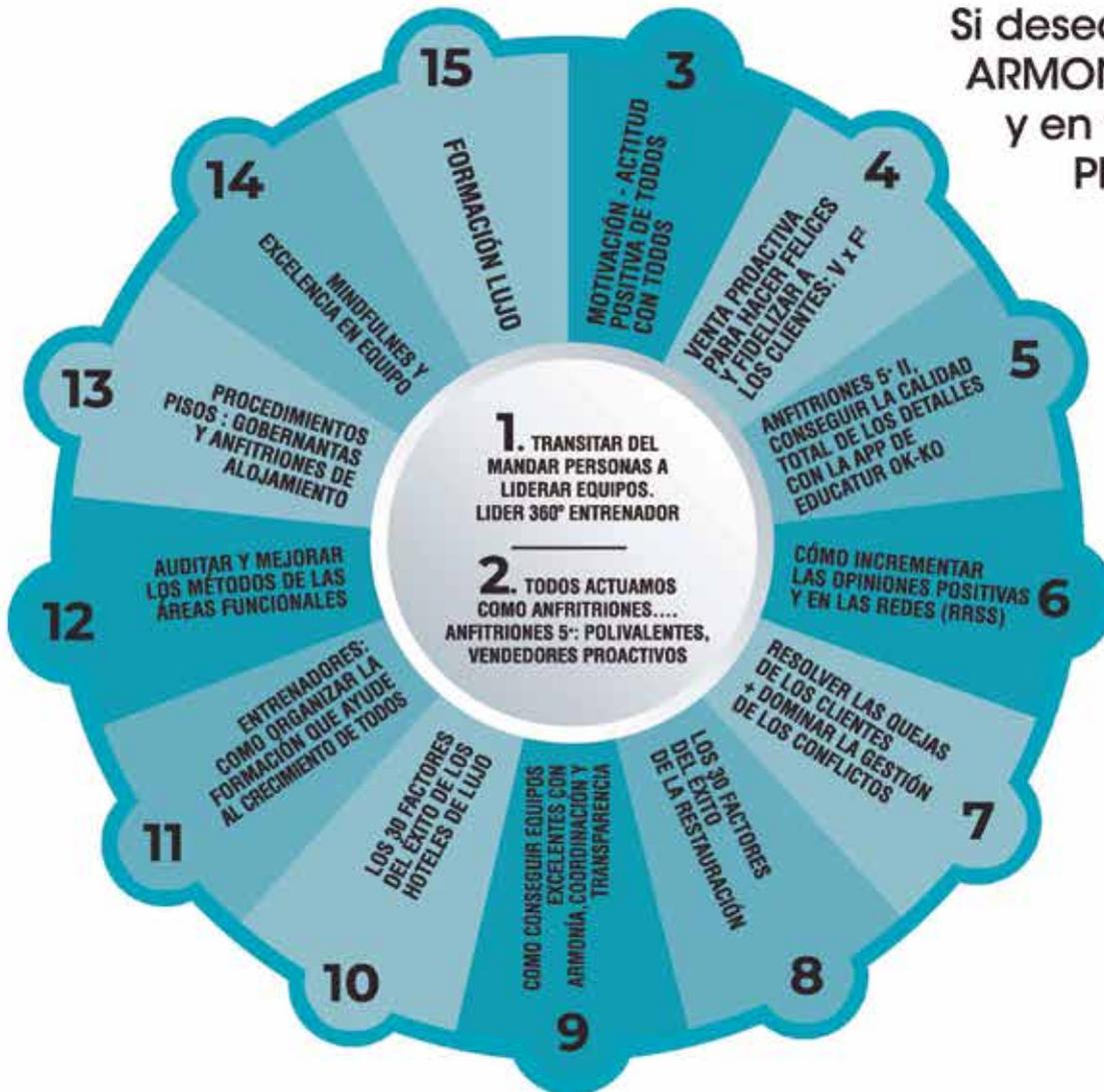
**ELIMINA EL
99,99% DE
VIRUS ENCAPSULADOS
Y BACTERIAS***

cada experiencia cuenta™

P&G
Professional

*Virus encapsulados según EN14476 (15 segundos de tiempo de contacto), bacterias según EN1276 / EN13697 (5 min de tiempo de contacto)

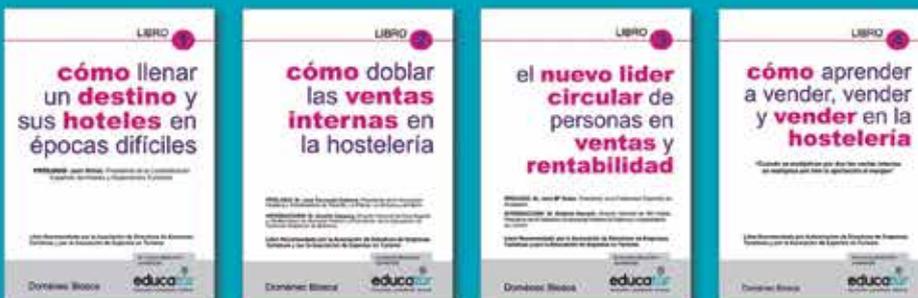
Si deseas **CRECER** en tu **ARMONÍA RELACIONAL** y en tus **HABILIDADES PROFESIONALES...**



"Juega con nosotros"
¡ESCOGE TÚ!

EDUCATUR EDICIONES

Encuentra todos los libros de turismo en nuestra editorial



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

Sumario

Reportajes

Hotel Vincci Ponte de Ferro en el corazón de Oporto.	8
La carne, calidad de primera.	14
Las verduras congeladas tan nutritivas como las frescas.	18
El vino y el alcohol, beneficios y límites.	22
El maridaje, grandes posibilidades de sorprender.	30
“Hemos sido los primeros en aplicar el sistema en frío”	34
Cómo dar un aire nuevo al hotel a través del color.	38
Eficiencia energética de los hoteles.	40
Calidad hotelera ligada a la formación profesional.	46

Actualidad

Cocina paso a paso. Martín Berasategui.	12
El aceite protagonista en la Coctelería.	20
AMER.	26
AEHH.	35
ASEGO.	42
AEDH.	47

Empresas

Tecnología higiénicamente segura, Meiko.	16
Resuinsa: reformulando el textil en clave sostenible.	28
Lavavajillas hygiene & clean, Electrolux Professional.	29
Host Milano, listo para su celebración.	32
Purificador de “Air Control” de Miele.	48
Guía Comercial.	49



Staff

Hostelería & Restauración H.R.

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

Director:

Fernando Hidalgo de Morillo - fhidalgo@revistahr.es

Coordinación:

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

Publicidad y Marketing:

Luis Jiménez - publicidad@revistahr.es

Calidad:

biomicral@revistahr.es

Redacción:

Jian Zhang - redacción@revistahr.es

Asesores de Comunicación:

María Jesús Gil de Antuñano

Diseño y Maquetación:

Álvaro Díaz Hernando

Suscripciones:

Belinda Sánchez Verbo - suscripcion@revistahr.es

Fotografías:

Redacción, Trimagen Fotografía Creativa

Redacción-Publicidad-Suscripciones:

C/ Matilde Diez 11, Bajo

Telf.: 91 510 27 28

www.revistahr.es

28002 Madrid

Corresponsales-Colaboradores:

Asturias-Galicia: Pablo Sanz

Extremadura-Andalucía: Felipe Damián

País Vasco: José Luis Valle

Castilla-La Mancha: Joaquín Muñoz

Castilla-León: Pilar Rincón

Cataluña: Guillermo Sanz

Comunidad Valenciana: Javier Martínez

Italia: Matteo Gaffoglio

Asesores Técnicos:

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

Profesionales de Hostelería & Restauración:

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

Organizaciones Colaboradoras:

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

Edita: Biomicral S.L. Depósito Legal: AS.-767/96 Impresión: Exce.

Suscripción

Empresa

Nombre y apellidos

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

Domicilio Nº C. Postal

Población Provincia Tfn.

Actividad

Un año

Dos años

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

Contra reembolso

Banco

Efectivo

También puede suscribirse por tlfno.:

(+34) 91 510 27 28

609 98 61 87

..... a de de 2021

Titular de la cuenta

Entidad bancaria

Datos de la cuenta:

Entidad Sucursal D.C. Número de Cuenta

□□□□ □□□□ □□ □□□□□□□□

Domicilio Sucursal Población

C. Postal Provincia

Precio (IVA incluido)	Anual	Bienal
España	60€	90€
Extranjero	85€	120€

(Firma y sello de la empresa)

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

Solicitado control OJD y de Calidad.

Síguenos:   

DEKTON UNLIMITED

NEW INDUSTRIAL COLLECTION

ORIX - INDUSTRIAL Collection

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

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

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

DEKTON UNLIMITED

COSENTINO SEDE CENTRAL

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

Descubre más en www.dekton.com
Síguenos:  



DEKTON
designed by COSENTINO

El Hotel Vincci Ponte de Ferro en el corazón de Oporto

El Hotel Vincci Ponte de Ferro reúne el color, sabor y los irrepetibles aromas de Oporto en un establecimiento único donde la calidad de servicio y profesionalidad de su equipo conjugan con sus vistas.



El hotel Ponte de Ferro está situado en Vila Nova de Gaia, justo al lado del popular puente de Don Luis I, desde donde se vislumbran unas vistas incomparables y una panorámica inigualable de la capital portuguesa. Su nombre, Ponte de Ferro, es un pequeño homenaje al cercano puente, el más célebre de los seis con los que cuenta Oporto.

El interiorismo, instalaciones y gastronomía del recién estrenado alojamiento permiten vivir el incesante y vibrante ambiente de esta orilla de la ciudad. Desde donde se ve una atractiva vista de pintorescas casas y coloridas fachadas junto al río Duero.

El establecimiento participa de la vida de Oporto a través de esta incomparable estampa y del barrio en el que se encuentra, conocido por reunir las mejores bodegas de la ciudad e innumerables restaurantes con la sugerente gastronomía local.

El nuevo establecimiento hotelero, el segundo hotel de la cadena en la ciudad tras el Vincci Porto, está formado por un conjunto de distintos edificios repletos de historia, ubicados entre Rua Casino da Ponte y Rua Cabo Simão, descendiendo del Monasterio de la Serra do Pilar, Patrimonio Mundial de la UNESCO desde 1996.

A camino entre ambos ilustres vecinos, Vincci Ponte de Ferro disfruta de una excelente comunicación con cualquier punto de la ciudad por su cercanía a la estación de metro, al teleférico y los principales accesos en carretera.

El proyecto de arquitectura se ha realizado conjuntamente entre el arquitecto portugués José Gigante y el estudio de arquitectura barcelonés GGV arquitectura. Su historia se remonta a inicios del siglo pasado, cuando el edificio principal, el que está situado en la parte más

alta, vivía momentos gloriosos convertido en casino, el conocido como “Casino da Ponte”, con un restaurante panorámico y sala de conciertos. Precisamente en este símbolo de la ciudad, se quiso conservar una pequeña parte de otro edificio histórico, incorporando cuatro de los grandes arcos de piedra que conformaban el Convento de São Bento del Ave María, demolido en su momento, y donde hoy se encuentra la conocida Estación de São Bento. Vincci Ponte de Ferro conserva en su fachada cuatro arcos de piedra procedentes del antiguo convento, dando acceso uno de ellos a la recepción.

Los otros edificios que conforman el establecimiento tuvieron una cercana vinculación al mundo del vino, al utilizarse de almacenes de una bodega, época de la que aún conserva vestigios. En el presente y gracias a





tel, con una inmejorable panorámica del río Duero y Oporto. La sociedad de gestión patrimonial Caler Advisory&Asset Management, gestora del fondo de inversión RSR Singular Assets Europe, nuevo propietario del inmueble, ha gestionado la adquisición, licencias y obras de adecuación del hotel y project management hasta su entrega a Vincci Hoteles como su operador. El importe total del proyecto han sido 29 millones de euros.

Sugerente oferta gastronómica

Su propuesta gastronómica es amplia y diversa, idónea para distintas ocasiones y momentos del día. Está se puede disfrutar en diferentes espacios, como el lobby bar “Miraponte Bar”, un lugar para relajarse que dispone de las mejores vistas sobre el Duero; “Adega Wine Bar” espacio dedicado al culto al vino en el que puede degustar las referencias de la zona y el restaurante a la carta “Ponte de Ferro Restaurante”, donde las explosiones de sabores se mezclan con su atractiva decoración.

Vincci Ponte de Ferro completa su oferta gastronómica con otra terraza ubicada en la planta décimo segunda desde la que los clientes pueden contemplar los mejores atardeceres, degustando cócteles y una deliciosa gastronomía en el “6 Ponte Sky Bar”.

Otro de los atractivos del Vincci Ponte de Ferro es su piscina y el solárium que permiten disfrutar de Oporto sin salir del establecimiento.

su rehabilitación para acoger al actual hotel, el edificio principal acoge la recepción, el lobby bar y su espectacular suite. El inmueble donde antes se encontraban las antiguas bodegas ahora renace para acoger habitaciones y el parking. Además, se le suma un nuevo edificio que funciona de nexo de unión y distribución de todo el conjunto, que acoge más habitaciones, las distintas opciones gastronómicas, la sala de reuniones, sala fitness y una terraza con una pequeña piscina al exterior. Sin duda, un ejemplo de la apuesta de Vincci Hoteles por recuperar edificios que habían caído en desuso y dotarlos de vida para devolverlos a la ciudad.

La terraza está presidida por una escultura de botella de vino, que rinde su particular homenaje a los orígenes vitivinícolas del inmueble. La situación privilegiada de Vincci Ponte de Ferro ha servido de inspiración para el interiorismo del alojamiento (diseñado por el estudio de Rosa Roselló), que busca a través de la luz, el color, el cuidado de los detalles y la calidad de los materiales crear espacios cálidos y sugerentes, donde se respira un ambiente elegante. Para ello, su equipo ha combinado los colores y contrastes de la ciudad en las diferentes estancias del hotel. El color azul intenso de sus azulejos con

el rojo de sus vinos y tejados, mezclados con materiales nobles como la madera, piedras y mármoles que dibujan los suelos, latones y espejos que, a su vez, integran el reflejo de las vistas de Oporto. Con el objetivo de que el visitante no pierda detalle de las vistas y dando especial protagonismo al cercano río, se ha utilizado en las estancias la presencia de espejos, jugando con su reflejo para que en cada momento se pueda observar el río incluso en las paredes opuestas a su margen

Vincci Ponte de Ferro dispone de 94 habitaciones amplias y muchas con vistas al río, al puente de Don Luis Iy a la ciudad de Oporto. Se dividen entre habitaciones estándar, superiores y una suite en la última planta del ho-



Sugerencias Vincci Ponte de Ferro

Bacalao confitado con puré de garbanzos

Bacalao

Ingredientes: (1 persona)

180 g bacalao.
1 diente de ajo.
1 l aceite.
Vinagre blanco (al gusto).
Pimienta negra.
Hoja de laurel.
Romero.

Elaboración:

Calentar en fuego una olla con un litro de aceite sin llevar a ebullición. Aromatizar con una hoja de laurel, romero, pimienta negra en grano y un diente de ajo.

Retirar la espina central del bacalao y agregar a la mezcla. Cuando empiece a salir el jugo del bacalao bajar el fuego. Dejar confitar a fuego lento 20 minutos.

Rojões al estilo de Porto Carne:

Ingredientes: (1 persona).

Miz de Pickles.
2 rábanos.
2 zanahorias baby naranja.
2 zanahorias baby blanca.
1 coliflor.
Azúcar.
Vinagre.
Agua.

Elaboración:

Hervir en una olla azúcar, vinagre y agua. Agregar la coliflor cortada en trozos pequeños y dejar hervir. Apagar el fuego, tapar y dejar reposar 30 minutos. Retirar la coliflor.

Repetir este paso con las zanahorias enteras. Retirar las zanahorias y dejar enfriar zanahorias y coliflor.

Puré:

Ingredientes:

220 g garbanzos.
1 diente de ajo.
500 ml aceite.
Vinagre blanco.
Sal.

Elaboración:

Colocar los garbanzos en una sartén con aceite, un diente de ajo finamente picado y triturar con cuchara de madera. Condimentar con sal y vinagre blanco. El grano formará una pasta, remover hasta que adquiera consistencia.

Verduras

Ingredientes:

2 zanahorias baby.
2 mini mazorcas de maíz.
Agua.
Sal.

Elaboración:

Hervir las zanahorias y mazorcas

Carne

Ingredientes:

200 g barriga de cerdo.
1 ajo.
2 hojas laurel.
Pimentón dulce.
1 vaso vino blanco. Agua.
Sal. Pimienta.

Elaboración:

Marinar la carne con el pimentón dulce, el ajo cortado, el laurel, el vino blanco, sal y la pimienta 24 horas.

Sacar la carne después de marinada y secar bien. Dorar la carne en la manteca de cerdo en una sartén.

Cuando la carne esté dorada, escurrir la grasa y reservar. Añadir a la sartén con la carne los ingredientes que hemos utilizado para maridar la carne y añadir agua si es necesario.

Dejar estofar 1 hora, agregar agua si se precisa. Verificar el estado de la carne, si está tierna, sino continuar estofando.

de maíz 5 minutos en agua con sal. Reservar.

Picar las aceitunas negras en trozos grandes. Reservar.

Montaje:

Colocar los garbanzos triturados como fondo en el plato, poner encima el bacalao; incorporar las verduras y aceitunas negras picadas sobre el triturado y junto al bacalao. Espolvorear con aceite. Servir.



Patatas

Ingredientes:

2 patatas.
2 cucharadas grandes de manteca de cerdo.

Elaboración:

Cortar las patatas con medio cm de espesor. O darle forma circular con un molde. Cocer ligeramente las patatas.

Retirar y freír la manteca de cerdo que se usa para la carne.



CONGELADOS

BASILIO



PESCADOS

BASILIO



Tu pescado más fresco directamente del Mar Cantábrico

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

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

Pide pescado fresco calidad de Asturias

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

☎ 985 260 166 📞 WHATSAPP: 661 22 75 85

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



EL PRODUCTO MÁS FRESCO
Pescados y mariscos
directamente de la mar



CUSTODIA DE FRÍO
Paquetería refrigerada



EMPRESA CENTENARIA
Con la mejor calidad

CONGELADO

FRESCO



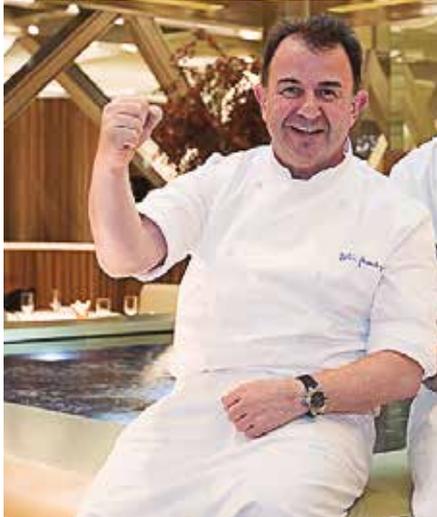
CONSULTA NUESTRA LISTA DE CONGELADOS Y FRESCOS

www.pescados-basilio.es

Cocina Paso a Paso

La repostería es otra de las sugerencias que atrae a nuestros clientes en restaurantes y hoteles. Una de las sugerencias más destacadas en Las Terrazas de Abama, en Tenerife, es una Panna cotta de limón y fresas, que destaca por su colorido y sabor.

Martín Berasategui



Servir la crema en los recipientes y refrigerar mínimo 2 horas.

Jugo de fresas:



Cubrir con film y hacer unos hoyitos con una puntilla.

Cocer las fresas al baño maría a fuego bajo 30 minutos.

Verter las fresas a un tamiz y dejar escurrir bien sin aplastar.

Reservar el jugo obtenido y enfriar.

Montaje:

Cortar las fresas en daditos de 5mm x 5mm.

Mezclar el jugo de fresas con las fresas en dados y verter con cuidado sobre la panna cotta fría. Decorar con una hoja de menta y servir.

Consejos:

Hay que utilizar la cantidad justa de gelatina, no se ha de abusar para que no llegue a ser demasiado elástica, con textura de caucho. Un truco consiste en enfriar la panna cotta sobre hielo hasta que empiece a cuajar.

Panna Cotta de limón y fresas

Ingredientes:

100 g de fresas frescas.
100 g de jugo de fresas.
Hojas de menta.

Panna cotta

Ingredientes:

550 g nata.
85 g azúcar.
1 hoja de gelatina.
Piel de 2 limones.

Elaboración:

Colocar la nata en un cazo y llevar a ebullición.

Añadir la piel de los limones enteros (sin la parte blanca), cubrir con papel film e infundir 30 minutos.

Colar y volver a calentar, agregar azúcar, mezclar para disolver bien.

Incorporar la gelatina hidratada en agua fría, cuando la nata esté tibia, mezclar con túrmix para obtener una crema lisa.

Ingredientes:

250 g de fresas frescas.
25 g de azúcar.

Elaboración:

Lavar y secar las fresas, quitarles el pedúnculo, cortar por la mitad o en cuartos, según el tamaño de las fresas, colocarlas en un bol y agregar el azúcar.



LOS AUTÉNTICOS VAQUEROS DISFRUTAN LA CALIDAD Y EL SABOR DE EUROPA

CON LA CARNE DE VACUNO DE ESPAÑA



HAZTE VAQUERA

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

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



#HAZTEVAQUERO
HAZTEVAQUERO.EU



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



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

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

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



La carne, calidad de primera

La carne de calidad se distingue por su origen y el empleo de métodos tradicionales de explotación ganadera, que influyen en un buen desarrollo del animal.

José Luis Sáenz Villar “Pepe Culetón”



España es uno de los países con más consumo de carne del planeta, llegando a consumirse de media más de 100 kilogramos per cápita anuales según la última encuesta de Meat Price Index. La demanda de cárnicos aumenta considerablemente durante las fechas próximas a Navidad en las que, por ejemplo, el cordero no se encuentra en su mejor momento de producción. Ante esto, resulta en ocasiones complicado determinar la calidad del producto que asegure convertirlo en un plato estrella que no defraude a los comensales.

A la hora de la compra es aconsejable fijarse en el sello de calidad de la carne, concretamente en el Protocolo de Calidad que determina los mejores ejemplares y con el que los profesionales deben trabajar.

Cómo reconocer la calidad de la carne

Para cerciorarnos que la carne es de calidad, debemos fijarnos en varios factores:

Aspecto: es fundamental, debe presentar un color uniforme en toda la

pieza, que dependerá del corte, tipo de carne, y grasa del producto. También depende del tipo de animal, de su alimentación, edad, maduración y demás factores. En el cerdo, por ejemplo, la carne fresca se caracteriza por su color rosa-rojizo, mientras que en la ternera se recomienda tener un rojo más oscuro.

Exudado: en exceso, es decir, la abundancia de líquido en la superficie de la carne puede ser una evidencia de deficiencias en el envasado o una mala descongelación de la carne.

Firmeza: es otro factor a tener en cuenta a la hora de seleccionar el ejemplar. Una carne excesivamente dura o blanda no es de buena calidad, se ha de buscar siempre un punto intermedio, evitando, especialmente, las piezas gelatinosas. En el caso de las carnes maduradas, ha de tener una costra seca por fuera y, una vez retirada, debe ser pobre en porcentaje de humedad.

Etiquetado: en la etiqueta se recoge la información más importante a tener en cuenta, la calidad del producto viene reflejada en ella.

Mercados

Es importante contar con buenos profesionales y proveedores de confianza que asesoren bien en la compra. Los carniceros expertos son la mejor baza para seleccionar y aconsejar las carnes más adecuadas, incluso lo realizan a través de las redes sociales y promueven el consumo de los productos autóctonos.

Hay que tener en cuenta que España, a pesar de ser gran productora y distribuidora de cárnicos, un alto porcentaje de los productos que se consumen en nuestro país proceden del extranjero, técnica que se ha incrementado en los últimos años; También hay carnes de calidad en el extranjero, aunque preferamos vender el producto nacional seleccionado y el autóctono.

En España, somos privilegiados en cuanto a las razas, pastos y control de animales. Los prados del norte de





nuestro país, por ejemplo, tienen una hierba con una humedad constante todo el año, que es uno de los factores que se necesita para una cría de calidad y, si están al lado del mar, hasta recogen alguna propiedad de la brisa marina.

Otro aspecto a tener en cuenta es la cantidad de Consejos Reguladores e IGP existentes en España que garantizan al máximo la calidad de las carnes. Todas ellas defienden y promueven, la calidad de carne procedentes de capones, corderos, lechazos, ternascos y terneras.

Puntos de cocción

La carne se puede elaborar de múltiples formas, una son adecuadas para realizar guisos tradicionales, como platos de cuchara o de caza; y otras son idóneas para parrillas y barbacoas, por ejemplo. Es importante saber obtener de ellas su máximo sabor y respetar sus texturas.

Si lo que te gusta es el auténtico sabor de la carne, que no pierda un ápice de sus propiedades y su característico color rojo, cocinándola con el sellado a la inglesa será más que suficiente. En tres minutos y alcanzando una temperatura interna de 50 grados la carne estará perfecta para su degustación.

Si eres de los que siempre pide la carne "poco hecha", con seis minutos en la brasa tendrás la carne en su punto justo de cocción. El interior de la

pieza alcanza una temperatura de 55 grados, un calor más que suficiente para disfrutar de una carne cocinada, pero conservando toda su esencia y sabor.

Para la carne hecha al punto se debe cocinar en la parrilla o plancha durante siete u ocho minutos. La carne ha de alcanzar los 60 grados para que quede tierna y sabrosa, pero sin que suelte sus característicos jugos mientras se corta.

La carne "al punto, pero algo pasada" debe cocinarla nueve minutos, hasta alcanzar una temperatura de

66ª C. Así nadie podrá decir que la pases más o que te has quedado corto.

Para los más conservadores o menos carnívoros su elección será una carne hecha o muy hecha. Para ello tienes que dejar la carne en el fuego once o doce minutos. Con este punto de la carne la pieza queda compacta al desprender todos sus jugos durante el cocinado. La pieza llega a alcanzar entre los 68º y 71º C.

En gustos no hay nada escrito, así que elige el punto de la carne que más te guste y disfruta de un momento único comiéndola.

SEIS PUNTOS DE COCCIÓN DE LAS CARNES ROJAS



	SELLADA "A LA INGLESA" 3 min Temp interna 50°C Ideal si acabas de volver entre los muertos
	POCO HECHO 6 min Temp interna 55°C Solo para estómagos entrenados
	AL PUNTO 7/8 min Temp interna 60°C Te gusta la carne, casi tanto como hacer la digestión
	PUNTO PASADO +9 min Temp interna 66°C Un poquito menos, nunca está de más
	HECHO 11 min Temp interna 68°C Admítelo, el riesgo no es lo tuyo
	HECHO 12 min Temp interna 71°C Lo tuyo son las verduras

Tecnología higiénicamente segura

Una pulsación de botón es suficiente: la capota se cierra de forma fácil y silenciosa, y el *M-iClean H* se encarga de dejar su vajilla higiénicamente limpia. De forma fiable, automática, segura y confirmada por expertos.

Aún más higiénico: el equipamiento con detección automática de cestas permite el manejo sin contacto de la máquina. En cuanto se introduce una cesta, la capota se cierra y el programa comienza. Todo automáticamente.

La tecnología de MEIKO es extremadamente eficaz contra los virus con envoltura, como el SARS-CoV-2

PD Dr. Dr. Friedrich von Rheinbaben
Virólogo y microbiólogo



¡Asegúrese
ahora su bono
HIGIENE*!

* Con la compra de un *M-iClean H* recibirá un único bono HIGIENE en uno de los equipos adicionales definidos por un valor de 750 €. La entrada del pedido debe ser entre el 20/05/2021 y el 14/07/2021. Los descuentos ya concedidos en estos equipos adicionales se deducen del bono. Las máquinas adquiridas mediante acuerdos de precios especiales están excluidas de esta promoción.

En caso de interés, envíenos simplemente este formulario digital: rellene los campos y haga clic en el botón de enviar. Recibiremos su solicitud por email y nos pondremos en contacto con usted lo antes posible.

Razón social de la empresa / Nombre del organismo o institución

Teléfono de contacto

Dirección

Código postal / Ciudad / Provincia

Seguridad en tiempos inseguros

¡La higiene es fundamental y esto tiene hoy más validez que nunca! Decídase ahora por su *M-iClean H* y asegúrese el bono HIGIENE* con uno de los tres paquetes (equipamientos adicionales):

- ✓ **Paquete ClimaAgradable:** comprende extracción de vahos con autolimpieza y recuperación del calor (*MEIKO AirConcept*).
- ✓ **Paquete BrilloIncreíble:** comprende *MÓDULO GiO* (integrado) y mesa de secado con soplador de aire.
- ✓ **Mesa de secado:** hace innecesario el secado manual y reduce así el riesgo de recontaminación de la vajilla por paños de cocina.



Asegúrese aquí su **bono HIGIENE***:
www.meiko.es/higiene-bono

Procesos higiénicamente seguros

Nuestra tecnología es la base para la seguridad higiénica. En combinación con nuestros servicios y prestaciones creamos un auténtico **paquete todo incluido**.

Todo de un solo proveedor: le asistimos en todo (planificación, instalación, mantenimiento de las máquinas y formación del personal) y garantizamos que la higiene no se vea afectada en ningún punto.

MEIKO CLEAN SOLUTIONS IBÉRICA, S.L.U.

E-Mail: info@meiko.es

Persona de contacto y/o Remitente

Número de cliente de MEIKO, si lo conoce

Email

Enviar email

**USTED SE
OCUPA DE SU
NEGOCIO,
NOSOTROS
NOS
OCUPAMOS
DE LA
HIGIENE**



¡Asegúrese ahora su bono HIGIENE*!

M-iClean H – Para la máxima higiene

Una máquina de MEIKO integra siempre buenas ideas que contribuyen a un ahorro considerable de recursos, una mayor ergonomía y una mejor higiene. Y el lavavajillas de capota M-iClean H no es ninguna excepción. Estas características desarrolladas por nosotros hacen que el proceso de lavado sea especialmente higiénico:

- **Mejor ambiente interior** gracias a la recuperación de calor del aire de salida.
- **Agua prácticamente desmineralizada y libre de gérmenes** con el **MÓDULO GiO** (sistema de ósmosis inversa).
- **Mesa de secado para evitar el secado** con paños de cocina contaminados con gérmenes.

Las verduras congeladas tan nutritivas como las frescas

La clave para mantener y garantizar sus propiedades prácticamente intactas reside en la ultracongelación, permitiendo a las verduras pasar en pocas horas de estar en la huerta a estar congeladas y listas para consumir.



España es uno de los tres países líderes en la producción de verduras congeladas (con una producción anual de 634.000 toneladas) y una cuota de exportación del 60%. El proceso por el que pasan las verduras congeladas permite procesar la materia prima vegetal de forma eficiente y con bajo impacto ambiental. Permitiendo que el producto llegue al consumidor limpio y troceado con la ventaja de impedir que se generen desperdicios.

Es cierto que las propiedades nutritivas de las verduras congeladas han generado muchos mitos. Sin embargo, son numerosos los estudios que han demostrado cómo, gracias al proceso de ultracongelación, se preservan prácticamente intactas las propiedades de las verduras.

Uno de los últimos estudios sobre esta materia, realizado por la Universidad de Georgia, ha analizado durante dos años diversas verduras (brócoli, coliflor, guisantes, espinacas, maíz y judías verdes) tanto en su versión fresca como congelada. Los resultados han desvela-

do que no hay prácticamente diferencia en los contenidos de vitamina evaluados, y que, en los casos de diferencias significativas, las verduras y frutas congeladas alcanzan valores superiores.

Unos resultados que corroboran los obtenidos por la Universidad de California-Davis que, tras analizar el contenido nutricional de 2 frutas y 6 verduras frescas y congeladas (brócoli, espinacas, guisantes, judías verdes, maíz y zanahorias) no han encontrado prácticamente diferencias en los niveles de nutrientes. Las conclusiones, además, han revelado que el contenido de vitaminas de los productos congelados era comparable, y en ocasiones superior, al de las frescas.

La clave, el proceso de ultracongelación

El proceso clave que diferencia las verduras congeladas de las frescas es la ultracongelación al que se someten. Además de mantener su valor nutricional, detienen las enzimas características de los vegetales que alteran este

alimento, permitiendo aumentar su vida útil y paralizando el desarrollo de microorganismos. Este proceso que siguen las verduras congeladas se realiza a gran velocidad y en continuo movimiento para conservar la calidad, sabor y valor nutricional del alimento. El proceso se realiza con aire a -40°C , permitiendo que el producto alcance rápidamente la temperatura de -20°C , evitando así roturas de tejidos y pérdida de fluidos.

Y es que, tal y como añade el Secretario General de la Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados, ASEVEC, “las verduras destinadas a la ultracongelación se recogen en su mejor momento de maduración, con todo su valor nutritivo. Unas propiedades que se mantienen minimizando al máximo el tiempo de recolecta y tratamiento, consiguiéndose que las verduras mantengan sus propiedades como si estuviesen prácticamente recién recolectadas”.

Consiguientemente, la composición nutricional de las congeladas es igual que las frescas. No contienen ni conservantes, ni aditivos ni sal lo que las convierten en un producto clave para Hostelería y que se pueden conseguir para consumir en cualquier momento del año.

Otra de las ventajas que presentan las verduras congeladas es que, evitan el desperdicio alimentario y son medioambientalmente sostenibles. Su tratamiento permite que lleguen al consumidor limpias, enteras o troceadas, con lo que no generan desperdicios y, además, son fáciles de utilizar permitiendo infinidad de aplicaciones culinarias.

Promueve una buena higiene con

Tork Xpressnap Fit®



Los clientes sólo tocan las servilletas de papel que usan



Con Tork Xpressnap Fit®, las servilletas están protegidas de la suciedad y las salpicaduras. Su eficiente diseño de cobertura total permite crear las mejores experiencias para los clientes.



Para más información



Think ahead.

Tork, es una marca de Essity

El aceite protagonista en la Coctelería

El aceite de oliva es la columna vertebral en la Gastronomía española, prueba de ello es su versatilidad en platos e incluso en Coctelería.

Héctor Henche Mixólogo.



La alta coctelería está descubriendo las múltiples posibilidades de los aceites de oliva virgen extra de España. De esta forma Héctor Henche, mixólogo y Director Creativo de Fizz Bartenders, ha diseñado cócteles basados en el aceite de oliva virgen extra de las principales variedades españolas.

Según el barman Héctor Henche “la variedad de aromas y sabores que aportan los aceites de oliva virgen extra abren enormes posibilidades a los profesionales al existir infinidad de matices que posibilitan un interesante abanico

a la hora de preparar nuevas recetas y cócteles”.

La aplicación de aceites de oliva extra es reciente en nuestro país, aunque ya se utiliza con profusión en algunas de las grandes capitales mundiales de la Coctelería, como Nueva York. Allí son muchos los bares que cuentan en sus cartas con cócteles en los que el protagonista es el aceite de oliva virgen extra.

Deseamos animar a los profesionales a atreverse a utilizar el aceite como un ingrediente más en Coctelería al ser versátil a la hora de combinarlo en un cóctel.

Hemos diseñado cuatro propuestas, con y sin alcohol, basadas en los aceites de oliva virgen extra de las principales variedades de aceituna en España.

Nitro Arbequina Espresso Martini:

Ingredientes:

30 ml aceite de oliva virgen extra Arbequina o Capricho Navarro Empletre.

30 ml ron blanco.

30 ml brandy.

30 ml Cointreau.

Zumo de limón.

Flor comestible.

Hielo.

Elaboración:

Mezclar todos los líquidos, incluido el aceite, con hielo en una coctelera. Agitar para mezclar bien texturas y sabores.

Escarchar el borde de la copa, para potenciar el sabor del aceite de oliva, colocando en un plato aceite de oliva virgen extra y en otro azúcar. Tras sumergir la boca de la copa en el plato de aceite manchar el borde realizar lo mismo con el de azúcar. Introducir las copas en el frigorífico, dejar escarchar.

Servir el cóctel en las copas y decorar con una flor comestible y una pajita.

Nota: se ha elegido la variedad Arbequina o Capricho Navarro Empletre al tratarse de un aceite de calidad Premium con sabor suave y que realza el sabor del cóctel. idóneos para incorporar a esta bebida y que no perturbe

el sabor, sino que lo acompañe y realce.



Under The Fig Tree



Ingredientes:

Aceite de oliva Cornicabra.
10 cl Cordial (té verde, té negro, coco, higo y jazmín).
5 cl ginebra.
Hielo roca.
Twist de limón.

Elaboración:

Infundonar la ginebra con el aceite. Mezclar los líquidos con hielo roca en una coctelera. Batir enérgicamente.

Servir en un vaso tipo highball, con hielo roca. Decorar, si se desea, con twist de limón.

Nota: las notas herbáceas que aporta la variedad Cornicabra refuerza el sabor y aroma del cóctel.

Guadalquivir



Ingredientes:

Aceite de oliva virgen Hojiblanca.
4 cl fino.
3 cl jarabe casero de pino.
2 cl ginebra (con notas herbáceas).
1 cl. zumo de limón.
Rama de pino.
Hielo roca.

Elaboración:

Infundonar la ginebra en el aceite.

Mezclar todos los ingredientes líquidos con hielo roca en una coctelera. Batir enérgicamente. Poner en los vasos unas piedras de río limpias y congeladas, substituyen al hielo. Servir el líquido de la coctelera y decorar con una rama de pino.

Nota: es un homenaje al río Guadalquivir. Hemos querido representar en la copa el río, utilizando una ginebra de notas her-

báceas, reforzada con la infusión en aceite de oliva Hojiblanca.

Picual Banana Daiquiri

Ingredientes:

30 g azúcar.
Medio plátano maduro.
2 hojas de menta fresca.
4 cl ron añejo.
2 cl zumo de limón.
1,5 cl aceite de oliva virgen extra Picual.
4 cucharadas hielo picado.
Ramillete de menta.

Elaboración:

Introducir en una batidora todos los ingredientes, excepto el hielo y la menta. Agregar el hielo picado y batir 20 segundos a máxima potencia.

Servir en copa tipo cóctel y decorar con ramillete de menta.

Nota: el cóctel es un Banana Daiquiri, al que se ha agregado aceite Picual para incrementar la sedosidad y complejidad. El ligero toque picante y amargo del aceite conjuga con el ron añejo y contrasta con el dulzor del plátano.



El vino y el alcohol, beneficios y límites

El consumo moderado de alcohol es aconsejable para la salud, aunque se ha de ser consciente que su recomendación no está generalizada al ser cada caso diferente. El vino tinto, por sus características, es el mejor aliado.

Antonio Martínez Verdasco, Médico Neumólogo del Hospital La Paz y Sumiller.



A pesar de la limitación de estudios que permiten ponderar con certeza las consecuencias del consumo de alcohol, y especialmente del vino, nuestro conocimiento deriva básicamente de estudios limitados a valoraciones a corto plazo sobre efectos del alcohol en parámetros fisiológicos (habitualmente sobre poblaciones seleccionadas, siempre indirectos y sin inferencia segura a largo plazo). Así como a estudios descrip-

tivos transversales. comparativos entre consumidores y abstemios (no aleatorios, donde se mezclan factores diversos de confusión). Aún así, disponemos de una cantidad razonable de evidencia para recomendar actitudes saludables.

El beneficio absoluto de abandonar el alcohol debe ser comparable con el del sistema cardiovascular, resultado de consumir una cantidad moderada.



Hablar de niveles seguros de consumo implica establecer diferencias entre sexos (unas dos unidades de bebida en hombres –aproximadamente hasta dos tercios de cerveza o medio litro de vino- y una en mujeres no embarazadas -la mitad-). Tampoco se han de olvidar las razones constitucionales y de metabolismo.

La unidad de bebida varía respecto al país que consideremos, en los Estados Unidos por ejemplo la cantidad adecuada es de 14 ml, en España son 10 ml.

Es importante también el patrón de consumo: no es lo mismo el consumidor de alcohol que busca la intoxicación bebiendo cantidades excesivas en poco tiempo que el que lo hace en cantidades diarias y pequeñas o moderadas.

Es importante reseñar que existen niveles seguros en caso de embarazo, tampoco se aconseja consumir alcohol en casos de existir una fuerte historia de alcoholismo personal o familiar y antecedentes de enfermedad hepática o pancreática asociada al alcohol. Además de en otras situaciones como cuándo se padece gastritis o esofagitis.

Un caso especial: el vino tinto

Por otro lado, estudios científicos muestran lo que tanto el Talmud judío como la Biblia han recogido con anterioridad, la condena del abuso de consumo de alcohol y el respeto al consumo moderado de vino. Prueba de ello es su utilización en la Eucaristía cristiana y en ceremonias de otras culturas, desde que en el

Neolítico se controló la *Vitis vinifera* vinífera en el Próximo Oriente.

El primer hecho que debe destacarse es que el uso y consumo de bebidas alcohólicas es una paradoja desde el punto de vista de la salud: mientras que un consumo excesivo acarrea un incremento de la morbimortalidad, cuando la ingesta es moderada se produce el efecto contrario de menor mortalidad y beneficios cardiovasculares.

Los análisis han identificado más de 500 compuestos (incluidos 160 ésteres) que aportan al vino tinto su color, sabor y aromas. Sin duda, sus cantidades dependen del propio vino y de su desarrollo en la viña durante su ciclo vegetativo, del suelo, clima, condiciones de viticultura, posterior elaboración en bodega y por supuesto de su evolución en madera y en botella.

El vino tinto contiene polifenoles biológicamente activos como resveratrol, ácidos fenólicos y flavonoides. Su acción antioxidante disminuye la formación de aterosclerosis y enfermedades inflamatorias, pudiendo jugar también un papel importante en la prevención de cáncer.

Mortalidad global

Cuando se analiza la relación entre alcohol y mortalidad global se aprecia una variación según la cantidad consumida, cuando es excesiva se asocia a una mortalidad elevada. En cambio, para bebedores moderados, el riesgo relativo de muerte es inferior al de los abstemios (0,7- 0,9), según estudios prospectivos a nivel mundial. Basados en la evidencia, la dosis diaria de alcohol que alcanzaría una mortalidad más baja sería unos 4 g en la mujer y unos 6-7 g en el hombre (equivalente a 175 cc de cerveza o 100 cc de vino). En cualquier caso, mujeres que consuman hasta dos vasos y varones hasta cuatro tienen menos mortalidad que los que nunca han consumido alcohol, aunque los efectos no son exactamente iguales en diferentes

estudios. En otros, el beneficio ha sido mayor en mujeres cuando se consumía una bebida diaria y menor con dos.

Aunque un gran consumo alcohólico reduce la calidad de vida de los pacientes y de sus familias, se ha observado que un consumo moderado (menos de 15 bebidas a la semana) se asocia a un 25% menor riesgo de discapacidad en mayores de 50 años con sensación subjetiva de buena salud, en comparación con los abstemios.

El alcohol y enfermedades específicas

La ingesta excesiva de alcohol puede ocasionar gran número de efectos adversos como enfermedad hepática, insuficiencia cardíaca, aumento de riesgo de cáncer, complicaciones neurológicas, accidentes y otros problemas.

Sin embargo, la ingesta moderada de alcohol puede aportar beneficios para la salud, especialmente a enfermedades coronarias. Algunos estudios de cohorte prospectivos sugieren que el consumo suave o moderado de alcohol disminuye el riesgo de enfermedad coronaria en un 40-70% en comparación con la abstinencia o un consumo excesivo.

En un meta-análisis de 2011 de 84 estudios observacionales se calculó un riesgo relativo de 0,75 para mortalidad cardiovascular, 0,75 para mortalidad por enfermedad coronaria y de 0,71 para enfermedad coronaria incidental. El efecto protector se evidenció en grupos múltiples: sin enfermedad coronaria previa, aquellos con factores de riesgo para enfermedad coronaria y adultos de más de 65 años.

Más de dos bebidas en mujeres y tres en hombres se asocian a aumento de mortalidad cardiovascular. Un elevado consumo de alcohol (6 o más unidades) o el consumo agudo aumenta el riesgo de muerte súbita y también el riesgo de muerte por otras causas, especialmente cáncer de mama y cirrosis.

El consumo moderado de alcohol es también beneficioso en pacientes con enfermedad coronaria conocida. La protección máxima (reducción del 22% del riesgo) se produce con un consumo de 26 g de alcohol.

El consumo moderado de alcohol también se asocia a menor riesgo de enfermedad coronaria en hombres y mujeres. En los varones, el riesgo de infarto está más marcado por la frecuencia de ingesta de alcohol que por la cantidad total, algo no demos-



trado en mujeres. De todas formas el consumo agudo intenso aumenta el riesgo de enfermedad coronaria.

El inicio del consumo moderado en la edad media de la vida (45-64 años) se ha asociado a un 40% de reducción del riesgo de eventos cardiovasculares durante 4 años en una cohorte de no bebedores previos.

-En la Hipertensión:

En múltiples estudios se ha demostrado una asociación entre ingesta alcohólica excesiva e hipertensión: más de dos bebidas por día la aumentan 1.5 - 2 veces, y este efecto depende de la dosis. De nuevo una ingesta moderada parece tener un efecto cardioprotector, incluso en hipertensos previos.

-Miocardiopatía e insuficiencia cardíaca:

El consumo crónico de alcohol en gran cantidad causa miocardiopatía. Sin embargo, una vez más, el consumo ligero o moderado puede proteger de la insuficiencia cardíaca. En el Estudio de Framingham, comparado con el riesgo para menos de una bebida semanal, las tasas para 1-7 bebidas, 8-14 y más de 14 unidades de bebida han sido 0,46, 0,47 y 0,63 respectivamente. Además, el consumo moderado reduce el riesgo de diabetes tipo II y el síndrome



metabólico, dos factores de riesgo para enfermedad coronaria que causa la mayor insuficiencia cardíaca en nuestro medio.

-Enfermedad vascular periférica y cerebrovascular. La fibrilación auricular.

El alcohol también disminuye el riesgo de enfermedad vascular periférica.

En la enfermedad cerebrovascular y para todos sus tipos existe un aumento de riesgo a ingestas alcohólicas elevadas mayores de 60 g/d (RR 1.64, 95% CI 1.39-1.93). Con ingestas moderadas (12-24 g) des-

cienden los accidentes de tipo isquémico o no hemorrágicos (RR 0.72, CI 0.57-0.91). Un consumo suave (menos de 12 g/d) conlleva el mínimo riesgo para todos los subtipos, especialmente los isquémicos (RR 0.80, CI 0.67-0.96).

El riesgo de fibrilación auricular sólo se incrementa en ingestas alcohólicas elevadas.

Tipo de bebida

Curiosamente en Francia la mortalidad por cardiopatía isquémica (producida por obstrucción de las arterias coronarias) es inferior a lo que se esperaba por su alto grado de tabaquismo y elevado consumo de grasas saturadas, se atribuye a un consumo frecuente de vino tinto, en base a las propiedades antitrombóticas y antioxidantes de sus compuestos fenólicos que se encuentran predominantemente en el hollejo y en las pepitas de la uva. Estas a su vez también son responsables de conferir al vino sus características más notables en cuanto a aromas y sabor.

Su ventaja sobre la salud es múltiple, a través de una acción antioxidante, moduladora de las respuestas celulares a la agresión, neuroprotectora, cardioprotectora, antiinflamatoria y quimioprotectora, entre otras.





Mecanismos del beneficio cardiovascular

Se piensa que el alcohol reduce el riesgo de infarto mediante un aumento del colesterol HDL y de la sensibilidad a la insulina y sus efectos antioxidantes, antitrombóticos y antiinflamatorios.

Se ha visto que los beneficios sobre los lípidos son mayores en pacientes con mayor riesgo de coronariopatías y en casos de síndrome metabólico. Además, la cardioprotección desaparece con ingestas de alcohol altas (cuando se eleva la gamma glutamil transpeptidasa, signo de lesión hepática), a pesar de elevarse las HDL. Desde luego, existen también factores genéticos que varían los efectos de la ingesta de alcohol sobre los lípidos.

La ingesta enólica moderada puede tener efecto antioxidante.

Los fenoles y flavonoides del vino tinto inhiben la formación de la forma oxidada más aterogénica de LDL. Uno de sus componentes mayores, el resveratrol, retardó la senescencia de la célula precursora endotelial por un mecanismo dependiente de la proteína quinasa B (Akt), mejorando su migración y proliferación.

Además, los polifenoles enaltecen la producción de endotelina 1, una molécula claramente relacionada con la génesis de la cardiopatía isquémica, y reducen la lesión tras la repercusión de los territorios isquémicos.

La ingesta alcohólica moderada aumenta la sensibilidad a la insulina y la utilización de glucosa durante las siguientes 12 a 24 horas. Los niveles de insulina en ayunas y tras las comidas disminuyen con dos vasos al día.

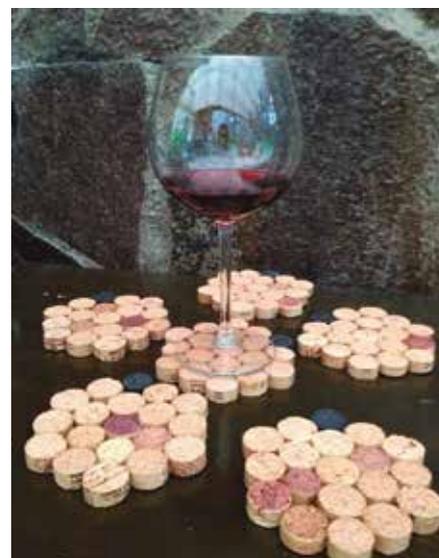
Los efectos antitrombóticos del alcohol en cantidades moderadas se han atribuido a la inhibición de la agregación plaquetaria, la elevación de la prostaciclina plasmática, la reducción del fibrinógeno y a un efecto profibrinolítico.

Los efectos antiinflamatorios se han observado por la disminución de los niveles de proteína C reactiva e interleuquina 6 en bebedores moderados, si bien los estudios sobre los efectos cardioprotectores de este hecho han tenido resultados dispares.

Recomendaciones de salud pública

Actualmente no es razonable desde la salud pública recomendar el consumo de alcohol como estrategia cardioprotectora. Además a veces es complicado hacer recomendaciones sobre la dosis óptima de alcohol, al depender de factores como el sexo, el peso y la edad. A veces es difícil asumir este consejo considerando los riesgos potenciales del consumo de alcohol, incluso a bajas dosis y que el conocimiento que disponemos afecta casi siempre a poblaciones y no a individuos, y que hasta ahora este conocimiento se ha basado casi exclusivamente en estudios observacionales y biológicos, no al azar.

En general, se tiende a recomendaciones genéricas aunque no universales de ligero consumo de alcohol, no más de una o dos vasos al día en varones y uno en mujeres, a personas no bebedoras con alto riesgo cardiovascular y sin historia familiar de abuso de drogas, trastorno depresivo y no fumadoras.



Se ha sugerido que el resveratrol, (sustancia presente en la piel y en el vino tinto) podría ser el principal responsable. Aunque se han comercializado suplementos de esta sustancia, las dosis no se han estandarizado, la biodisponibilidad para su uso en humanos es baja y sus efectos colaterales no se conocen, por lo que no es recomendable su uso general.

Asimismo el consumo de vino tinto se ha asociado a una mayor variabilidad en el ritmo cardiaco, aunque los datos de los estudios no siempre coinciden. En un metaanálisis de 2002 sobre 209.418 personas se encontró un beneficio significativo asociado al consumo moderado tanto de vino como de cerveza (aunque algo menos).

Sin embargo, aún hoy no se dispone de conclusiones definitivas sobre los beneficios atribuibles a cada una de las bebidas, aunque se tiende a atribuir mayores ventajas al vino, especialmente al tinto. Se acepta que es menos importante el tipo de bebida que la cantidad de alcohol y el patrón de consumo.

José Luis Yzuel reelegido Presidente de Hostelería de España

Hostelería de España ha celebrado el 17 de junio su Asamblea General Electoral en la que José Luis Yzuel ha renovado la presidencia por otros cuatro años junto a su Comité Ejecutivo.

José Luis Yzuel es un presidente activo como muestran los cuatro años de su mandato al realizar una profunda renovación de la organización, comenzando por el cambio de imagen y el cambio de denominación de la patronal hostelera a Hostelería de España. También se ha caracterizado por estrechar lazos con las asociaciones territoriales con el objetivo del crecimiento del sector.

Tras un año duro, marcado por la pandemia, José Luis Yzuel, tiene el reto de liderar la proyección de la Hostelería, basada en los pilares de la sostenibilidad, digitalización y la recuperación de una actividad que en un año ha sufrido el cierre de casi 100.000 negocios.

El presidente ha querido resaltar que “hay que seguir trabajando para continuar engrandeciendo un sector que antes de esta crisis suponía el 6,2% del PIB y daba trabajo a 1,7 millones de personas. Hemos demostrado que somos una actividad con capacidad de adaptación y unidad, que debemos aprovechar para afrontar el futuro con optimismo y ganas de volver a ser el sector que más felicidad proporciona”.

Además, durante la Asamblea se ha reconocido la importante labor que desarrollan las asociaciones territoriales para generar tejido empresarial, consolidar objetivos comunes y enfrentarse a la crisis.

El Comité Ejecutivo de Hostelería de España se ha renovado con nuevos

miembros, si bien AMER continuará formando parte del mismo con su responsable de Relaciones Institucionales, Rafael Andrés, con el cargo de Vocal.

Tras la reelección del presidente, la Asamblea ha acogido la mesa redonda “Perspectivas ante el año más difícil de nuestra historia”, en la que ha participado Marcos de Quinto e Inmaculada de Benito, Secretaria General de la Comisión de Turismo de CEOE.



Hostelería de España y Eurotoques crean el Comité de alta Cocina

Hostelería de España en colaboración con Eurotoques ha celebrado el 20 de julio la primera reunión constitutiva del Comité de Alta Cocina, un grupo de trabajo en el que se encuentran profesionales empresarios de la alta cocina de España.

El Comité de Alta Cocina será un foro de reflexión, estudio y propuestas que solucione problemas de ámbito regulatorio e institucional puramente empresarial del segmento de alta cocina.

Los objetivos del proyecto son:

ejercer la representación institucional de la Alta Cocina en todos los niveles, analizar y mejorar el ámbito legislativo de la Alta Cocina en España y reforzar la colaboración institucional entre Hostelería de España y Eurotoques.

Durante la reunión se han perfilado las bases de la Guía de Diplomacia Gastronómica, un documento que nace para impulsar la gastronomía española en el exterior.

El Comité está formado por una Presidencia de Honor representada por el chef internacional, Ferrán Adriá,

una co-presidencia compartida por José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España, y Andoni Luis Aduriz, presidente de Eurotoques, chef de Mugaritz y miembro del Patronato de la Fundación Basque Culinary Center. Además de cocineros de alta cocina representativos de las distintas Comunidades Autónomas, con posibilidad de ampliarse según avancen las reuniones.

AMER estará representado en dicho Comité por el cocinero Pedro Larumbe.

AMER colabora en el Foro UCIC de Hostelería y Turismo

La XIV Edición Foro Virtual UCJC de Hostelería y Turismo de la Comunidad de Madrid para el Desarrollo de la Formación, la Calidad y el Empleo ha estado organizado por la Universidad Camilo José Cela y el Ayuntamiento de Villanueva de la Cañada con la colaboración de la Asociación Madri-

leña de Empresas de Restauración (AMER) y la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT),

Por segundo año consecutivo y por motivos de la pandemia, el encuentro se ha desarrollado de forma virtual y se ha estructurado en cuatro mesas, en cada una de ellas se han tratado

diferentes temas de actualidad:

Mesa 1: Exposiciones del sector Público. Actuaciones durante el Covid-19, ¿y ahora qué?

Esta mesa ha contado con la participación de representantes de diferentes Consejerías de la Comunidad de Madrid, entre ellos Eva María

Blázquez, Viceconsejera de Empleo, y José María Rodríguez, Director General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial. Así como Juan Ignacio Díaz, Director de Gabinete de la Ministra de Industria, Comercio y Turismo.

Sus principales conclusiones han sido fijar las nuevas necesidades de formación y empleo en base a la digitalización que ofrezcan destinos turísticos inteligentes, que sirvan para la recuperación de un sector afectado.

A estos destinos se les ha financiado con ayudas e incentivos.

MESA 2: Exposiciones Sector Privado. Alojamientos, Agencias de Viajes, Restauración y Profesionales del Turismo. Situación, medidas para paliar la crisis del Covid-19 y futuro del sector empresarial y de los profesionales del turismo.

Los ponentes de esta mesa han analizado la situación actual del turismo derivada de la COVID-19, indicando que ha tenido un gran impacto económico que ha provocado una caída superior al 70% en el 2020 y cerca del 90% en 2021.

Este impacto económico ha derivado también en la pérdida del empleo por no poder desarrollar las actividades con “normalidad”. Varias de las propuestas realizadas para lograr una reactivación para mediados del año 2022 están relacionadas con la reducción de impuestos y

el aumento de las compensaciones al sector turístico.

Carmela Rodríguez, Vicepresidenta 1ª de AMER, ha destacado que la negociación y el diálogo entre las asociaciones del sector turístico y las administraciones es fundamental, así como la necesidad de simplificar los trámites burocráticos para crear empresas.

Mesa 3: Exposiciones Sector Consumidores y Abogados.

La representante de la OCU afirmó que durante la pandemia las empresas del sector turístico han sido las más demandadas, sobrepasando a las empresas de telefonía y financieras; apuesta firmemente por la mediación, al ser una vía rápida y eficaz para la resolución de las reclamaciones de consumo.

Por su parte, el abogado Alfonso Llorente ha comentado que la mayoría de las comunidades autónomas han creado y regulado bonos turísticos, como medida excepcional para incentivar la demanda turística. Llorente ha remarcado la necesidad de un marco jurídico claro y unificado para las reclamaciones de los bonos turísticos y ha defendido el modelo vasco de regulación, que hace descansar la obtención del bono en las empresas turísticas, no tanto en el turista, lo que puede facilitar su uso y aumentar las garantías y derechos de los consumidores.

Mesa 4: Medios de Comunicación. Los medios de comunicación especializados en turismo, resiliencia ante el Covid-19. El caso del programa “Gente Viajera” de Onda Cero.

Enrique Domínguez, colaborador del programa raiofónico ha resumido en tres puntos las claves del futuro del turismo en nuestro país: dar voz a los empresarios, pensar en los consumidores y tenerlos siempre presentes. Además de como volver a “soñar” y a planificar con mayor criterio nuestros viajes a grandes destinos.

Al finalizar las intervenciones, los asistentes han disfrutado de la proyección de un video del tablao flamenco “El Corral de la Morería”, presentado por su director Armando del Rey, quien ha confirmado que el establecimiento aparte de poseer una estrella Michelin ha cumplido 65 años y que, por ello, han decidido reiniciar la actividad.



Su solución en:

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

BIO-MICRAL
Microbiología de Alimentos

KIT PARA COVID-19

Resuinsa: reformulando el textil en clave sostenible

Resuinsa, en su compromiso por la sostenibilidad, ha conseguido de nuevo la certificación Oeko-tex Standard 100 de sus textiles. Hecho que se viene repitiendo desde hace 23 años de manera consecutiva.

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

Siendo una de sus premisas la preocupación por la sostenibilidad del planeta y la salud de sus clientes, ha vuelto a conseguir el certificado internacional Oeko-Tex Standard 100, una certificación ecológica líder mundial para productos textiles, en la que entre sus requisitos destacan: ausencia de sustancias prohibidas y de productos químicos conocidos nocivos para la salud y cumplimiento de parámetros para prevención de la salud.

En este sentido, el Director General de **Resuinsa**, Félix Martí, señala que “para nosotros es muy gratificante este reconocimiento a la gran apuesta por la sostenibilidad que



llevamos a cabo, unido a nuestros esfuerzos por la innovación en el textil, lo que nos ha llevado a tener una producción 100% sostenible. La sostenibilidad implica especialmente pensar en el futuro y en el legado que dejamos a nuestros sucesores”.

Con un turismo que acaba de pasar el peor momento de toda su

historia, en **Resuinsa** tienen claro que el sector saldrá de esta situación con seguridad y volverá a ser competitivo, porque las personas que trabajan en él; gobernantas, jefes de compra, directores de hotel, recepcionistas, jefes de sala tienen un valor incalculable y marcan la diferencia con una excelencia profesional que sólo tiene nuestro país y que siempre ha destacado respecto al resto del mundo.

Félix Martí recalca que “estamos aquí con una experiencia de 45 años, el sector nos tiene a su lado para ayudarlo a coger impulso y conseguir que su capacidad de recuperación sea más rápida.

El cliente post pandemia va a ser cada vez más exigente, primando los criterios de higiene y sostenibilidad por encima de otros. Digitalización y sostenibilidad son dos grandes retos para el turismo, pero en **Resuinsa** forman parte de nuestro ADN”



Lavavajillas hygiene & clean

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

Electrolux Professional presenta la línea de lavado de vajilla *hygiene&clean*, la primera gama completa de soluciones de lavado de vajilla para el servicio de comidas que desinfecta * y no solo higieniza, según las normas y que ha sido evaluado por un organismo de certificación independiente: UL. Todos los modelos *hygiene&clean* cumplen la norma DIN 10510 o la DIN 10512, y ofrecen un grado de desinfección A0 de 60, según se define en la norma UNI EN ISO 15883-1, que normalmente solo se aplica a los equipos médicos.

hygiene&clean Bajomostador Doble Pared

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

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

Consumo de agua de aclarado: 3 litros/ciclo (conforme con DIN 10512); 4 litros/ciclo (conforme con Ao 60).

DIN 10512	A ₀ 60
Temperatura de aclarado 90 °C	Temperatura de aclarado 90 °C
Tiempo de aclarado 12 s	Tiempo de aclarado 16 s

hygiene&clean Capota con Doble Pared Automático

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

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

Consumo de agua de aclarado: 2 litros/ciclo (conforme con DIN 10512); 4,5 litros/ciclo (conforme con Ao 60).

DIN 10512	A ₀ 60
Temperatura de aclarado 90 °C	Temperatura de aclarado 90 °C
Tiempo de aclarado 8 s	Tiempo de aclarado 18 s

hygiene&clean Lavacacerolas

DIN 10512	A ₀ 60
Temperatura de aclarado 90 °C	Temperatura de aclarado 90 °C
Tiempo de aclarado 20 s	Tiempo de aclarado 20 s

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

Consumo de agua de aclarado: 7 litros/ciclo (conforme con DIN

10512); 7 litros/ciclo (conforme con Ao 60).

hygiene&clean Rack Type Multi Rinse

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

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

DIN 10510	A ₀ 60
Temperatura de aclarado 90 °C	Temperatura de aclarado 90 °C
Tiempo de contacto 2 min.	Tiempo de contacto 4 min.



Desinfección garantizada

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

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

¿Quieres más Información?

Tlf: 917482119

Web: www.electroluxprofessional.com/es/

E-mail: marketing.es@electroluxprofessional.com

El maridaje, grandes posibilidades de sorprender

Me voy a meter en un jardín, en uno de esos en los que seguro vas a poner el pie en algún charco. Concretamente en el maridaje, concepto proveniente del término francés “maridage” surge de combinar comida y bebida para incrementar el proceso hedonista de nuestro paladar.

Alfonso Villarejo, Responsable de F&B y Sumiller.



Buscar una armonía de sabores y sensaciones que se entrelazan entre comida y bebida, buscando mejorar el plato y realzar el vino; y entre ambos se respetan y mejoran.

Este concepto tan de moda hoy día, ha estado vinculado con nosotros en nuestro día a día desde hace siglos y nunca hemos prestado atención hasta hace cuatro días. Pero como diría Jack el destripador, vayamos por partes. Antes que nada, sobre estos temas me gustaría recomendar cuatro auténticas biblias sobre el maridaje. El libro “Que vino con este pato”, de Ferran Centelles, Sommelier del Bulli, “Sumillería molecular” de François Chartier, la “Relatividad” de Josep Roca y “El vino primero” de Erico Bernardo. En estos libros encontraréis todo un abanico enorme de conocimiento sobre el maridaje que es digno de ser leído.

Ferran nos habla de todo tipo de maridajes,

Por otro lado, los maridajes se pueden clasificar en varias categorías. Desde siempre, la evolución de la co-

mida ha ido de la mano con la bebida. Y tradicionalmente, siempre hemos acompañado la comida con bebida basándonos en la tradición cultural de nuestra zona. Nuestra comida tradicional siempre se ha visto acompañada de lo que teníamos a nuestro alrededor. Es por eso que el primer maridaje o armonía, siempre ha sido el tradicional o de similitud. El de nuestros abuelos, el de nuestra región, cultura y tradición. Porque es simplemente, lo que teníamos por casa.

Ojo, esto no significa que esté mal, sino que nuestros abuelos, personas inteligentes donde las hubiera, ya sabían que iba mejor con cada comida. El maridaje no es una ciencia y mucho menos exacta, por lo que aplicamos lo que muchas veces aplicamos a un vino, si nos gusta o no. Buscamos nuestro placer, nuestras propias sensaciones y de esta manera combinamos los sabores de comida y bebida de la mejor manera.

Algunos ejemplos de esto serían vinos blancos y rosados para comidas suaves como en verano, para carnes blancas, para pescados. Los tintos de más cuerpo para carnes rojas, caza y los vinos dulces para los postres. Estos son los más conocidos y extendidos. Pero hay más mundo líquido que el vino para poder maridar, como las cervezas ligeras con aperitivos o cervezas negras con chocolates.

Otro concepto de maridaje ha sido el

contracultural, el opuesto, el del contraste. Esa extraña combinación de comida y bebida completamente opuestos y que, cuando se juntan, casan prácticamente a la perfección. ¡Que maravilla! En este campo, la cocina de vanguardia con sus menús maridados ha aportado mucho, realizado experimentos arriesgados y que han sido geniales. Hay combinaciones opuestas como un vino dulce con un queso manchego, un fino o manzanilla de jerez con un buen jamón ibérico. Un queso azul tipo cabrales con un vermut reserva.

Una de las reglas de oro del maridaje (aunque repito que no es una ciencia), es el hecho de poder ordenar de menor a mayor intensidad los platos para así asociar los vinos que mejor les acompañen. En los platos deberemos tener en cuenta si hay algún modificador, tipo salsa o acompañamiento que hagan que nuestro plato tenga mayor o menor intensidad. Y en los vinos debemos tener en cuenta, si son jóvenes, si los blancos tienen barrica, y si los tintos son jóvenes o de larga guarda.

Las combinaciones son múltiples, prácticamente infinitas. Ahora que está tan de moda Marvel, podríamos decir que estamos en el Multiverso de los



maridajes. Infinitas opciones en diferentes multiuniversos...

Y es que los frutos secos pueden maridar perfectamente con los vinos de jerez, con los vinos dulces, con oportos y madeiras. Los quesos suaves, tiernos y grasos aceptan los vinos blancos con cuerpo o secos ligeros. Los quesos más potentes aceptan un tinto crianza y los curados y azules, aceptan vinos tintos con alta astringencia, amontillados o incluso cavas.

El mundo de los rosados que tanto me maravilla los puedes acompañar con ensaladas ligeras, sushi, tartar, ceviche o con tarta de queso y mermelada de fruto rojos. Tiene una opción infinita de combinaciones. Un pescado graso admite los blancos con barrica, los tintos con cuerpo sin ser muy potentes.

Pero luego existe un factor de maridaje, que nada tiene que ver con los gustos, sabores o sensaciones. Sino con el momento. Con "ese" momento. Cuando estas en un momento ideal, en el que la compañía es la perfecta, ese vino marida de forma espectacular.

Porque es el tiempo, compañía, comida y bebida que casa a la perfección.

Uno de los peores enemigos que tenemos hoy en día es el estrés. Cuando estamos estresados, la comida no sabe igual y la bebida tampoco. Cuando estamos ansiosos y llegamos a casa después de una dura jornada de trabajo o de un día malo, y abrimos un vino, hay veces que decimos "el vino no está bueno", o "no sabe como la otra vez", o cosas parecidas. Y en realidad es que estamos influenciados bajo los aspectos del estrés. En una prueba realizada con xuxos de crema de limón, las personas más contentas notaban más el dulce, pero las más desanimadas, notaban más el limón. A mayor cantidad de estrés, mayor cantidad de dulce a ingerir para notar el dulzor de las cosas, mientras que en estados de desánimo, predomina la acidez. El dulzor busca el placer y queremos una sensación mucho más positiva que nos la produzca.

Es por eso que siempre que busquemos un maridaje, busquemos el momento ideal, la compañía perfecta,

lejos del estrés, con tiempo para nosotros y nuestros amigos, pareja, o con nuestra mascota.. Con quien estemos bien y disfrutemos del autentico placer de combinar comida y vino en sus infinitas modalidades para disfrutar de cada uno de los momentos de esta vida que está hecha para disfrutar.



host | **Milano**

INTERNATIONAL
HOSPITALITY EXHIBITION

22-26
OCTOBER
2021
fieramilano

#FieraMilanoSafeTogether

host.fieramilano.it



NEW SHAPES OF
HOSPITALITY

#BetterTogether

TUTTOFOOD
MILANO + **host** | **Milano**

co-located with

**MEAT
TECH**
by LEARN TIME

in collaboration with

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY



FIERA MILANO

HostMilano, listo para su celebración

A pocas fechas de la celebración de una de las ferias más importantes europeas de Hostelería entrevistamos a Simona Greco, Directora de Exposiciones Propiedad del Grupo de Fiera Milano, que nos presenta las principales novedades del certamen.



En **HostMilano** todo está listo para recibir “en vivo”, de forma presencial y con total seguridad a los expositores, compradores y visitantes del certamen que se darán cita en Fieramilano, del 22 al 26 de octubre. Como indica Simona Greco “este año celebramos su 42ª edición, confirmando ser **HOST** el centro de equipamiento, café y alimentos a nivel mundial”. Asimismo confirma que “entre las salas de Rho Fiera, los profesionales de hostelería podrán discutir sobre la situación real en el campo de la innovación tecnológica, los productos y los servicios, así como delimitar conjuntamente los escenarios que darán forma a la hospitalidad del futuro”.

¿Cuáles serán las características de la edición 2021 de HostMilano?

Incluso en un momento tan especial como éste, cuando el sector fuera del hogar acaba de reiniciarse, **Host** será el único evento “en vivo” en Italia donde las empresas del sector podrán observar de cerca las mejores soluciones en términos de innovación tecnológica para productos y servicios.

A pesar del intenso programa de iniciativas desarrolladas online du-

rante la pandemia, el sector ha echado de menos reunirse físicamente. Por esta razón, queremos hacer de **Host2021** un evento imprescindible; donde será fundamental asistir para conocer las novedades y tendencias de la Hostelería.

¿Cuáles son las principales cifras de HOST?

Contaremos con más de 1200 expositores, quienes animarán los pabellones de Rho Fiera. De estos, 435 proceden de fuera de Italia (con un porcentaje de internacionalidad del 35%).

En cuanto a los segmentos más representativos serán los de “Equipos de Servicio de Alimentos”, “Café y Té” y “Bares, Cafeteras y Vending” con la histórica Sic, la Feria Internacional del Café.

Por supuesto que contaremos con la participación de grandes empresas que se dirigen a segmentos, como Bakery, Pizza Pasta; Heladería, Pastelería; Mobiliario y Vajilla”.

¿Cuáles serán las principales novedades del sector?

Una edición más, **HostMilano** será una plataforma completa, al ofrecer además de numerosas posibilidades de negocios, la realización de demostraciones y de exposición contando con un amplio espacio. Tenemos una agenda con más de 800 citas, el escenario central lo dirigirá Smart Label, también habrá un espacio dedicado a la innovación y a la pastelería de lujo con Iginio Massari.

Asimismo destaca el acuerdo firmado con la Asociación de Cafés Especiales (SCA), para la organiza-

ción del Campeonato Mundial de la SCA 2021 - Campeonato Mundial de Baristas, la Copa Mundial de Cerveceros y el Campeonato Mundial de Catadores.

¿Qué tipo de actividades habrá?

Otra gran noticia de Host2021 es la celebración simultánea de TUTTO-FOOD, el evento líder del ecosistema agroalimentario, y MEAT-TECH, espacio dedicado a las tecnologías para el procesamiento de carne y comidas preparadas. Sin mencionar que las posibilidades de networking se verán aún más amplificadas por la plataforma Expo Plaza, con el catálogo online de todos los expositores, agendas abiertas y citas programadas con expositores preseleccionados.

¿Cómo será la participación de España en el evento?

Habrá 43 países extranjeros, incluidos todos los mercados internacionales considerados más prometedores incluida España, además de Alemania, Francia, Estados Unidos, Portugal, Holanda, Grecia, Reino Unido y Turquía.

También habrá una interesante presencia de compradores (más de 500 de 41 países procedentes de América del Norte y del Sur, Europa, Oriente Medio, Rusia). un número que se sumará a los que llegarán a Milán a través de las asociaciones con las que tenemos firmado un acuerdo. Más de treinta importantes asociaciones italianas e internacionales, entre ellas: FC-SI-Foodservice Consultants Society International, AFEHC, Restaurants

Canada, BAC-Baking Association of Canada, IDC-Interior Designers of Canada, NEWH-The Hospitality Industry Network, OCSA-Ontario Convenience Store Association, CICC-Convenience Industry Council of Canada, CAMA-Canadian Automatic Merchandising Association), FE-DA-Foodservice Equipment Distributors Association, SEFA-Supply and Equipment Foodservice Alliance, NYCHA-New York City Hospitality Association, NEWH-The Hospitality Industry Network, ACHIGA-Asociación Chilena de Gastronomía, ACO-DRES--Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, Asociación Mexicana de Restaurantes, FEH-GRA-Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina”.

¿Cuál es el objetivo principal de la exposición?

Desde **Host** confirmamos nuestro papel de creador de tendencias glo-

bales y centro de innovación para toda la industria de Horeca. Fiel a nuestra misión, hemos decidido ponernos una edición más del lado de la Design Consorzio del Politecnico di Milano, POLI, quién organizará con el patrocinio de ADI - Associazione Italiana per il Disegno Industriale, la quinta edición de Smart Label - **Host** Innovation Award.

Es el reconocimiento dedicado a las empresas más innovadoras de la hostelería profesional, que este año promete ser aún más visionaria y ambiciosa de lo habitual. Esto se confirma por la calidad de las ‘presentaciones’ recibidas, y las tendencias surgidas entre los productos de los 25 ganadores. Qué van desde la reducción del consumo hasta el uso de materiales sostenibles y reciclables, así como fáciles de desinfectar; desde tecnologías sostenibles hasta la personalización de productos y servicios.

¿En qué se diferencia HostMilano de otros eventos europeos del sector?

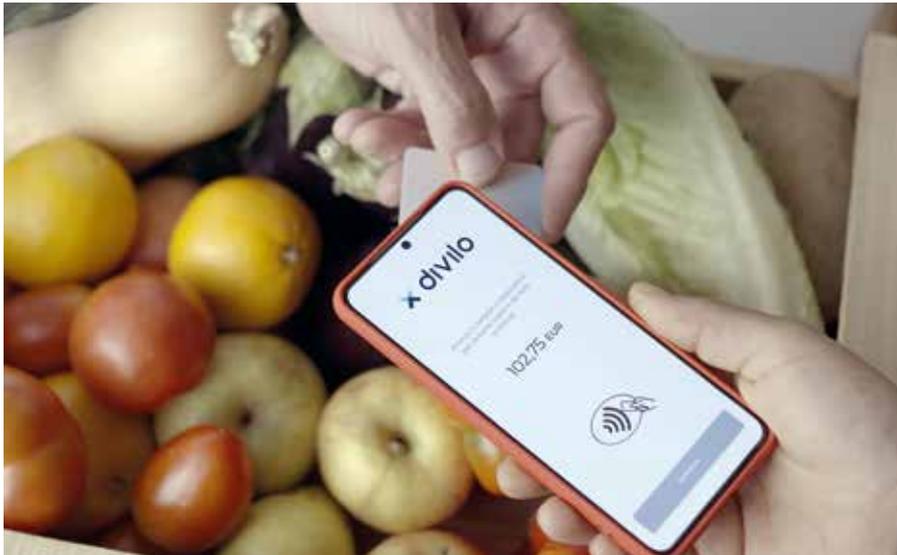
Host2021 se celebrará presencialmente, un hecho casi único en el panorama de las ferias internacionales relacionadas con la hostelería profesional. En estos dos últimos años, HostMilano nunca ha parado, ya que nuestra idea ha sido siempre seguir ofreciéndonos como socio completo de las empresas participantes, de los compradores y grupos de interés. Hemos organizado webinars sobre temas actuales, enviado newsletters y notas de prensa, e incluso realizando un restyling en los sitios del certamen.

De esta forma, nos hemos preparado para dar vida a un certamen que volverá a tener lugar presencialmente gracias a la adopción de los últimos protocolos de seguridad “Safe Together” (<https://www.fieramilano.it/sicuriinsieme/>) que incluyen numerosas intervenciones estructurales realizadas en el espacio físico de la zona expositiva.



Divilo, una nueva forma de entender la gestión de tu local

La gestión financiera de un negocio suele quitar tiempo y dar más de un quebradero de cabeza. Por suerte, ya existen alternativas más sencillas, ágiles y menos engorrosas.



Propinas, cobra a la americana

Una funcionalidad realmente útil hoy en día que los pagos con tarjeta se han disparado y las propinas se han reducido, ya que los clientes podrán incluir la propina en el mismo pago. Esta aparecerá separada del importe al realizar la contabilidad del cobro, permitiendo liquidar las propinas de la manera más transparente posible.

DiviStore, facilitar la compra directa

Es un producto para e-commerce y comercios físicos. Los clientes podrán escanear un QR o acceder a links para realizar sus pedidos, digitalizando y agilizando la experiencia al 100%.

Cualquier empresa o autónomo puede convertirse en cliente de **Divilo** siguiendo un sencillo proceso de unos 10 minutos. Si buscas digitalizar tu empresa y hacer de la gestión financiera de tu local algo fácil, **Divilo** tiene la solución.

Pagar a proveedores, gestionar nóminas y cobros, controlar el alquiler y un largo etcétera. Poner en orden las finanzas de un negocio de hostelería es una tarea absorbente, independientemente de su tamaño. Ahora, gracias al desarrollo de nuevas tecnologías, están surgiendo nuevas empresas que buscan facilitar la gestión a los empresarios hosteleros.

Divilo, un Neo Banco 100% digital regulado y supervisado por Banco de España, nació para hacer la vida más fácil a pymes y autónomos. Esta Fintech aporta una solución 360° en pagos, cobros y herramientas de contabilidad, ofreciendo la tecnología más avanzada, y la seguridad de fondos salvaguardados por entidades de crédito de primer nivel.

Diveep, la evolución del datafono

Divilo ha desarrollado, en asociación con VISA, una solución que permite utilizar tu móvil como un

TPV, sin necesidad de otro dispositivo. Una herramienta que transforma la gestión de pagos y cobros en algo sencillo: posibilita la emisión de recibo/factura con envío en tiempo real al cliente; agiliza la rotación de clientes -no es necesario pasar por la caja-; Y permite integrarse en el software de gestión del comercio, entre otras cosas.



AEHH y Hostelería Restauración, HR, colaborarán conjuntamente

La Asociación Española de Hostelería Hospitalaria, AEHH, y nuestra revista **Hostelería & Restauración** han acordado su colaboración para difundir las notas de prensa que genere la entidad profesional, así como cederles un espacio en la revista para la publicación

de artículos formativos e informativos. Además de realizar conjuntamente presentaciones, master class y cursos de diferentes materias para los asociados a la AEDHH.

Recordemos que la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria es

una de las principales entidades y más en boga actualmente, para enfrentarse al COVID, al representar a más de trescientos profesionales, entre Jefes de Sección de Alimentación, Jefes de Cocina y Gobernantes de los principales hospitales, tanto públicos como privados, de España.

AEHH y Hostelería & Restauración estrechan lazos



La Asociación Española de Hostelería Hospitalaria (A.E.H.H.), va a celebrar los días 14 y 15 de octubre su XXII Congreso Nacional, en el Palau de Les Arts de la ciudad de Valencia. Tras no haberlo podido desarrollar el año pasado por la situación del Covid-19, este año se re-

unirán unos 300 congresistas y contaremos con el patrocinio de más de 25 empresas del sector.

El programa incluye sesiones sobre el modelo EFQM, evolución y estudios nutricionales, evaluación de la limpieza, auditorías de los servicios no sanitarios, gestión de conflictos, sostenibilidad, tecnología alimentaria, integración informática y experiencias durante la pandemia; contará con ponentes del más alto nivel, que enriquecerán los conocimientos de los congresistas.

Aprovechamos esta oportunidad que nos brinda la prestigiosa publicación **Hostelería y Restauración, Hr**, con la que esperamos comenzar una fructífera colaboración, que tendrá reflejo en la divulgación de las actividades que vayamos realizando y que servirá para dar aún más visibilidad a nuestro sector.

Deseo animar a todos los profesionales que aún no se hayan inscrito a que acudan al congreso. Os esperamos.

Miguel Ángel Herrera Ubeda - Presidente A.E.H.H

XXII Congreso Nacional de Hostelería Hospitalaria

Valencia, 14-15 de Octubre de 2021. Palacio de las Artes Reina Sofía

(Declarado de Interés Sanitario según Resolución de 15 de junio de 2021, del Director General de Investigación y Alta inspección sanitaria de la Conselleria de Sanitat de la Generalitat valenciana).

Programa

Jueves 14 de Octubre

10:30 h. 1ª sesión.- Evolución de la Nutrición Hospitalaria.

Dr. Carlos Sánchez Juan. Jefe de Servicio de Endocrinología, Consorcio Hospital General Universitario de Valencia.

Dª Natalia Ramos Pérez. Dietista-nutricionista, Complejo Asistencial Salamanca.

11:30 h. Inauguración del Congreso

12:00 h. 2ª sesión.- Evaluación del grado de limpieza en centros hospitalarios: la experiencia del CSC

D. Jofre Balagué Bellido, Consultor integral de servicios de gestión hotelera hospitalaria

12:45 h. 3ª sesión.- Auditorías de los servicios no sanitarios.

Dª. Ainhoa Lloria Palmer. Gesman, Ingeniería de Gestión

Dª. Esther Moreno Mate. Servicio Madrileño de Salud.

13:30 h. 4ª sesión.- Gestión de conflictos en el entorno de la Hostelería

Dr.. Sergio Climent Santos. Psicólogo. Hospital Vall d'Hebron, Barcelona.

16:00 h. Reuniones congresistas-proveedores

18:00 h. 5ª sesión.- Comunicaciones libres.

21:00 h. Fin de las sesiones técnicas

Viernes 15 de Octubre

9:30 h. 6ª sesión.- La gestión del caos: mi experiencia durante la pandemia.

Dª. Paula de la Peña Chico. Gobernanta del Área de Servicios Generales y Hostelería, Hospital Universitario de Fuenlabrada.

Dª Cristina Paya Valles. Subdirectora de Enfermería, Consorcio Hospital General Universitario Valencia.

Dª. Teresa Justo Coletto. Subdirectora de SS.GG. Área Hostelería, H. Univ. Reina Sofía, Córdoba.

10:15 h. 7ª sesión.- Sostenibilidad en alimentación (mesa redonda):

Dª. Gouri Alberdi Aresti. Researcher in Food Systems and Health. Facultad de Economía, San Sebastián.

D. Álvaro Barrera Fernández. Presidente de Ecovalia (Valor Ecológico).

11:00 h. 8ª sesión.- Alimentación ecológica vs convencional y su efecto sobre la salud

Dra. Mª Dolores Raigón. Catedrática de la ES Ingenieros Agrónomos, Valencia.

11:45 h. 9ª sesión.- EFQM en Hostelería

Dra. Belén Martínez Mondejar. Hospital Universitario Severo Ochoa, Leganés.

Dª. Ruth López de Dicastillo, Bromatóloga - Técnico F.A. Servicio Alimentación, Hospital San Pedro Logroño.

12:15 h. 10ª sesión.- Aplicación de la Tecnología a los alimentos listos para el consumo.

Dª Marta Onrubia Monedero. Responsable de ventas Europa, Hiperbaric.

12:45 h. 11ª sesión.- La integración informática de los Servicios Generales

Dª Ana Cerrillo Martín. Jefa de Servicio de Gestión y SS.GG., H. General Univ. Gregorio Marañón, Madrid.

13:15 h. 12ª sesión.- Descubriendo el reto de la nutrición en pacientes institucionalizados con disfagia orofaríngea: estudio ABADIA.

Dra. Mária Ballesteros-Pomar (Complejo Asistencial León).

Dr. Ángel Caracuel García. Veterinario Bromatólogo, Hospital Regional Universitario de Málaga.

14:15 h. Entrega de premios, incluidos los "Premios José Luis Iáñez" a las mejores comunicaciones libres y Clausura.

16:30 h. Asamblea General de socios de la A.E.H.H.

“Hemos sido los pioneros en aplicar el sistema en frío”

La Hostelería Hospitalaria ha vivido los dos últimos años un momento de tensión en el que sus integrantes han demostrado su profesionalidad, un claro ejemplo es Fernando García Gómez, Jefe Sección de Alimentación del Hospital General Universitario Gregorio Marañón de Madrid, al obtener la distinción de mejor hospital en el tratamiento anti COVID.



¿Nos puede comentar su trayectoria profesional hasta llegar al Gregorio Marañón?

En 1987 empecé como Pinche de cocina en la Residencia de Mayores de Arganda del Rey, perteneciente a la Comunidad de Madrid, comencé a estudiar en la Escuela Superior de Hostelería del Lago de Madrid y a compaginarlo con trabajos por diferentes establecimientos de Ayudante de cocina y de Cocinero, hasta 1992 que aprobé una oposición de Jefe de Cocina.

A partir de ahí, formación continua y trabajo en el sector privado. En 2.010 dejé el sector público pasando a desempeñar las funciones de Responsable de Alimentación en la Fundación Jiménez Díaz, perteneciente al grupo Capiro, hoy Quirón Salud, el grupo más importante a nivel privado en España. Allí permanecí 7 años, hasta que tuve la opción de opositar para Jefe de sección del Hospital General Universitario Gregorio Marañón, donde estoy desde hace 4 años.

¿Qué se necesita para llegar hasta ser Jefe de Hostelería de un hospital?

En primer lugar tener una plaza en propiedad, luego opositar y quedar el primero. Experiencia y conocimiento.

¿En qué se caracteriza y diferencia el Hospital Gregorio Marañón?

Estamos hablando de uno de los hospitales más grande de España, con multitud de servicios y centros periféricos. Donde hay gran cantidad de especialidades, viniendo a ingresar incluso pacientes de fuera de Madrid, lo que hace que tengamos un Servicio de Nutrición Clínica y Dietética potente y con variedad de dietas.

Ustedes han obtenido un Premio Nacional por ser el mejor hospital de España en tratar el COVID. ¿Nos puede comentar las medidas adoptadas?

En un principio, el desconocimiento del virus, nos hizo ser lo más prudentes posible. El servicio de Salud Laboral, desde el primer momento, nos dio charlas informativas, que hicieron que aumentáramos la confianza y perdiéramos un poco el miedo. ¿Medidas?, bueno, las que todos conocemos, guantes, mascarillas, gel hidroalcohólico, continuos lavados de manos, distanciamiento. Una empresa de aviones de Getafe nos donó pantallas protectoras para el personal de cocina, de manera que todos disponíamos de una.

¿Cómo definiría la Cocina del Gregorio Marañón? ¿Existen diferencias frente al resto de hospitales?

Es una cocina con un volumen considerable, que requiere de procesos y protocolos perfectamente definidos y con un sistema de organización muy detallado y completo.

La principal diferencia de la cocina del Gregorio Marañón con respecto al resto es que el sistema utilizado de cocinado es de línea fría, en el que fuimos pioneros en España, hoy en día ya existen muchos hospitales con dicho sistema.

¿Cuáles han sido para usted los peores momentos en el tratamiento del COVID, desde un punto de vista alimentario?

Sin duda los comienzos, pasamos de elaborar 1.300 comidas a más de 2.000, tuvimos que adquirir vajilla, cubertería y todo tipo de material para hacer frente a tal demanda.

¿Cómo calificaría la cualificación de su equipo y qué destacaría de ellos? ¿Qué medidas de seguridad ha adoptado el hospital frente al COVID?

El equipo de 180 personas que formamos toda la plantilla de cocina tuvo una actitud envidiable, nadie hablaba de hora, de salir, había que hacer el trabajo, y eso era lo importante. Todos dieron mucho a cambio de muy poco.

En cuanto a medidas, pues las mencionadas anteriormente, mascarillas, guantes, lavado continuo

de manos, distanciamiento en la medida de lo posible.

¿Describanos la Gastronomía del Gregorio Marañón y su sistema de trazabilidad?

Disponemos de un menú estacional con una rotación de 14 días, dieta mediterránea, variada y sobre todo equilibrada. Y un manual de dietas con 150 diferentes.

En cuanto a seguridad alimentaria, al igual, que cualquier local destinado a la fabricación de comidas, tenemos un Sistema de Autocontrol basado en los principios del APPCC, contamos con el apoyo de una empresa externa, que nos audita 8 días al mes, durante 4 horas cada día. Realizando informes mensuales que son revisados en reuniones multidisciplinares. Y realizamos 2 analíticas al mes de diferentes alimentos, utensilios y manipuladores.

¿Explíquenos que supone para la Cocina Central el atender otros establecimientos (centros



sanitarios) cercanos e incluso a una cárcel del hospital?

Para nosotros no dejan de ser una Unidad más, montamos las bandejas y en lugar de meter el carro en un ascensor y subirlo a una planta, lo metemos en un camión y va a 5 kilómetros. En cuanto a la Unidad carcelaria, pues igual que otra Unidad, con las precauciones correspondientes.

¿Desea añadir algo?

Agradecemos el interés mostrado por nuestro mundo hospitalario, diferente, pero que también es Hostelería. De hecho contamos con la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria, AEHH, que nos da la oportunidad de tener un lugar de contacto y encuentro con profesionales de nuestro ámbito a nivel nacional e incluso internacional.

**SEBASTIAN
SUITE**

ÁRTICULOS DE DECORACIÓN PARA EL CANAL CONTRACT

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

WWW.SEBASTIANSUITE.COM

Cómo dar un aire nuevo al hotel a través del color

Tras una temporada de encierro y evidentemente nada agradable, comenzamos a conocer los primeros pronósticos de los gurús de las tendencias en cuanto al color que repercutirá en las industrias de la moda, diseño, arquitectura e interiorismo.

Loli Morono, Directora Creativa en PF1 Interiorismo Contract.
Fotografías por Ivan Casal Nieto.



Lux Apartamentos Santiago Compostela - Interiorismo PF1 interiorismo Contract.

Las gamas cromáticas sugeridas por los diferentes estudiosos del color influyen para que el resto de mentes creativas, nos inspiremos a la hora de diseñar nuestros productos.

Uno de los colores que están cogiendo más fuerza como el color del año 2022, es el verde Quetzal, propuesto por Gustavo Prado (Director de Trendo). Este próximo año serán tendencia todos los colores que podemos observar en la naturaleza, vitales, en las diferentes gamas de verdes, azules combinados con crema o beige siguiendo con los tonos pasteles.

La llegada de la post-pandemia augura una época de renovación y resurgimiento, como viene sucediendo en anteriores crisis y el color es una fantástica herramienta para ello. El verde nos anima al cambio, a avanzar, nos indica suerte en todos los aspectos de la vida. Dejando la teoría del color a un lado y como ya habréis podido leer con anterioridad en alguno de mis artículos, es importante sorprender positivamente

en cada temporada, a través de cualquier aspecto de nuestros negocios. Hay que vender siempre por valor y no exclusivamente por precio.

A partir de aquí, el color es un recurso fantástico a la hora de diseñar una nueva línea estética, de Hotelería u Hostelería. Estos últimos años, ya podíamos observar tendencias como aplicar el monocolor en una instalación. Creando espacios totalmente únicos, con un hilo conductor que consiste en la utilización de un único color para todos los elementos de una instalación o inclusive utilizando varios tonos en una misma gama cromática.

Otra tendencia que se podía observar, es la utilización de estéticas tipo Memphis o incluso diferentes reinterpretaciones de algunos de los más prestigiosos diseñadores. Cualquiera de estas técnicas son recursos muy socorridos e impactantes, además en muchas ocasiones bastante económicos, dado que se puede desarrollar a través de la pintura y no son necesarios demasia-

dos revestimientos y florituras para conseguir ese impacto estético que buscamos. Si para la nueva obra estos recursos son fantásticos, para la reforma hotelera son geniales.

En reforma podemos usar diferentes tipos de pintura, mates, satinados y además con diferentes tactos. En estos momentos, el mercado nos ofrece pinturas con gran cubrición e inmejorables prestaciones en cuanto a su formulación, teniendo en cuenta aspectos como fácil limpieza, antibacterianas, ecológicas. Pero para **PF1 Interiorismo Contract**, lo que no puede faltar es la utilización de un buen papel vinílico, teniendo en cuenta sus características y prestaciones dependiendo de su ubicación. Podemos escoger entre un modelo con base de papel o soporte TNT (tejido no tejido). Cuando hablamos de modelos con base de papel o TNT, nos estamos refiriendo al soporte de papel, es decir, lo que va pegado a la pared. Ambos soportes pueden tener acabados tanto vinílicos como no vinílicos.

El modelo con base de papel es el más tradicional de todos, así como el más usado a lo largo de la historia. Su composición está formada por papel y una base textil. Se suele usar en zonas de poco tránsito, dado que es un poco delicado. El papel con base TNT, recibe este nombre porque las fibras que componen su base han sido tejidas entre sí, formando unos hilos que aportan mayor resistencia a la base. El soporte está formado por una base textil y

una capa de vinilo, es un papel muy resistente al desgaste. Los acabados pueden ser vinílicos, pintables o velos, de fibras naturales, metálicos, con efecto 3D, aterciopelados, papel arrugado, de perlas, de vidrios, papeles de textil, como lino, seda, plumas, entre otros.

La opción de acabado vinílico, suele ser una de las más usadas, dado sus maravillosos motivos y tramas, además de su gran eficacia frente a los golpes y humedad.

Cuando tenemos una pared con alguna irregularidad, nosotras utilizamos papeles vinílicos con textura o relieve, que nos ayuda a que pase más desapercibido. También existen unos velos fabricados en fibra de vidrio que son fantásticos para disimular fisuras e irregularidades, además protegen la pared y se instalan fácilmente. Se pueden pintar las veces que sean necesarias, manteniendo la pared intacta aun con el paso del tiempo.

También hay que hablar de los papeles pintables, se caracterizan por permitir pintarse tantas veces como se desee. Son papeles en blanco que una vez instalados, se pintan del color que te apetezca.

Hay una tendencia latente de todo lo que nos transporta o nos recuerda a elementos de la naturaleza, transmitiéndonos naturalidad y calidez. Además, en este momento, recobra gran importancia la sostenibilidad, de manera que no puede estar más de actualidad, por todos estos factores. Os hablo de los papeles decorativos hechos de fibras naturales tejidas, compuestas por materiales naturales, como tiras de madera, corchos, nenúfar trenzado, hojas de palmera que se prensan directamente al papel, utilizando un soporte TNT, con el objetivo de facilitar su instalación. Hay que tener especial cuidado con el case /rapport dado que se nota bastante si no se instala correctamente. otra opción es acentuarlo, para que se vea una intencionalidad.



Hotel Galicia - Interiorismo PF1 interiorismo Contract.

Quiero destacar los papeles realizados con papel ecológico y compostable. Son todo un acierto.

Dentro del apartado de papeles más técnicos, podemos encontrar un sinfín de revestimientos en el mercado: magnéticos, térmicos, acústicos, que adsorbe y reduce la reverberación del sonido, minimizando los ruidos molestos, anti radiación electromagnética, entre otros. Como todos sabemos, existen multitud de teorías sobre los efectos negativos para la salud de la radiación electromagnética, y este tipo de papel (anti radiación electromagnética) está pensado para bloquearlas. Resumiendo, tiene dos aplicaciones principales: Protección contra la radiación electromagnética en viviendas particulares y la prevención de interferencias RFID entre espacios de almacenamiento y locales comerciales.

Lo que no podemos olvidarnos nunca, es revisar las características técnicas del papel entendiendo bien la simbología de la etiqueta. Además de recordar que siempre hay que revisar las normativas de cada país y comunidad autónoma, para conocer la resistencia al fuego que necesita nuestro papel.

Lo positivo es que conseguiremos grandes resultados con poca inversión, tanto económica como de tiempos de instalación.

No pierdas la oportunidad de darle una vuelta a la imagen de tu establecimiento aplicando color. Si actualmente dispones de un hotel en tonos neutros, no te resistas y aplícale color. Verás como el resultado es interesante. Otro de los elementos con el que puedes jugar, es sustituyendo alguna pieza de mobiliario por varias en un tono monocolor llamativo o incluso este mismo recurso lo puedes aplicar con los textiles. Diviértete y no te olvides de contármelo a través de las redes!



Hostal Pórtico - Interiorismo PF1 interiorismo Contract.

Eficiencia energética de los hoteles

Uno de los mayores problemas de la Hostelería y Hotelería es conseguir la máxima eficiencia energética, máxime ahora que estamos en el resurgimiento del sector.



Es importante concienciarse de la importancia de la eficiencia energética. Es fundamental utilizar la energía de forma eficiente para frenar el cambio climático. Hacerlo bien conlleva otras ventajas como el ahorro. Precisamente este es uno de los objetivos del sector hotelero, de los más azotados por la crisis de la Covid-19.

Pero, ¿cuánto ahorran exactamente los hoteles sostenibles? ¿Cuántos suponen los consumos del total de la explotación?

Se calcula que el sector hotelero podría optimizar sus gastos operativos de consumo energético un 40%, y reducir entre un 75% y un 89% sus emisiones de CO₂ a la atmósfera (el turismo es responsable del 5% de las emisiones totales).

Y es que justo porque los hoteles necesitan una gran cantidad de energía para garantizar el confort –térmico, acústico y lumínico– de sus huéspedes en sus instalaciones; utilizar sistemas que permitan optimizar este consumo es clave. En concreto, el consumo energético de los hoteles supone entre el 14% y el 15% de los costes de explotación –pudiendo alcanzar el 20%-22%–. Un

gasto nada desdeñable, sobre todo si tenemos en cuenta las circunstancias actuales.

Por otro lado, una gestión energética eficaz de un hotel contribuye a la conservación del entorno natural y, consecuentemente, mejora también la imagen pública del establecimiento. Con los atractivos que eso conlleva: hasta 6 de cada 10 turistas se sienten atraídos por empresas comprometidas con el medioambiente, y un 30% pagaría más por alojarse en un hotel de estas características. Hasta el 80% considera que es importante que el hotel aplique prácticas ecológicas.

Además, ahorrar en estos consumos supone una ventaja competitiva en el sector. También es importante concienciar a los trabajadores acerca de esta cuestión que incluso podría ser clave para atraer talento concienciado con el medioambiente.

Ubicación del hotel, factor que influye en el consumo energético

Más allá de los sistemas instalados en el hotel, hay que tener en cuenta otros factores como la construcción y la propia ubicación del

hotel. Estos condicionantes pueden variar la factura energética entre un 10% y un 15%. Por ejemplo, un hotel que se encuentre en una zona sometida a temperaturas extremas tendrá un consumo mayor de aire acondicionado y calefacción; frente a uno ubicado en un emplazamiento con temperaturas más constantes.

Lo mismo ocurre con la orientación e incluso con el tipo de turismo al que se dedica el hotel. En uno de costa dedicado a turismo de playa el consumo de aire acondicionado será superior al de calefacción y se concentrará en los meses de verano. Por eso es importante analizar los parámetros antes de construir y comparar entre las distintas opciones.

Cómo mejorar la sostenibilidad de los hoteles

Las medidas para mejorar la eficiencia energética de los hoteles pueden ser muchas y diferentes. Las intervenciones relacionadas con la climatización, la electricidad, los aislamientos y el agua caliente sanitaria son algunas de las más importantes. Es importante tener iniciativas de reacción.

Por ejemplo, en cuanto a la iluminación es clave favorecer el uso de lámparas y luminarias de bajo consumo, facilitar el uso de la luz diurna, instalar interruptores con control de presencia, entre otros. Realizar un correcto mantenimiento y limpieza de las instalaciones, y adaptar la intensidad de las luces exteriores al ambiente también es recomendable.

Respecto al aislamiento térmico, las pérdidas pueden suponer hasta el 30% de la factura energética. El aislamiento de puertas y ventanas, cubier-

tas y suelos son fundamentales. Y de nuevo el correcto mantenimiento de las bombas de calor, el control del rendimiento de las calderas, entre otros elementos, tampoco puede perderse de vista. La transformación de la sala de calderas, supone un ahorro que ronda el 12%.

Para al ahorro de agua, la detección y eliminación de fugas, trabajar con presiones moderadas, instalar sistemas de reducción de caudal en duchas y grifos es importante.

Para ahorrar energía en la cocina y la lavandería son aconsejables los hornos de convección forzada y la sustitución de resistencias en lavadoras por agua caliente. Otra de las claves radica en apostar por fuentes de energía renovables y sostenibles, como la instalación de paneles solares, entre otros.

Algunos expertos recomiendan también comparar entre las diferentes tarifas de energía para ver cuál es la que mejor se ajusta a nuestras necesidades. "Revisar las condiciones que ofrecen las compañías, y

elegir un plan que se adapte a nuestro negocio, constituyen acciones imprescindibles.

Contratar un seguro específico que incluya una cobertura de daños eléctricos será también idóneo en caso de tener problemas en las instalaciones eléctricas –líneas de conducción, maquinaria y aparatos eléctricos– fruto, por ejemplo, de corrientes anormales, combustión u otros.

La póliza nos permitirá ahorrar a largo plazo y estar protegidos ante estas eventualidades. Además, habitualmente incluyen la defensa jurí-

dica, asistencia, responsabilidad civil y daños causados por incendios, rayos o explosiones.

El uso de la tecnología

Hablamos de hoteles domóticos, dotados de termostatos inteligentes que se apagan una vez se alcance determinada temperatura. De persianas inteligentes que se bajan automáticamente si la estancia se vacía cuando detectan que se está generando excesivo calor.

En definitiva, una serie de medidas cuya implementación serán básicas con las ayudas estatales y autonómicas al sector.



Especialistas en decoración para hotelería.



www.pfiinteriorismo.com

info@pfiinteriorismo.com

T+34 981 979 284



“La falta de profesional cualificado, un problema”

La Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades, ASEGO, ha observado las consecuencias que ha traído consigo el COVID, unas positivas como el protocolo de limpieza e higiene pero también negativas como falta de personal.

Tras las vacaciones de verano, recogemos las opiniones de seis gobernantas de diferentes puntos de la geografía nacional, unas vinculadas a Hoteles y como María Bustamente. Del Hotel JLs Ratxo, en Puigpunyent (Mallorca), Araceli Cruz Aranda, del Hotel Navata Torremirón Golf&Spa de Gerona y Julia Raposo, de Steigenberger Hotels & Resorts. Camp de Mar, Andratx. (Mallorca). Así como en representación de Otras Entidades Gema Romero, Vocal de ASEGO en Madrid y Alicia Castro Fomieles del Club House Supervisor, RACE Madrid para que comenten su experiencia.

¿Nos puede describir las características de su establecimiento?

María Bustamente: trabajo en el Hotel JLs Ratxo, en Puigpunyent (Mallorca) que se caracteriza por ser un hotel rural ubicado entre montañas por lo que resulta tranquilo y familiar.



Alicia Castro: soy Gobernanta de El Real Automóvil Club de España (RACE) es un club de automovilistas fundado en 1903 a las afueras de Madrid.

Desde entonces, el Complejo Deportivo lleva más de 50 años creciendo en instalaciones deportivas y en actividades como la organización y celebra-

ción de concursos deportivos y eventos de diferente índole.



Araceli Cruz Aranda: desarrollo mi actividad de gobernanta en el complejo Navata Torremirón Golf& Spa, Gerona. Está enfocado a la salud, al deporte y al relax de sus huéspedes. Resalta por su trato familiar.

El tamaño del establecimiento permite un servicio personalizado y una atención individualizada de los clientes, a la vez que diversifica sus servicios para continuar completando una experiencia fantástica en un lugar inmejorable.



Liliana Domingo García: trabajo en el Hotel Anyos Park Resort & Wellness que tiene una infraestructura compleja, anclada en la montaña, formado por varios bloques o edificios. Se estructura con una parte hotel, otra apartotel y un club deportivo.

Julia Raposo: estoy en un hotel vacacional y familiar situado en las proximidades de la playa de Camp de Mar y en el centro de un campo de golf en la Isla de Mallorca. Su denominación es Steigenberger Hotel & Resort Camp de Mar.

Gema Romero: He trabajado en establecimientos hoteleros de 4 y 5 estrellas, en este momento estoy en un hotel en pleno centro de Madrid donde se ofrecen servicios clásicos y mantiene el servicio de cobertura, conserjería, botones con el objetivo de hacer la visita del cliente en una estancia agradable y segura.

¿En que basa su metodología de trabajo?

M.B: Dando ejemplo, buena comunicación, pequeños recordatorios diarios.

A.C: Mi metodología es la habitual de gobernanta. Supervisar y hacer seguimiento del conjunto de tareas asignadas tanto para la limpieza como mantenimiento, dirigir y controlar las compras necesarias sobre lencería, consumibles y decoración. Además de realizar los montajes de eventos internos y supervisar los externos, así como el control de calidad de restauración y servicio.

Lo único que cambia de un hotel es la ausencia de habitaciones, en cambio tenemos más espacio en zonas comunes.

Mi trabajo es coordinar y vigilar el bienestar del socio, creando un ambiente agradable, bonito y distendido.

A.C.A: Diariamente antes de empezar nos reunimos y comentamos la jornada anterior y la que se presenta en el día, analizamos los grupos, eventos, y características de los clientes

Cada camarera realiza su parte de

trabajo, según los procedimientos establecidos.

Todas tienen los procedimientos del establecimiento. Se supervisan las entradas y parte de clientes. Se ordenan el montaje de carros, cubos, yoffices.

Antes de finalizar la jornada, cada camarera comenta el parte (quejas, peticiones de clientes y trabajo pendientes) con la gobernanta o persona responsable en el momento.

Todo lo utilizado en el día se procede a lavar y desinfectar.

L.D.D: Elaboré un plan, analizando recursos y necesidades de los equipos; Implementé un protocolo de limpieza y desinfección, con unas frecuencias marcadas en todo el resort, especialmente en el club, llegando a una limpieza diaria con una desinfección regular en todos los puntos de zonas comunes, habitaciones y apartamentos.

J.R: En el día a día de una gobernanta es importante la empatía con su personal, la organización de los tiempos y materiales que faciliten la ejecución del trabajo.



G.R: es importante en todos los equipos de trabajo identificar las buenas prácticas y hacer ver su necesidad. Una forma sencilla es observar la labor que se le da bien a cada integrante del equipo, al identificarlas se consigue tener profesionales satisfechos de su puesto de trabajo, lo que depara resultados de calidad.

Es esencial definir cada proceso , trabajar con esquemas , tablas , procedimientos de trabajo . Esto sirve a los equipos a consultar sus dudas y desarrollar cada función según la manera establecida detallando cada paso y explicando la efectividad del porqué. .

Hay que estar al día por si tenemos que añadir información adicional ya que

no todo el mundo entiende las cosas de la misma manera . Debemos ser accesibles.

¿Qué sistema y medidas de limpieza tiene implantadas para el COVID? ¿ Ha utilizado algún productos de limpieza especial?

M.B: Implantar un procedimiento estandar en limpieza y desinfección y así minimizar riesgos innecesarios tanto para cliente como para personal.Después del procedimiento de limpieza pasar un desinfectante (D10).

A.C: Se han realizado numerosas limpiezas profundas desde el principio de la pandemia, incluyendo el lavado e higienización de toda la parte textil, siguiendo las medidas implantadas por el Ministerio de Sanidad.

Al ser un recinto de 100 hectáreas y con numerosas áreas deportivas se ha extremado la limpieza y la desinfección. Para ello se está realizando a diario una rotación de todas las zonas de al menos 5 veces, manteniendo así un alto nivel de higienización y desinfección.

Además de utilizar los desinfectantes y bactericidas habituales en la limpieza, se ha implementado un producto virucida para la desinfección de zonas más sensibles al contacto.

A.C.A: Se han implantado nuevos procedimientos, como consecuencia del COVID, que están diseñados en exclusividad para cada situación (salidas, entradas, clientes, cada una de las zonas nobles e internas, posibles detectores de COVID, entre otros).

Diariamente se entregan a las camareras mascarillas y guantes.

También hemos incorporado nuevos productos, como desinfectantes de manos, de superficies, y de ropa, además de diversos materiales (como máquinas de ozono y vaporetas).

L.D.D: De la implementación de la desinfección/esterilización, con los epis correspondientes para todo el equipo, a la “rutina “en la desinfección regular y más tiempo de ventilación de todos los espacios.

El único producto nuevo es un virucida.

J.R: Con la pandemia el sistema de

limpieza ha dado un giro de 180°, desde que se entra en la habitación con protecciones, la manera de manipular la ropa y los tiempos.

Se han cambiado productos, se han incluido virucidas y se usan más los clorados. Una vez desmontada la habitación se pulveriza con una máquina un virucida para textiles y demás zonas donde no se puede desinfectar con otros métodos. Si hay un contagio de clientes la habitación se precinta cinco días y después se realiza una desinfección pero ya sin peligro de contagio.

G.R: Es recomendable reforzar la limpieza de los filtros de aire y aumentar el nivel de ventilación de los sistemas de climatización para renovar el aire con mayor frecuencia..

Se han reforzado las tareas de limpieza y desinfección en todas las estancias y equipos de trabajo, con especial incidencia en superficies, especialmente aquellas que se tocan con más frecuencia como ventanas, pomos de puertas, manillares, ascensores y botones de llamada, . Además de adaptar las habitaciones con productos monodosis y llevar un control exhaustivo de el lavado del textil de la habitación.

Las funciones de desinfección se realizan de acuerdo a las indicaciones del proveedor homologado y el Protocolo de limpieza y desinfección. Incluso se han introducido productos higienizantes y desinfectantes anti covid-19.



¿Qué conclusiones ha sacado del COVID?

M.B: Ha venido para quedarse un tiempo en nuestra sociedad. Debemos adaptarnos a todo lo que se nos presenta con rápida reacción.

A.C: El Covid ha cambiado la vida diaria con un profundo impacto en la

forma de ver la higiene y la salud tanto individual como colectiva.

Para este sector, se les ha dado más valor a los puestos operativos, replantándonos la forma de actuar y nuestros principios fundamentales.

Se ha demostrado que es una división versátil y rápidamente se ha puesto a trabajar en metodología, productos y desarrollo aprovechando las nuevas tecnologías para ser eficientes y eficaces.

A.C.A: A raíz de esta situación, desinfectamos mucho más, trabajamos con más orden y cuidado, por ejemplo no hacer mezclas de limpio – sucio.

Cuando pase la pandemia, debemos seguir con los mismos sistemas de limpieza establecidos, al asegurar y prevenir al cliente y a nosotras mismas del COVID o de otra pandemia que se pueda presentar.

L.D.D: Como gobernanta, lógicamente, pensé que a pesar de todo, nuestro papel en el establecimiento hotelero, por fin seríamos protagonistas de esta "película". ¡Pero Error! Después de habernos formado, informado, elaborando nuevos protocolos y trasladarlo a dirección. Nos dicen que nos quedemos en casa; camareras, las justas, y llevando una sobrecarga de trabajo peor que antes de la pandemia.



Conclusión: ¡No han entendido nada!

J.R: Vivimos en un mundo muy frágil y los problemas nos hacen más fuertes.

G.R: Es importante disponer de información precisa y coherente, aunque hemos vivido momento de incertidumbre en este sector se ha demostrado que aunque ha sido duramente golpeado tenemos las herramientas para ofrecer lo que el cliente espera siempre pensando en su salubridad y seguridad.

¿Cuáles han sido los principales problemas a los que se enfrenta?

M.B: Incertidumbre de poco turismo, poco personal para el Departamento de Pisos.

Preocupación por nuestros puestos de trabajo.

A.C: He tenido los mismos o parecidos problemas que en cualquier empresa. Aumento del gasto tanto en contratación como en materiales, conocimiento e implantación de nuevos protocolos, aumento de las bajas laborales, escasez de algunos elementos y productos fundamentales.

Pero he de decir, que con el esfuerzo y la colaboración de todo el equipo se ha ido solventado las dificultades y se ofrece un servicio de calidad.

A.C.A: Básicamente ha sido un problema de personal cualificado. No todo el mundo está verdaderamente preparado y cualificado para este trabajo.

Personalmente me he encontrado con falta de personal dispuesto a acatar la situación y en consecuencia, reacias a seguir los protocolos establecidos.

También ha costado encontrar y mantener personal temporal, al preferir las camareras estar en Erte o en paro.

L.D.D: A las salidas con entrada, sin apenas tener tiempo de ventilar, a las muchas quejas de los clientes, ajenos a la situación, que no tienen ni paciencia ni espera, se meten en el apartamento/habitación, que ni esperan que se seque el suelo, casi pisando a la camarera. Da igual lo que les diga o lo que les haya dicho en recepción. Un verano con un turista malísimo, con mal humor, mal lenguaje, y muy irrespetuoso con la situación actual.

Me preocupa esta dejadez del cliente y en consecuencia si continúa así, la relajación por parte de las empresas, en cuanto a medidas anticovid.

J.R: Hacer entender que, las circunstancias a las que nos enfrentamos, son pasajeras y todo volverá otra vez a la normalidad, que tampoco hay que tener miedo si se toman las medidas necesarias.

G.R: Te encuentras con equipos susceptibles por estos cambios y tene-

mos que tener claro que tenemos que ser capaces de entenderlos ya que es la única manera de redirigirlos. Todos hemos pasado por una situación difícil y más que nunca debemos de cuidarlos y concienciarlos. El departamento de pisos se enfrenta al reto de transmitir seguridad al cliente así que el compromiso es ofrecerles estabilidad a nuestras camareras de piso y equipo de trabajo.

¿Desea añadir algo más?

M.B: Un placer aportar mi granito de arena. Gracias.

A.C: Sin duda, la capacidad de adaptarse a la nueva realidad y fortalecer las instituciones tanto del sector de limpieza como del turístico es fundamental para la consecución de la recuperación.

Se debería seguir insistiendo a las empresas y gobiernos en adecuar sus servicios en materia de salud y seguridad para restaurar la confianza de los consumidores y que de esta manera se impulse y reclame la importancia del sector en la sociedad.

A.C.A: Mencionar la problemática existente en la dirección de bastantes establecimientos en los que se hacen contratos basura, sueldos demasiado bajos y poca consideración hacia las camareras de pisos, para el esfuerzo e implicación requerida.

L.D.D: Si deseo hacer un llamamiento a todos los establecimientos hoteleros: Señores, la figura de la Gobernanta es imprescindible, para su buen funcionamiento y para poder vender servicios, pague el cliente 20 ó 30 euros. La limpieza debe ser obvia y la desinfección una necesidad.

La Gobernanta se ha convertido en una pieza clave, junto a un equipo de camareras/ limpiadoras. Nos convertimos en los cilindros para que el motor funcione.

G.R: se deben reforzar los procedimientos de trabajo controlándolos, para ello no puede faltar la gobernanta y valorar la labor que desempeña en el departamento de pisos es esencial. Tampoco se ha de cuestionar su necesidad en los establecimientos hoteleros.



Hygienalia

9|10|11 Nov 2021

WORKING
TOGETHER.

Pabellón de Cristal Casa de Campo · Madrid

hygienalia.com

#hygienalia21  

Promotores



Organiza



Calidad hotelera ligada con la formación profesional

La hotelería va a experimentar un cambio, provocado por la pandemia, pero tengo la esperanza de que no todos los empresarios lo verán como una oportunidad de exprimir más a los trabajadores.

Trinidad Jiménez. Kellys Unión Málaga



No los que más exprimen salen mejor adelante, sino los que afianzan su categoría y profesionalidad. Actualmente, los clientes miran todo con lupa, se han vuelto más exigentes, consiguiendo las inspecciones.

A partir de ahora es importante tener en cuenta los estudios y formación en general de los empleados, valorarlos y ponerlos como principal exigencia. y vender esta como un servicio más al cliente, el saber idiomas, el saber protocolo, el saber de limpieza y desinfección, el tener una cocina de prestigio, pueden valer tanto o más como tener unas piscinas o un gimnasio; volver a los tiempos donde le abrían la puerta del coche al cliente y le cogían las maletas, donde tenías al conserje que te daba información de todo lo que necesitaras, donde había un somelier para aconsejarte un vino, pienso que los clientes de hoy aprecian más esos detalles que nunca, ya no vale la venta en serie, eso ha quedado para un cliente muy básico que no paga ni lo mínimo, y que por lo tanto no es rentable. Para este tipo de cliente quedan los apartamentos turísticos, pero los hoteles tienen que ir más allá, por un estatus más exclusivo, hay que buscar nichos de mercado con características y necesidades especiales, con un standing

más exigente porque su poder adquisitivo se lo permite, y no mezclar los diferentes nichos de mercado, buscar siempre la exclusividad y la excelencia. En España tenemos toda clase de productos turísticos de los que podemos echar mano para promocionar nuestra marca, cultural, de naturaleza, rural, de deporte. Si todo esto se trata con el respeto que merece, dándole el valor que realmente tiene, protegiendo estos recursos y colaborando en su mantenimiento y recuperación y conservación, además de hacer un trabajo social, de lo que las empresas están obligadas, también serviría para vender nuestro producto, ya que hay mentalidad social de ecología y mantenimiento cultural y natural. Colaborar en esto hay que verlo como un activo más para las empresas. Aumentar las actividades y formas de trabajo ecológicas, y ayudas a ONG, puede ser rentable. También el trato a los empleados se mira hoy día más, la sociedad está cambiando, somos cada día más sensibles a las necesidades humanas, más civilizados diría yo, y tenemos en cuenta la igualdad, la dignidad en el trabajo, que no se considere esclavitud, que no se vulneren los derechos humanos. Sería importante formar a los jefes en el trato a los empleados, en liderazgo, comunicación, organización. Tener empleados fieles a la marca es tener vendedores motivados en potencia, por eso tener jefes que sean capaces de conseguir esto es tan importante. Un empleado

satisfecho es un activo más para nuestra empresa. Hablará bien de nuestra marca no sólo en la misma empresa sino en las redes sociales que hoy día es la principal herramienta de marketing, todos harán publicidad gratuita de la empresa, y de primera mano, lo que los posibles clientes valorarán más ya que pueden dar más credibilidad que a un anuncio en televisión. Tenemos la esperanza de que todo lo que salga de esta pandemia no sea para mal, sino que sirva para replantearse algunos estilos de vida y de trabajo que no funcionaban y convertirlo en lo que se espera en una sociedad moderna y avanzada del siglo XXI. Los cambios no tienen porqué ser malos si sabemos aprovechar las circunstancias que nos han tocado vivir para beneficio de toda la sociedad. Una sociedad próspera también es un activo para las empresas. Los trabajadores que ganan un sueldo equitativo a su trabajo luego lo invierte en otras empresas las que a su vez hacen lo mismo, y la economía se mueve y el dinero vuelve a nosotros indiscutiblemente en mayor cantidad. Una sociedad sana funciona. Hagamos que funcione.



Cómo atender a los clientes cuando piden información para un evento

Cuando un cliente contacta con un establecimiento está abierto a recibir “detalles” que le generen confianza, esto hará que se convenza.

Doménech Biosca Vidal, Presidente Educatur.



Cuide estos detalles y lo conseguirá.

-Que el cliente pueda vivir “El evento”.

-Que nuestro establecimiento esté bien posicionado con toda la información que se conoce del mismo, contacto, mail, teléfonos, opiniones y referencias...

-Que la persona que atienda el teléfono hable el idioma de la persona que consulta y tenga una actitud amable y de servicio al solicitante y le ofrezca información suficiente para provocar que el cliente visite el establecimiento. Tan negativo es querer cerrar la venta de un banquete por teléfono, como no ofrecer la suficiente información.

-Que la localización del establecimiento sea fácil y la seguridad en el parking sea total.

-La persona que recibe en el establecimiento debe saber que vendrán los solicitantes, para que cuando lleguen tengan la sensación de que les están esperando sin hacerles esperar y se sepa a quién hay que avisar.

-La persona que definitivamente les dará las explicaciones debe hacerlo en un lugar recogido, no en medio de bullicio o con personas de paso. Lo contrario quita intimidad y concentración, perjudicando la comunicación entre el vendedor y el comprador.

-El vendedor enseñará el local que deberá estar dispuesto a ser “visto” casi como si se fuese en aquel momento a celebrar un banquete (no enseñar si está sucio, desordenado y sin luces) “Todos necesitamos tocar para comprar.”

-El vendedor visionará “vídeos” de distintos banquetes o de aquél que más se aproxima a lo deseado por el comprador, con una duración máxima de

diez minutos, enseñando los menús con sus distintos precios y combinaciones, adornando el menú que considere se asemeje más a los deseos del comprador con sus cualidades. “El más completo por su precio” o “el más solicitado” o “este plato es nuestra especialidad”.

-El vendedor comentará los complementos contenidos en el precio del banquete (orquesta, payasos, flores, habitación para cambiarse los novios, parque infantil, fotógrafo, entre otros). Es importante crear en el comprador la sensación que además del banquete les podemos solucionar los complementos. (Iglesia, juzgado, coches alquiler, o cualquier otro aspecto) Cuantos menos complementos estén incluidos en el precio mejor.

-Si el vendedor observa interés invitará a cenar o comer en un día “cercaño” a los novios y padres con el menú escogido o un popurrí para acabar de cerrar las posibles dudas. Presentará al maître y chef que dirigirán el banquete. (Estos estarán previamente avisados).



Purificador de Aire 'AirControl' de Miele

Miele Professional presenta el purificador de aire Air Control, que intercambia el aire seis veces eliminando virus y bacterias en espacios cerrados con afluencia de público, filtrando hasta el 99,995% de partículas como polen, polvo, bacterias y virus.

Para evitar riesgos de infección en espacios cerrados, **Miele Professional** ha sacado al mercado AirControl, el purificador de aire que limpia el ambiente a través de la tecnología UlmAIR logrando filtrar el aire hasta seis veces a la hora. El aparato consigue eliminar el 99,995% de las bacterias y virus en recintos cerrados de hasta 200m² como restaurantes, pequeños hoteles, salas de reuniones y tendas especializadas.

El funcionamiento de estos aparatos es sencillo, el ventilador aspira el aire de la habitación, este aire pasa por los filtros (consiguiendo una tasa de filtración del 99,995%) y el aire purificado se devuelve limpio a la habitación. Además, AirControl utiliza un sistema de filtrado de cinco etapas contra el polvo grueso y fino, alérgenos, patógenos, humo, olores y CoVs, dejando un ambiente bien ventilado.

La tecnología utilizada es la UlmAIR (especialistas en filtración) y el sistema ThermoControl que poseen estos aparatos consigue la inactivación térmica de patógenos relevantes (ideal para los malos olores).

El aparato está disponible en tres tamaños, el PAC1045 para salas de hasta 45m² y limpiando 700m³/h; PAC1080 para espacios de hasta 80m² y ventilando 1300m³/h y el PAC1200 para salas de 200m² consiguiendo 3.000m³/h. Estos modelos pueden integrarse en la sala de distintas formas, los materiales son estables y robustos, además están protegidos contra la manipulación a través de un display con contraseña.

Ahora que está científicamente demostrado que el virus SARS-CoV-2 se propaga principalmente a través de los aerosoles, los purificadores cuentan con un sensor de Co2, que es una forma indirecta de medir la concentración de aerosoles en el ambiente.

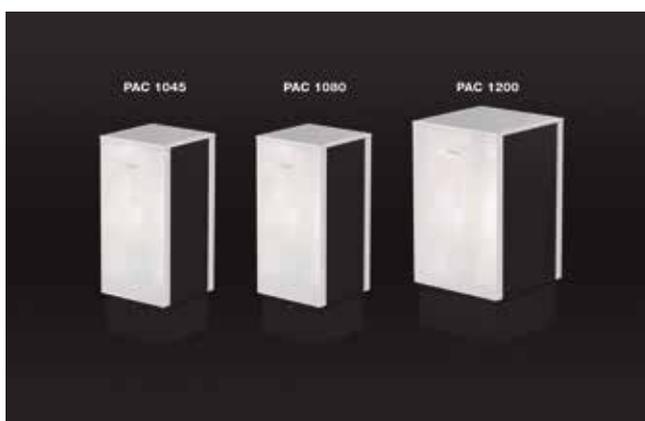
Desde hace décadas, **Miele Professional** trabaja para conseguir la higiene en instalaciones médicas, hoteles y hostelería, y ahora traslada toda su experiencia al campo de la purificación del aire.

Gianluca Falchi, Director Comercial de **Miele Professional**, señala "que la pandemia ha sensibilizado la importancia por el aire que respiramos a diario. Con este lanzamiento, desde Miele hemos querido dar

respuesta a esta nueva exigencia, a través del purificador Miele "AirControl", que purifica el aire no solo contra virus y bacterias, sino también contra los malos olores y el humo, y ayuda en temas de alérgenos. Estamos seguros de que esta tecnología puede ser de gran utilidad para comercios, empresas, residencias, y otros espacios y actividades (también domésticos) donde la seguridad y la calidad del aire es primordial".

Estudio del instituto de higiene médica HYBETA (Münster).

Un estudio realizado por el instituto HYBETA y **Miele Professional** prueba la eficacia de los purificadores **Miele**. Los resultados muestran que el purificador de aire mantiene continuamente la concentración de aerosoles a un nivel bajo tanto con las ventanas abiertas como cerradas. De este modo, estos aparatos pueden contribuir de forma importante a la contención de la pandemia y deben considerarse como un elemento más junto a la higiene, las mascarillas y las normas de distancia y la ventilación.



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

Confi letas

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



Bodegas

Grupo Freixenet, S. A.

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



Osborne

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



Consejo Regulador Denominación de Origen Ribera del Duero

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

Bollería prefermentada

Bellsolá, S. A.

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



Buffets

King's Buffet

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



Cafés

Cafento

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

Carnes

Consejo Regulador Denominación de Origen Especifica Cordero de Extremadura

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



Cash&Carry y Deliver

Grupo Miquel (GM Cash)

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



Climatización

Samsung Electronics

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



Colchones y somieres

Eurocolchón

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



Congelados

Congelados Basilio

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



Distribución Hostelería

Makro

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



Distribución de pescados

Pescados Basilio

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



Equipamiento

Electrolux Professional S.A.U.

Av. De Europa 16, 2 pt.
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 Cabrils, Barcelona



Lavandería

Lavandería Asfam

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



Limpieza profesional

Ecolab

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



IPC Hospitality Solutions

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



Lavavjillas comerciales

Miele S. A. U.

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



Masas congeladas

Europastry, S.A.

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



Personal temporal

Workhotel ETT

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



Platos precocinados

Calvo Distribución Alimentaria, SLU

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



Productos de Higiene

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



Productos de un solo uso

García de Pou

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



Quesos

Kraft Food España

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



Renting Tecnológico

Econocom

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



Soluciones Limpieza Profesional

PROCTER & GAMBLE PROFESSIONAL

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



Tapicerías

Gancedo

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



Textiles

Resuinsa

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



TPV

Casio

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



Uniformes

Velilla Confección Industrial

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



Zumos

Zumos Pago

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



Créccete con Divilo

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

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