



# Hostelería y Restauración

Octubre 2024

Revista técnico profesional de restauración, hostelería e industrias afines.

# RESUINSA

Economía circular 100% hotelera



Portavoz oficial:



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



**COMPRA MÁS**

**PAGA MENOS**

**makro**



# EQUIPHOTEL

Home of Hospitality



**PSMIMHEH24**

code valable à l'ouverture  
de la billetterie

Built by  
**RX** In the business of  
building businesses

Foodservice  
Design  
Wellness  
Tech & services

**3-7 NOV 2024**  
Paris

## “Les Jardins de la Belle” la salsa mexicana por antonomasia

La firma francesa “Les Jardins de la Belle” es una empresa familiar francesa especializada en la producción de salsas y productos mexicanos, como chiles y tomatillos, que hacen las delicias del mercado francés pero que desean potenciar su presencia en otros países como España.

Sus propietarios, la mexicana Lissette Rault García y el francés Manuel Rault, Ingeniero. Agrónomo, desarrollan sus conocimientos en la región francesa de Poitou, concretamente en la granja “Les Jardins de la Belle”. Lisette Rault enamorada de la gastronomía mexicana y de sus productos ha apostado desde su llegada a Francia en 2017, por producir chiles y tomatillos de variedad mexicana. Al principio para su consumo y después de forma progresiva al crecer la demanda comprobaron que se podrían especializar en el cultivo y producción de productos frescos y procesados. Les Jardins de la Belle cultiva desde la semilla hasta el producto terminado con certificación HVE y agricultura orgánica. La familia de Manuel Rault tiene gran tradición agrícola desde hace varias generaciones, aportándole conocimientos tradicionales (know-how) agrícolas. Todos los productos frescos se comercializan en nombre de “Les Jardins de la Belle” a través de una red creada por Lisette Rault y que potencia anualmente en verano desde 2018.

### Salsamour

Durante este periodo, Lisette Rault consciente de las necesidades del mercado, creó su propia empresa Salsamour, especializada en la elaboración de salsas artesanales a partir de productos frescos siguiendo recetas familiares tradicionales. Las recetas son heredadas de sus abuelos, originarios de diferentes regiones de México, el talento en la cocina y el trabajo con los sabores se ha transmitido de generación en generación. Aunque, actualmente se ha enriquecido por numerosas experiencias, sigue elaborando sus propias salsas. Las salsas se elaboran desde 2019 sin aditivos ni conservantes para respetar al máximo el sabor de los productos frescos y añadiendo su toque personal para obtener una mezcla única de sabores. De ahí su éxito y que forme parte del colegio culinario de Francia.



**Les Jardins de la Belle**  
07 68 29 63 61  
tomatillosy chiles@gmail.com  
www.jardiinsdelabelle.com  
www.salsamour-sauces.com



# Sumario



## Reportajes

Hotel Sofitel Barcelona Skipper calidad y elegancia	8
Las conservas fusión perfecta con la hotelería y restauración	10
La Gastronomía filipina, mezcla exótica de cultura	12
Restaurantes en la sostenibilidad	20
Educación en Gastronomía y Nutrición desde la cocina de un hospital	22
Nuevas líneas y diseños de cuartos de baño	34
La sonoridad, síntoma de calidad hotelera	38

## Actualidad

El porqué del incremento de consumo de pescado y marisco congelado	16
Errores críticos del departamento de F&B	18
AEHH	24
La nueva Formación Profesional	26
Equiphotel espacio para intercambiar y compartir	28
AMER	30
Técnicas de upselling y cross selling aplicables a hoteles	32
ASEGO	40
Las Llaves de Oro Españolas	44
Kellys: Habitaciones sucias	46

## Empresas

Formas de ahorrar y aumentar la productividad con abatidores profesionales	14
TTS SYSTE, el especialista en limpieza ideal para el sector hospitalario	27
Resuinsa líder una transformación crucial en la industria hotelera con el reciclaje textil	36
Grupo Toledo especialista en vestir hoteles de cinco estrellas	42
Muestrario empresarial	48
Guía Comercial	49



# Staff

## Hostelería y Restauración H.R.

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

**Director:**  
Fernando Hidalgo Morillo  
**Coordinación:**  
María Saavedra  
**Publicidad y Marketing:**  
Fernando de Morillo  
**Calidad:**  
biomicral@revistahr.es  
**Diseño y Maquetación:**  
Víctor Delgado Menchaca

**Redacción:**  
Susana Rayo  
**Fotografía:**  
Redacción, Trimagen Fotografía Creativa  
**Redacción-Publicidad-Suscripciones:**  
C/ Diego Hurtado de Mendoza, 17 A  
Telf.: 91 510 27 28  
www.revistahr.es  
28050 Madrid

### Organizaciones Colaboradoras:

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

Depósito Legal: AS-.767/96

## Suscripción

Empresa:.....  
Nombre y apellidos:.....  
D.N.I./N.I.F.:.....  
Domicilio:.....Nº.....C. Postal.....  
Población:.....Provincia:.....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 Tfn.:  
(+34) 91 510 27 28  
609986187

..... a ..... de ..... de 2024

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

HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN, H.R. respeta las opiniones de sus colaboradores y corresponsales y no se identifica necesariamente con ellos. Autoriza la reproducción citando la procedencia y previa autorización de la editorial.  
Solicitado control OJD y de Calidad.

Su solución en:

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



Microbiología de Alimentos

915 10 27 28 - www.revistahr.es



# GARCIADepOU



EL SURTIDO MÁS AMPLIO PARA LA HOSTELERÍA



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

Comprometidos con el medioambiente



PAPEL



CARTÓN



HOJA DE PALMA



BAMBÚ



BAGAZO



MADERA

**FEEL GREEN®**

## Hotel Sofitel Barcelona Skipper calidad y elegancia

El Hotel Sofitel Barcelona Skipper representa la máxima expresión de lujo del sur de Europa de la cadena en todos sus conceptos profesionalidad, servicios, elegancia y ubicación.



El Sofitel Barcelona Skipper está ubicado a pocos metros de la playa del Somorrostro en la Vila Olímpica, junto a la Barceloneta, el hotel Sofitel. Este sofisticado establecimiento es un guiño a las culturas barcelonesa y parisina.

Como demuestra la sofisticación, elegancia y toque parisino con las que están decoradas las 225 habitaciones que recuerdan a un apartamento parisino en el corazón del mediterráneo. Obra del estudio de arquitectura Factoria Uda El azul mediterráneo característico de Barcelona y el blanco de los edificios parisinos, el uso de materiales naturales como el roble colocado en los suelos, también utiliza en los baños el

blanco y negro, armonizando perfectamente el glamour parisino con la modernización barcelonesa. Así mismo, los artistas catalanes Ya ya Tur y Mario Ruiz han convertido las estancias y los pasillos en auténticas galerías de arte. En las habitaciones Ruiz ha utilizado elementos reciclados de automóviles para crear piezas escultóricas y Ya Ya Tur ha situado en las paredes de los pasillos obras pintadas exclusivamente para el hotel que se re-enmarcan con las molduras de madera lacadas en blanco.

El hotel muestra una fachada con un exuberante jardín vertical, el más grande de Barcelona, que presagia las delicias que se esconden tras él. El atractivo francés caracte-

rístico de Sofitel comienza con un "Bienvenido" a la llegada y se extiende a lo largo de cada estancia, desde la decoración hasta la fragancia ambiental. Con una lujosa decoración, los muebles con estilo y los exquisitos acabados dan paso a la minuciosidad de los detalles. Los espacios exteriores están delimitados con jardineras hechas en exclusiva para el hotel ofreciendo a los clientes un lugar para relajarse y descansar. El hotel alberga también espacios de trabajo donde llevar a cabo encuentros profesionales, con nueve salas de reuniones, que en total suman 845 m<sup>2</sup> convirtiendo al establecimiento en el nuevo referente en Barcelona para convenciones, eventos y reuniones.

**Sostenibilidad y acción social  
compromiso para Sofitel**

Sofitel Barcelona Skipper tiene un firme compromiso con la sociedad, tanto en sostenibilidad como en su aportación a la comunidad. El edificio se ha remodelado con un cuidado sistema de eficiencia que incorpora detectores de presencia en el hotel y control automático de temperatura y climatización. Se han instalado 82 paneles solares que abastecen de energía el establecimiento. Además, el jardín vertical de la fachada cuenta con un sistema de riego responsable controlado por ordenador para evitar el desperdicio de agua. Las piscinas han incorporado un sistema de electrolisis salina que evita el uso de cloro.

La eliminación del plástico de un único uso, la incorporación de los nuevos dry amenities responsables (sin plástico) y dispensadores de la marca Diptyque son una aportación más a conseguir al máximo el Zero Waste al que hay que sumar el abastecimiento de los minibares de las habitaciones con agua en vidrio y cervezas locales de Estrella Damm de Barcelona, que destina parte de los beneficios a proyectos de cuidado del mar.



**Las tapas, arte gastronómico**

El reconocido chef catalán David Andrés (1987), poseedor de una estrella Michelin, firma la carta del principal restaurante del hotel, Tendiez. David Andrés, poseedor de una dilatada experiencia como jefe de cocina en restaurantes de alto nivel, ha diseñado una carta de tapas gastronómicas con el 100% de productos de proximidad como la Escalivada de Tomates Pasificado.

Una oferta gastronómica de alto nivel basada en los sabores de la ciudad de Barcelona y en el espíritu de compartir que aportan las tapas.

## Las conservas fusión perfecta con la hotelería y restauración

La calidad de los ingredientes y la frescura de los productos es fundamental en la industria de la hostelería y la restauración, el objetivo es ofrecer una experiencia gastronómica excepcional. En este sentido, las conservas juegan un papel destacado, al permitir disfrutar de alimentos de calidad durante todo el año.

*Jesús Menéndez, Consultor*



### Tipos de conservas

El mercado español ofrece una amplia variedad de conservas que abarcan tanto productos del mar como de la tierra. Entre los productos del mar más populares se encuentran las conservas de atún, sardinas, mejillones, berberechos y pulpo. Estas conservas son elaboradas cuidadosamente, seleccionando los mejores ejemplares y someténdolos a procesos de limpieza, cocción y enlatado que aseguran su frescura y sabor. En cuanto a las conservas de la tierra, se destacan las de pimientos, espárragos, alcachofas y tomates, entre otros. Estas conservas resaltan la calidad de los productos locales y son ideales para ensaladas, tapas y platos principales. Las conservas españolas tienen una estrecha relación con otros productos presentes en la gastronomía española. Por ejemplo, las conservas de atún son un ingrediente esencial en

España, reconocida a nivel mundial por su rica tradición culinaria, también es conocida por su amplia variedad de conservas. En esta ocasión, exploraremos el mundo de las conservas en España en relación con la hostelería y la restauración, destacando las principales provincias productoras, las marcas más importantes de alto nivel, los tipos de conservas disponibles, su relación con otros productos y las ventajas y oportunidades que brindan. España cuenta con varias comunidades autónomas que se destacan por su producción de conservas. Entre las más destacadas figuran Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco. Estas regiones costeras aprovechan su ubicación pri-

vilegiada para capturar productos frescos del mar y transformarlos en deliciosas conservas. Galicia, en particular, es reconocida como la comunidad de las conservas de pescado en España, con localidades como Vigo y Ribeira siendo epicentros de la industria. Dentro del mundo de las conservas en España, existen marcas reconocidas por su calidad y prestigio en la industria de la hostelería y la restauración. Algunas de las marcas más importantes se distinguen por utilizar ingredientes de primera calidad y técnicas de producción tradicionales que garantizan el sabor y la textura óptimos de sus productos.



platos tradicionales como la ensaladilla rusa y el salmorejo. Por su parte, las conservas de mejillones y berberechos se utilizan para enriquecer paellas y arroces. Además, las conservas de pimientos y espárragos se combinan a menudo con embutidos y quesos en tablas de tapas. Esta versatilidad permite a los establecimientos de hostelería y restauración ofrecer una amplia variedad de platos y opciones a sus comensales. Ventajas y oportunidades.: el uso de conservas ofrece a la hostelería y restauración, diversas ventajas y oportunidades. En primer lugar, las conservas proporcionan una alternativa conveniente y duradera a los ingredientes frescos, lo que permite a los chefs contar con productos de calidad en cualquier momento del año. Esto es especialmente beneficioso en temporadas en las que ciertos productos frescos no están disponibles o son difíciles de obtener. Además, las conservas garantizan una mayor vida útil de los alimentos, reduciendo el des-

perdicio y optimizando los costos operativos de los establecimientos. Asimismo, las conservas ofrecen una excelente relación calidad-precio, al permitir disfrutar de productos de alta calidad a precios asequibles. Esto brinda a los restaurantes la posibilidad de ofrecer platos de calidad sin comprometer su rentabilidad. Por otro lado, el uso de conservas de alta gama en hostelería también puede ser una oportunidad para promover la gastronomía y los productos locales, fomentando el turismo culinario y destacando la riqueza de la cocina española. En resumen, el mundo de las conservas en España es un tesoro culinario que se fusiona perfectamente con la restauración. Las provincias costeras, como Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco, son líderes en la producción de conservas de alta calidad. Marcas como La Cuna, Conservas de Cambados, o el producto Premium de "José Peña" siendo uno de los más reconocidos por su alta calidad y excelente industria. Los tipos de con-



servas disponibles, tanto del mar como de la tierra, ofrecen una amplia gama de opciones culinarias. Las conservas se relacionan estrechamente con otros productos españoles y brindan ventajas en términos de conveniencia, durabilidad, relación calidad-precio y promoción de la gastronomía local. En última instancia, las conservas españolas son una valiosa herramienta para los restaurantes y hoteles, permitiéndoles brindar a sus comensales experiencias gastronómicas excepcionales durante todo el año.

# GUEXT

Salón Internacional de Proveedores y Servicios para el Sector Hospitality



**18-21  
Oct  
2024**

Recinto Ferial  
ifema.es

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

(F) felac.

**IFEMA  
MADRID**

## La gastronomía filipina, mezcla exótica de culturas

Influencias orientales, europeas y americanas, junto con la gran variedad de mariscos frescos y frutas deliciosas típicas del país, hacen de la comida filipina una fusión exótica y sabrosa.



La gastronomía filipina posee ricas influencias de la cocina indígena, asiática e hispana; una mezcla de ingredientes, técnicas y sabores interesantes convierte el país en uno de los destinos culinarios más apetecibles del mundo. La comida filipina es resultado de la fusión entre el exquisito producto local y los cientos de hierbas y especias características del sudeste asiático y en la sofisticación, el estilo y el gusto occidental.

Como en la mayoría de los países asiáticos, el alimento básico es el arroz. Este suele prepararse al vapor y se sirve en las comidas principales, junto con todo tipo de carnes, pescados o mariscos. Estas combinaciones dan lugar a algunos de los platos más emblemáticos del país; inangag o arroz frito, un plato muy típico en el desayuno, y diferentes caldos y salsas con arroz. Otra de las comidas estrella de Filipinas es la paella, inspirada, como no, en la receta española, pero con

toque particular. El pan, sin embargo, no es el principal alimento básico del país, pero su consumo en la zona está bastante extendido.

De la gastronomía española han adaptado ingredientes como los tomates, el maíz y el ajo, así como diferentes técnicas de elaboración de guisos, adobos y preparación de embutidos; por eso no es extraño encontrar chorizo filipino o recetas semejantes a las españolas, por

ejemplo, el lechón. Al margen de estas similitudes con nuestra cocina, es importante destacar algunos de sus platos más emblemáticos, como el Sinigang (sopa elaborada a base de carne de cerdo de pollo, pescado o marisco); el cochinitillo relleno de papaya y hojas de tamarindo; el pancit, fideos fritos acompañados de cualquier otro ingrediente; o el Suman, bolas de arroz envueltas en hojas de plátano.



### Ruta gastronómica

Uno de los platos más tradicionales de la ciudad de Cebú es el lechón. De hecho, en Zubuchon y CNT Lechón sirven algunos de los mejores de Filipinas. En Café Laguna, Golden Cowrie Native Restaurant y Abuchan también pueden encontrarse los platos más típicos y representativos de la gastronomía nacional. Los paladares más sofisticados disfrutarán con el buffet internacional o el menú vegetariano en Shagri-La Mactan's Tides y Marco Polo Plaza Cebu's Café Marcoo.

En Davo City los más atrevidos pueden probar algunos de los platos más exóticos de la cocina filipina, elaborados a base de carne de cocodrilo y avestruz. Una buena opción para hacerlo es en River Walk Grill. Los mejores mangos, los más dulces y sabrosos se encuentran en Manila, que también ofrece una gran variedad de frutas tropicales:

como plátanos, guayabas, piñas y papayas. En la capital filipina, además, nunca estará demasiado lejos una sucursal del gigante local de comida rápida: Jollibee. En esta ruta gastronómica no debe olvidarse los Ilocos, que aporta a la cocina japonesa algunos de sus sabores más característicos.

Los Ilocanos adoran combinar bagoong (pasta de pescado) con casi cualquier cosa, usando además ingredientes ácidos, como el vinagre y palma nativo. Del mismo modo,

tienen también una inclinación especial por las verduras y el papaitan, sopa típica elaborada a base de entrañas de vaca o de cabra. Algunos de los platos que no deben perderse son; pinakbet, receta de influencias indígenas elaborado a base de carne de longaniza con verduras y caldo de pescado o camarón; Poqui-poqui, son berenjenas asadas y peladas que se preparan en forma de revuelto con tomate, cebolla y huevo; Bagnet, es vientre de cerdo frito, y, como no, la salchicha nativa; la longaniza.



## Formas de ahorrar y aumentar la productividad con abatidores profesionales

¿Desea saber cómo reducir gastos con un abatidor profesional? En restauración se trabaja con márgenes ajustados y a un ritmo vertiginoso. De ahí, la importancia de dinamizar la producción de alimentos mediante los equipos adecuados, que permiten ahorrar tiempo y dinero.



Según nuestros cálculos, un SkyLine Chill 50/50 de **Electrolux Professional** permite ahorrar hasta 4 horas en una jornada laboral de 10 horas, porque cada ciclo de abatimiento ahorra 47 minutos extra. Imagine lo que podría conseguir con todo ese aumento de productividad.

### Ahorro de energía

Al elegir el abatidor o un abatidor/congelador adecuado para su negocio, es fundamental que comprenda su función dentro de todo el proceso. Un frigorífico típico mantiene la temperatura de los alimentos fríos, mientras que en una cámara de congelación se almacenan alimentos para congelar permaneciendo congelados. En cambio, un abatidor (o abatidor/congelador) de **Electrolux Professional** enfría rápidamente los alimentos calientes recién retirados del horno o la placa de cocción, al bajar su temperatura a  $+3\text{ }^{\circ}\text{C}$  o  $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$  en un tiempo increíblemente breve. Invertir en equipos de cocina profesionales como los abatidores y los abatidores/congeladores de **Electrolux Professional** es clave en un plan de eficiencia energética. Los nuevos abatidores y abatidores/congeladores SkyLine de **Electrolux Professional**, que ya habían sido galardonados con el prestigioso premio de diseño *GOOD DESIGN® AWARD*, también han sido reconocidos con el premio a la mejor eficiencia energética del mercado. Pese a la inversión inicial, renovar su empresa con abatidores

Un abatidor profesional y un abatidor/congelador son sólo los equipos que se precisan para trabajar de forma eficaz e inteligente preservando la calidad alimentaria. A continuación, explicamos los motivos para adquirir estos equipos, con los que se tiene garantizada su rentabilización.

### Cómo ahorrar con los abatidores profesionales

El ahorro y la productividad de su negocio pueden mejorar mucho con un abatidor a través de:

### Ahorro de tiempo

Un abatidor está concebido específicamente para enfriar los alimentos calientes de forma rápida y segura. Un abatidor típico es capaz de enfriar productos alimenticios desde una temperatura de  $+70\text{ }^{\circ}\text{C}$  a  $+3\text{ }^{\circ}\text{C}$  o menos en 90 minutos. Análogamente. Los abatidores/congeladores están diseñados para congelar los alimentos rápidamente, bajando su temperatura a  $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$  en muy poco tiempo. Con un abatidor y un abatidor/congelador en la cocina se puede ahorrar una cantidad de tiempo asombrosa.



y abatidores/congeladores le facilitará ahorrar energía durante mucho tiempo y cumplir sus objetivos de sostenibilidad. El aumento de eficiencia le permitirá *ahorrar en sus facturas de energía y reducir la huella de carbono.*

### Gastos en alimentos

Al enfriar rápidamente los alimentos calientes, un abatidor preserva su sabor, textura y valor nutricional. Esto asegurará el cumplimiento de la normativa de seguridad vigente a los restaurantes y a los establecimientos de catering, que también pueden recortar costes y reducir el desperdicio de alimentos comprando sólo los productos que vayan a utilizar. Además, los abatidores proporcionan a los chefs más flexibilidad para cocinar con productos de temporada, porque pueden adquirirse en el momento más adecuado. Consiguientemente, el abatimiento contribuye a reducir hasta un 35% el desperdicio de alimentos, porque los chefs pueden cocinar, abatir o congelar la comida y utilizar exclusivamente la cantidad que precisen cuando la necesiten, garantizando su calidad y preservando sus características esenciales **de acuerdo con los procedimientos de HACCP.**

### Reducción de desperdicios

Al invertir en abatidores y abatidores/congeladores, las empresas pueden reducir sus gastos en alimentos y minimizar el desperdicio de productos mediante la compra a granel, el enfriamiento seguro tras cocinarlos y su conservación para un uso posterior. Los abatidores y los abatidores/congeladores son sumamente eficientes para prolongar el tiempo de conservación de todo tipo de alimentos, al preservar su calidad, cumplir las normas de higiene alimentaria y minimizar el riesgo de proliferación de bacterias. *Ventaja añadida:* reducción de bajas laborales por enfermedad. La adquisición de un *abatidor ergonómico* puede repercutir posi-

tivamente en la productividad y la salud de los empleados. Los estudios demuestran que las intervenciones ergonómicas pueden reducir un 59% los problemas musculoesqueléticos, con una disminución media del 75% de los días de baja por enfermedad y un 25% de aumento de la productividad. El Dr. Francesco Marcolin, ergonomista con certificación europea, ha confirmado estas conclusiones, resaltando la importancia de invertir en equipos que fomenten la salud y el bienestar de los empleados en el lugar de trabajo. Al priorizar el diseño ergonómico, las empresas pueden *mejorar la comodidad de los empleados y reducir el riesgo de lesiones*, lo que se traduce en un aumento generalizado de su eficiencia y su productividad. La gama de productos de **Electrolux Professional** permite incrementar los niveles de producción en la cocina gracias a la rapidez, la eficiencia, el ahorro de energía y el aumento de la productividad.

Si desea incrementar la información puede hacerlo en la página web:

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

Puede contactar con Electrolux Professional a través de: [marketing.es@electroluxprofessional.com](mailto:marketing.es@electroluxprofessional.com)

o del teléfono:

**+34 91 747 54 00**



## El porqué del aumento de consumo de pescado y marisco congelado

La calidad de los productos, la menor sensibilidad a los precios de temporada y la comodidad para que los pescados se cocinen en cualquier momento han propiciado el incremento de su consumo un 24% en los últimos cinco años. Sin olvidar que son opciones sostenibles, al reducir el desperdicio alimentario y la huella de carbono.

*Álvaro Aguilar – Secretario General de ASEFAPRE.*



En los últimos cinco años, el consumo de pescado y marisco congelado ha crecido un 24,6%, alcanzando las 19.600 toneladas, según la Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE). La calidad de los productos y su facilidad de almacenamiento que permiten ser cocinados durante todo el año, han propiciado este incremento, especialmente en los meses previos a la Navidad.

“Su sistema de procesado, que garantiza las propiedades nutricionales y la frescura del producto, y su menor sensibilidad a los precios de temporada son clave para que estos productos ocupen un lugar destacado en las comidas y cenas especiales”. El pescado y marisco congelado son también una opción sostenible, al reducirse el desperdicio alimentario -el proceso de congela-

ción tiene lugar poco después de la captura, alargando su vida útil - y la huella de carbono puesto que, al estar congelados, pueden transportarse en lotes mayores y a largas distancias sin que el producto se deteriore. Junto a los tradicionales langostinos y gambas, tenemos al alcance otros mariscos que triun-

fan en el menú navideño como los calamares o los mejillones listos para ser preparados al vapor o con diversas salsas. En lo que a pescado se refiere, existen algunos típicos de la Navidad como el bacalao, que puede encontrarse en lomos, migas o desmigado; la merluza, en formato de lomos, ventresca; el rodaballo o el salmón. Además, para quienes no desean pasarse horas en la cocina, existen numerosas opciones ya preparadas que puede prepararse en apenas unos minutos y sin esfuerzo. La tradicional sopa de marisco, la merluza en salsa verde, el salmón en salsa de eneldo o el bacalao con tomate son algunas de las múltiples opciones que el sector de platos preparados ofrece a los consumidores, siempre respetando el mar. “Las compañías asociadas a ASEFAPRE están comprometidas con prácticas pesqueras responsables y sostenibles, obteniendo reconocidos certificados que avalan la procedencia responsable de sus productos, como el Marine Stewardship Council (MSC)”, concluye Alvaro Aguilar.





CONGELADOS

**BASILIO**



PESCADOS  
**BASILIO**

## Tu pescado más fresco directamente del Mar Cantábrico

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

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

## Pide pescado fresco calidad de Asturias

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

☎ 985 260 166    📱 WHATSAPP: 661 22 75 85

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



CONGELADO

FRESCO



EL PRODUCTO MÁS FRESCO  
Pescados y mariscos  
directamente de la mar



CUSTODIA DE FRÍO  
Paquetería refrigerada



EMPRESA CENTENARIA  
Con la mejor calidad



CONSULTA NUESTRA LISTA DE CONGELADOS Y FRESCOS

www.pescados-basilio.es

## Errores críticos del departamento de F&B

En la industria hotelera, el departamento de Alimentos y Bebidas (F&B) juega un papel esencial en la satisfacción de los huéspedes y en el éxito del hotel. Sin embargo, existen errores específicos que pueden comprometer la reputación y la rentabilidad de un hotel. *David Basilio, director de operaciones de la Consultora de Hostelería Linkers.*



Toda gestión del departamento de F&B debe evitar cinco errores para mantener el correcto funcionamiento de un establecimiento hotelero. Estos son:

*No gestionar adecuadamente las alergias alimentarias de los huéspedes:* un error común y peligroso es no tener un sistema riguroso para identificar y comunicar las alergias alimentarias. Un incidente en el que un huésped sufre una reacción alérgica debido a la falta de comunicación o supervisión puede derivar en una crisis grave de reputación. Es fundamental tener información y procedimientos claros para identificar y manejar las alergias e intolerancias desde el momento de la reserva de la mesa hasta la entrega del plato.

*"La seguridad de los huéspedes es la máxima prioridad de un hotel. Se debe implantar un sistema de etiquetas y capacitación especializada para asegurarse que cada miembro del equipo esté al tanto de las alergias alimentarias".*

*Sobreestimar la demanda y subestimar los desperdicios en eventos:* en la planificación de los eventos, uno de los errores más costosos en nuestra cuenta de resultados es sobreestimar la cantidad de comida necesaria para una óptima ejecución, lo que puede llevar a un desperdicio considerable de alimentos y pérdida de rentabilidad.

Esto no sólo afecta los costes operativos, sino que también tiene un impacto negativo en la sostenibilidad. Para ello se deben utili-

zar herramientas de planificación más precisas, por ejemplo, las digitales, y revisar datos históricos que pueden ayudar a calibrar mejor las necesidades reales. *"En un sector con cada vez más herramientas digitales y softwares de gestión de cocina y eventos, no deberíamos perder rentabilidad en nuestras operaciones por no tener una buena planificación desde los escandallos de cada plato hasta la reconfirmación de los asistentes al evento".*

*No mantener la maquinaria de cocina y equipo de servicio de Sala en condiciones óptimas:* el mal funcionamiento de la maquinaria o equipo puede causar retrasos significativos y comprometer la calidad del servicio de nuestras unidades de restauración. Un caso típico es el fallo del refrigerador en medio de una temporada alta, lo que puede resultar en la pérdida de grandes cantidades de productos perecederos. Un programa de mantenimiento preventivo regular es crucial para evitar interrupciones en el servicio. *"Hemos aprendido por experiencia que el mantenimiento preventivo*





*de nuestro equipo es una inversión que se traduce en un servicio sin interrupciones, que siempre se da en el peor momento posible, y en una mayor satisfacción de los clientes”.*

*No gestionar adecuadamente los tiempos de espera: un error frecuente en los restaurantes de hotel es no manejar bien los tiempos de espera de los clientes, lo que puede llevar a que los huéspedes se sientan frustrados y descontentos y busquen opciones fuera del establecimiento hotelero. Esto puede ser especialmente problemático durante el desayuno, cuando los huéspedes tienen horarios ajustados.*

*Implementar sistemas eficientes de gestión de tiempos y comunicación clara con los huéspedes puede mejorar significativamente su experiencia. “Si se gestionan bien los tiempos de espera de los huéspedes alojados, cuando acuden a nuestros restaurantes dentro del hotel, tendremos ganada a buena parte de la venta proyectada, y así no dependeremos de los clientes*

*de la calle con los que competimos con otros establecimientos”.*

*Falta de consistencia en la calidad del servicio y la comida: la inconsistencia en la calidad de la comida y el servicio puede disuadir a los huéspedes de repetir su visita al restaurante durante su estancia. Un error común es no tener estándares claros y uniformes que guíen a todo el personal de cocina y sala. Es crucial establecer procedimientos operativos específicos para cada área de trabajo y realizar evaluaciones regulares para*

*garantizar que se mantengan los niveles de calidad. “Tener consistencia en la calidad del servicio y la comida se consigue con procesos y procedimientos de trabajo claros, involucrando a todo el equipo, y marcando personal de supervisión constante”. En definitiva, evitar estos errores específicos es crucial para el éxito del departamento de F&B en cualquier hotel, sobre estos en estos momentos donde la competencia tanto en restauración como hotelera es importante, con la constante apertura de nuevos establecimientos y modelos de negocio.*



## Restaurantes en la era sostenible

Que el mundo ha cambiado no hace falta explicarlo, y la Restauración también. Ésta ha experimentado una transformación, acelerada en parte por la pandemia e incluso puede ser que viniese de un tiempo atrás, impulsada por la demanda de los consumidores a ser más sostenibles y por las preocupaciones medio ambientales que vemos diariamente.

**Alfonso Villarejo – Director de Restauración**

La sostenibilidad, esa moda que estuvo hace unos años en la que se nos llenaba la boca, pero que muchas veces no hacíamos nada, como podía ser el hecho de tener productos que no eran de temporada, ya no es sólo tendencia, es un imperativo para la nueva época en la que estamos y en donde los restaurantes deben buscar la competitividad dentro de un marco ecológico. Hay mucha gente que busca, no sólo comer bien y un servicio adecuado, sino que las prácticas éticas y ecológicas que adoptan los establecimientos, vayan de acuerdo con sus ideales éticos y ecológicos. En este artículo deseo centrarme en cuatro puntos, en los que debemos hacer frente para llevar nuestros restaurantes hacia un futuro más sostenible: el uso de ingredientes de proximidad, la reducción del desperdicio alimentarios, los envases sostenibles y las medidas de ahorro en recursos.

### Ingredientes de proximidad

Fui a comer el otro día a un restaurante y en la carta había un plato que me sorprendió bastante el nombre "Ensalada de tomate, con sabor a tomate". ¿Cuándo recuer-

da que tomó un tomate que sepa de verdad? La gran mayoría de las verduras y frutas maduran en cámara, por lo que nunca podrán saber a lo que realmente saben. Los huertos de proximidad cada vez están más "de moda". Restaurantes, que tienen sus propios huertos o que se los trae el agricultor casi recién cogido. El movimiento "de la granja a la mesa" ha ganado popularidad, no sólo por ofrecer alimentos más frescos cada vez más escasos, sino también por la poca presencia de alimentos locales, la falta de sabor de dichos alimentos como comentaba el hecho de los tomates, la desaparición de variedades de frutas y vegetales autóctonos y de polinización abierta y el peligro de un sistema concentrado de producción y comercialización de alimentos. Todo esto ayudaría a reducir la huella de carbono al disminuir la necesidad del transporte a largas distancias. Este enfoque, empoderaría a las economías locales. Un problema que me encuentro y pueden hacer la prueba al ir al supermercado es el origen de los alimentos. Cojan cualquiera que crea que sepa de donde proviene y miren la etiqueta. Seguro que le sorprenderá la procedencia.

Además que la procedencia en muchos casos, no es transparente porque se ponen eufemismos y no se ve bien de donde son, por ejemplo con las patatas. En Estados Unidos el restaurante Sweetgreen, ha hecho de la transparencia un pilar fundamental de su estrategia, mostrando a sus clientes el origen de sus ingredientes y su compromiso con el bienestar de los animales y las prácticas agrícolas responsables. En España tenemos también algún ejemplo como "El Huerto de Lucas" en Madrid o "La Sardineta" en Tarragona, que se centran en ofrecer alimentos ecológicos, frescos y de origen local. Adaptando una filosofía de respeto por el medio ambiente y la salud, promoviendo un consumo consciente y sostenible o "Casa Albets" en Lleida, un restaurante y hotel rural que ofrece una experiencia vegana basada en ingredientes de producción local y estacional. Además, hay que buscar un enfoque integral, usando energía solar, productos de limpieza ecológicos y prácticas agrícolas regenerativas. Todas estas prácticas, fortalecen la confianza del cliente, no sólo las estrellas de Google.

### Reducción del desperdicio alimentario

El desperdicio alimentario es uno de los mayores problemas a nivel global. Un estudio sobre el agotamiento de la tierra, es el informe Global Footprint Network. Según este informe, la humanidad consume más recursos de los que el planeta genera en un año y este punto crítico, generalmente se al-



canza en los primeros siete meses del año. Este dato refuerza la urgencia de adoptar prácticas sostenibles y la restauración juega un papel transcendental. Se estima que un tercio de los alimentos producidos en el mundo se desperdicia, y para combatir esto, se deben adoptar estrategias basadas, primero en la compra, usando por ejemplo el Lean Management que optimiza el inventario, buscar la mejora de procesos y mejorar las relaciones con los proveedores reduciendo la necesidad de grandes almacenamientos y minimizando el riesgo de que haya ingredientes que se echen a perder. También, hay otra opción, que es donar los excedentes o sobrantes a bancos de alimentos para que además, haya una ventaja social con la ayuda a gente necesitada. La idea de generar menús y cartas que generen el mínimo desperdicio va en coherencia con unas técnicas de compras responsables y éticas.

### Envases sostenibles

También nos encontramos que hay comida que sobra y los clientes lógicamente desean llevárselos. Incluso, los establecimientos de comida para llevar, o take away, han crecido exponencialmente ayudándose de plataformas como uber eat, juste at o semejantes.

La cantidad de desechos plásticos y no reciclables ha alcanzado niveles alarmantes. Según un informe del 2021, los envases generados por restaurantes, llegaban a 1 billón de piezas de envases anuales. Cada vez más y en muchas ferias podemos ver envases compostables, biodegradables o reutilizables para restaurantes, que están adaptando estos envases en respuesta a esta emergencia que estamos teniendo. En 2018, McDonald's anunció su objetivo de que el 100% de sus envases provengan de fuentes recicladas o certificadas para 2025. A fecha de 2023, la compa-

ña tenía un 50% de envases provenientes de fuentes renovables, recicladas o certificadas. Aunque los progresos son evidentes, aún queda un largo camino por recorrer, puesto que es una tarea larga y difícil en la que intervienen multitud de factores. Eso sin tener en cuenta la pandemia que hubo de por medio que dificultó esta tarea aún más. Este enfoque no sólo reduce la cantidad de desechos, sino que también refuerza la imagen de la marca como líder en sostenibilidad.

### Ahorro de agua y energía

El uso eficiente en los recursos como el agua y la energía es otro pilar estratégico en la sostenibilidad de los restaurantes y más teniendo en cuenta el problema de sequía que padecemos. En una conferencia con el meteorólogo Tomás Molina este verano, nos explicaba cómo está afectando la sequía y que, aunque las sequías son cíclicas y que volverá a llover, nos planteaba la pregunta de si ahora se están pensando en medidas para que, cuando vuelva a pasar, hayamos solucionado algo. Viendo y reflexionando como ha afectado la pandemia como decimos al principio y viendo que poco hemos aprendido, la respuesta es fácil.

Necesitamos con urgencia reducir la huella hídrica, las operaciones diarias de un restaurante generan un gasto en agua enorme. La sequía ha forzado a que la gestión del agua se priorice y se busquen maquinarias eficientes, grifos de bajo flujo y la búsqueda de procesos menos contaminantes con el agua como la limpieza de verduras. La elaboración de menús en el que el uso de agua sea menor como arroces o pastas en favor de alimentos que sean más eficientes con este recurso como ensaldas o platos que requieren de menor cocción. Y cada vez más, sobre todo en



medios rurales, la implantación de sistemas de recuperación de agua de los pluviales para aprovecharlos para los huertos o jardines. Todo es una rueda y la sequía también ha producido una reducción de la generación de energía hidroeléctrica, lo que hace que aumente el gasto en electricidad. El sistema de bajo consumo o iluminación led para reducir el gasto y el consumo, contribuyen a la conservación del medio ambiente. La adaptación de horarios de operación para evitar horas pico de consumo energético, es una medida, que, en muchos casos es difícil aplicar en determinados tramos, pero ayuda para evitar las horas pico de consumo energético donde las tarifas son más altas. La incorporación de paneles solares para reducir la dependencia eléctrica también es una medida adoptada por muchos establecimientos. En conclusión, la sostenibilidad no es una opción, sino una necesidad. La combinación de todos estos factores debe ser nuestro motor para detener, frenar o paliar estos desafíos medioambientales en los que nos encontramos. Y que, desde nuestro punto de vista de restauradores, nos debe permitir, ya no sólo ayudar al planeta, sino, incluso desde un punto de vista egoísta, puesto que en el fondo, somos empresas, a ayudar a nuestra imagen de marca, generar publicidad y tráfico positivo, así como atraer a más clientes, reducir los costes operativos y aumentar la facturación y el ticket medio.

## Educar en Gastronomía y Nutrición desde la cocina de un hospital

Desde que iniciamos el proyecto Gastronomía y Nutrición en Clínica Universidad de Navarra en Madrid en 2017, nos propusimos el reto de hacer llegar a los pacientes y a sus familias, herramientas para que pudiesen continuar en su hogar lo aprendido sobre alimentación saludable desde la bandeja del hospital.

*Xandra Luque – Teresa Pérez – María Eugenia Dulcich – Concepción Manrique*



den beneficiarse de él más allá de la habitación del hospital. La dieta es fundamental en cualquier paciente, formando parte de su tratamiento, pero, sobre todo los síntomas y déficits se agravan en dietas oncológicas pediátricas: falta de apetito, náuseas, anorexia, pérdida de sabor real de los alimentos, etc.; de ahí surge la idea de crear talleres de cocina para ellos, para hacerles disfrutar y para darles a conocer nuevos ingredientes, cómo combinarlos y utilizarlos y descubrir nuevos sabores. Además, la gastronomía y la cocina son un modo de transmitir sensaciones, de crear ilusión y de compartir momentos

Con el impulso de Xandra Luque jefa de cocina, -junto con las nutricionistas Teresa Pérez, M<sup>a</sup> Eugenia Dulcich y la directora del Área Concepción Manrique, se empezaron a promover acciones divulgativas, fundamentalmente talleres de alimentación saludable.

El objetivo de estas acciones es promover mediante la participación activa hábitos de vida saludable en pacientes y en sus familias. En el caso de los niños con procesos oncológicos, además de ayudarles en el tratamiento de su enfermedad, implicarles en actividades lúdicas relacionadas con su alimentación y, por tanto, con su salud. Lo que vamos consiguiendo a corto plazo es facilitar el tratamiento y la estancia en el hospital de los niños sometidos a tratamientos oncológicos, pero también influir en la concienciación de los profesionales y del público en general que gastronomía y nutrición pueden ir de la mano para

conseguir una alimentación saludable, apetecible y sostenible. Dentro de nuestro proyecto: Gastronomía y Nutrición investigamos la relación entre ambos y comprobamos con los pacientes que realmente tiene efectos positivos sobre su tratamiento. Tienen más energía y vitalidad. Se refuerza su sistema inmune. Nuestro objetivo es comunicar este proyecto de modo que pue-

El objetivo último es que los niños entiendan que se puede comer rico y al mismo tiempo sano. Además, estas actividades mejoran las relaciones entre padres e hijos, padres con padres y niños con otros niños. Creamos espacios de encuentro para que los padres que están en situaciones similares puedan compartir emociones y sentimientos, al igual



que los niños, y se prestan apoyo. Además, apostamos por productos de cercanía y proximidad. Para ello el huerto de la Clínica se renueva con productos madrileños de Madrid Rural. Utilizamos plantones que Madrid Rural recupera de nuestra Comunidad Autónoma. Y eso lo aprovechamos, para los talleres con los niños.

La chef Xandra Luque diseña los menús atendiendo a las particularidades dietéticas de la población diana en coordinación con las nutricionistas. En el caso de los niños con procesos oncológicos, teniendo en cuenta, además, sus edades, momento del tratamiento y sintomatología. Siempre con un carácter lúdico, divertido, de manera que aprenden jugando. Los padres se llevan consejos gastronómico-dietéticos para trasladar lo aprendido a casa. Durante los talleres los padres resuelven dudas con las nutricionistas y la chef. También aprenden, a través del huerto que hay en las instalaciones, a cultivar, sembrar y recoger las verduras y prepararlas, descubriendo así una cocina circular, sostenible.



## Viaje de estudios socios A.E.H.H.

Durante la segunda quincena del mes de junio, 37 socios junto a colaboradores de la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria han realizado un viaje de estudios para visitar diferentes instalaciones en Canadá vinculadas a la Hostelería Hospitalaria. La primera visita organizada por La fábrica de Software, ha sido la realizada a la plataforma logística de la región de Quebec. Esta instalación que centraliza tres servicios (Alimentación, Almacén y Farmacia) distribuye sus productos a los cinco principales hospitales públicos del área de Quebec. Ésta ha sido la primera experiencia de este tipo en Canadá, curiosamente este centro se inauguró en 2018. El 18 de junio, también de la mano de La fábrica de Software, el grupo de visitantes profesionales ha visitado la lavandería del Montreal Sacred Heart Hospital de Montreal. Una vieja edificación de los años 30, cuyo reto ha sido conseguir su rentabilización, basándose en la autogestión, dentro de un hospital público, en un marco de externalizaciones, de manera que también la lavandería pase a ser rentable para el hospital. Como premisas han tenido la automatización y la incorporación de la mano de obra necesaria. El 19 de junio, los asistentes se desplazaron a Lavandería Buan-



derie Blanchelle, en Montreal, que procesa alrededor de 50.000 kg diarios de ropa sucia para dar servicio a varios hospitales y multitud de residencias de personas mayores. Junto con otra planta, situada al sur de la región de Montreal, da servicio a todo este área sanitaria, contando con más de 340 trabajadores. Se trata de una empresa privada equipada por la multinacional Jensen. La visita fha estado organizada por la empresa Boaya. Ya en Toronto, conjuntamente la empresa Burlodge Norteamérica y la española Artículos Menaje Colectividades (AMC), nos mostraron las cocinas de tres hospitales de la red pública canadiense, concretamente los de Toronto General Hospital, (tercer hospital del mundo según la lista Forbes), Mount Sinai Hospital y Trillium Hospital Group – Mississauga Site Curiosamente los tres hospitales

apenas tienen elaboración in situ, limitándose a utilizar platos previamente adquiridos en estado congelado y que, tras su descongelación, son emplatados individualmente para cada paciente. Los costes por pensión de materias primas no son tampoco elevados, aunque son diferentes en cada hospital, ya que las competencias sanitarias están transferidas a las 10 provincias y 3 territorios canadienses. Finalmente, también tuvimos la oportunidad de visitar las oficinas centrales de la compañía Burlodge Norteamérica, en la que nos mostraron su gama de productos específicamente diseñados para hospitales y residencias. Además de las novedades previstas para lanzar en breve al mercado. Deseamos agradecer a las empresas que han organizado el viaje y las visitas al tratarse de un número grupo. Asimismo agradecemos a los responsables de los distintos centros las explicaciones que nos han dado con todo lujo de detalle de sus instalaciones y equipos, Continuando en su línea de potenciar la formación y el intercambio con otros colegas extranjeros, la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria, A.E.H.H seguirá organizando este tipo de viajes a aquellos destinos que aporten interés y nos permitan conocer de cerca todas las innovaciones y novedades reseñables en nuestro sector.



## El Congreso celebra su XXV aniversario

La Asociación Española de Hostelería Hospitalaria celebrará del 2 al 4 de octubre en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Cáceres, su XXV Congreso nacional. Entre otros temas abordará la Seguridad e inocuidad alimentarias, la idoneidad de menús, la importancia de la temperatura en la higienización de la ropa y la innovación culinaria para pacientes con disfagia.

*Miguel Ángel Herrera - Presidente de la AEHH.*

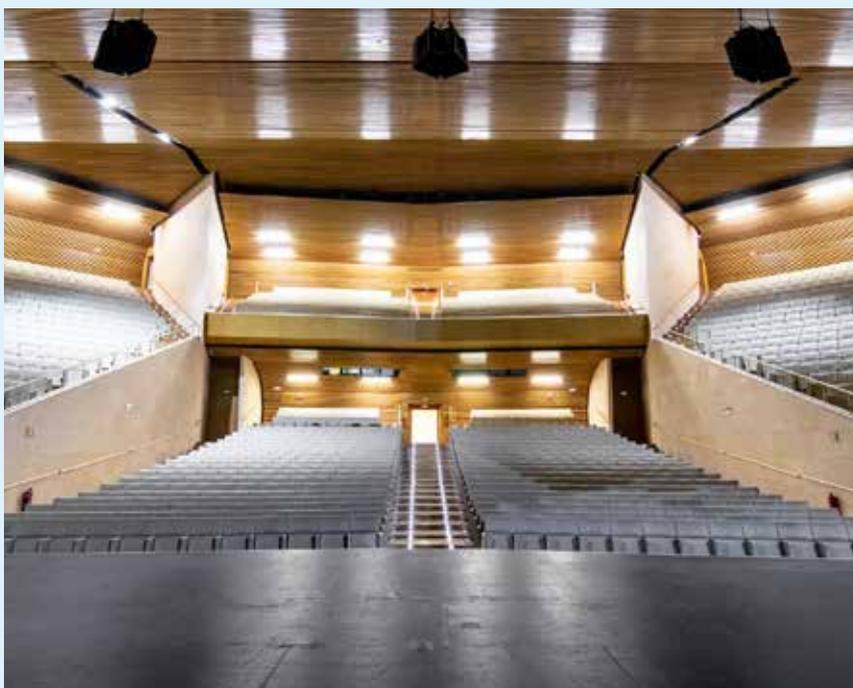


Es ya una larga trayectoria, en la que el Congreso se ha convertido en la esperada reunión anual de los profesionales del sector hospitalario. Hemos podido disfrutar durante todos estos años de magníficos ponentes, sesiones interesantes y momentos agradables. Muchos profesionales han participado a lo largo de estos años, destacando siempre la confraternización y el buen ambiente que nos ha caracterizado como colectivo, desde el primer congreso organizado por la A.E.H.H. en Toledo, en 1999. En esta vigésimo quinta edición las sesiones de trabajo repasarán desde varias perspectivas, cuestiones diversas que afectan a la organización y operativa de los Servicios Generales en los centros hospitalarios; desde temas relacionados con la Seguridad e inocuidad alimentarias, la idoneidad de menús, la importancia de la temperatura en la higienización de la ropa o la innovación culinaria para pacientes con disfagia, a otros más cuali-

tativos como el estrés en el ámbito de la hostelería hospitalaria o las iniciativas de acción social. Los temas relacionados con la sostenibilidad tendrán también su espacio en estas jornadas. El despilfarro alimentario o la reutilización de textiles, como dos de los grandes retos del sector, tendrán también su espacio en las sesiones. Mención especial debe hacerse a las sesiones que versarán sobre la Humanización en nuestros centros, aspecto cada día más importante y valorado por los pacientes y usuarios que acuden a ellos. Un año más seguimos contando con un amplio apoyo de las empresas proveedoras, que patrocinan la exposición co-

mercial y otros eventos. Son, sin duda, una parte esencial de la Asociación ya que, sin ellas y sus aportaciones, no hubiésemos llegado hasta aquí. Deseamos aprovechar esta oportunidad que nos brinda la revista **Hostelería y Restauración** para convocar a los nuevos profesionales que se incorporan a nuestro sector para que nos conozcan y asistan a Cáceres y puedan asociarse. Son el futuro de la Asociación. Será un placer recibir a gente nueva y entusiasta.

Puede consultar el programa completo de actividades en la web de la A.E.H.H.  
[www.hosteleriahospitalaria.org](http://www.hosteleriahospitalaria.org)  
 Les esperamos en Cáceres.



## La nueva formación profesional

A partir de este curso escolar 2024/2025 los centros educativos tienen que adaptar los cambios que se establecen en la nueva ley de formación profesional aprobada en 2022, integrándose en un sólo sistema que pasará a ser todo dual. **Miguel Ángel Pérez – Director IES Hotel Escuela de la Comunidad de Madrid.**



Esto significa que los alumnos alternarán su formación entre el centro educativo y la empresa desde el primer año. En concreto esta formación tendrá un porcentaje de formación en la empresa dependiendo de si la modalidad es general o intensiva, que queda estructurado de la siguiente forma.

**Modalidad general:** la empresa asume el 20% de la formación de los ciclos formativos básicos, pasando este porcentaje a ser de entre el 25 y el 35% para los ciclos formativos de grado medio y superior. No existe relación laboral, únicamente se firma un convenio formativo y no hay obligatoriedad de remuneración.

**Modalidad intensiva:** la empresa asume entre el 35 y el 50% de la formación. A partir del año 2028 se realizará un contrato laboral y si habrá obligatoriedad de remuneración, pero actualmente hay una moratoria.

En ambos casos los alumnos deben pasar un periodo obligatorio por la empresa en ambos cursos escolares.

Con la nueva ley, desaparece el módulo de formación en centros de trabajo y aparecen los módulos de digitación de los sectores productivos y sostenibilidad. Además,

los módulos de formación y orientación laboral y empresa e iniciativa emprendedora se cambian por los de itinerario profesional para la empleabilidad I y II. Todos los ciclos contarán con el módulo de inglés profesional. Se han creado módulos optativos y se incorpora el módulo de proyecto para todos los niveles de los ciclos formativos. Uno de los cambios más relevantes de esta ley es la implantación de cinco grados (A, B, C, D y E).

**Grado A:** acreditación parcial de competencia. Se trata de microformaciones.

**Grado B:** certificado de competencia, equivalente a un Certificado de competencia, o módulo formativo.

**Grado C:** Certificado profesional. El Grado C constituye la oferta parcial y acumulable del sistema de formación profesional de varios módulos profesionales por razón de su significación en el mercado laboral y conduce a la obtención de un Certificado Profesional.

**Grado D:** ciclo formativo, se corresponde con los ciclos formativos que podrán ser de grado básico, medio o superior

**Grado E:** Curso de especialización.

También se tendrá en cuenta la experiencia laboral de los trabajadores para acreditar las compe-

tencias bajo un sistema abierto que serán parciales y acumulables mediante el reconocimiento de los distintos grados. Con esto se pretende mejorar las competencias profesionales de los trabajadores y la competitividad de las empresas

Unas de las particularidades de este cambio normativo es la de adecuar los niveles de cualificación de la población activa a las necesidades de los sectores productivos. En relación con la familia profesional de hostelería y turismo, al igual que en otras muchas, habrá que afrontar el reto de que los alumnos de primer curso pasen un pequeño periodo de tiempo en la empresa. Esta situación se espera que sea motivador para el alumnado y que los empresarios vean como una oportunidad el acoger alumnos de primer curso y por un reducido espacio de tiempo. Además, la empresa deberá tener un responsable que se encargue de la formación de los estudiantes, situación que no es fácil, especialmente para aquellas de reducido tamaño.



## TTS SYSTEM, el especialista en limpieza ideal para el sector hospitalario

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

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

*a medida*, mejoras del estándar de calidad e higiene, *control de la contaminación cruzada*, *optimización de los recursos* con el consiguiente ahorro de tiempo y costes, formación del personal e imagen cuidada y profesional incluidos carros totalmente personalizables. **TTS** también destaca por su compromiso con la *protección del medio ambiente*, que ha permitido alcanzar importantes metas como las certificaciones PSV - *Plástico Segunda Vida* y EU Ecolabel para un gran número de artículos. Además, **TTS** ha iniciado en 2019 un programa de compensación a largo plazo que permite absorber totalmente las emisiones relacionadas con la producción anual de los carros *Magic*, haciendo que sean la primera línea de carros neutros en carbono.

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



## EquipHotel espacio para intercambiar y compartir

Beatrice Gravier, Directora de EquipHotel, una de las ferias más importantes de Hostelería a nivel mundial, nos desvela los objetivos del certamen que son reunir la innovación, el networking y los intercambios comerciales a escala internacional de la Hospitality.



### ¿Puede comentarnos los principales objetivos de esta edición de EQUIPHOTEL?

El principal objetivo de esta edición de EquipHotel es reforzar nuestra posición como cita indispensable para los profesionales de hostelería y restauración a nivel europeo. Deseamos ofrecer una plataforma dinámica que reúna la innovación, el networking y los intercambios comerciales a escala internacional. En este momento de transformación para el sector, resulta esencial responder a las nuevas expectativas de los profesionales, ya sea en sostenibilidad, digitalización o experiencias de los clientes. Nuestra intención es ayudar a los profesionales de la industria a anticipar las tendencias, encontrar soluciones concretas para los retos a los que se enfrentan en el día a día, y proyectarse en el futuro con confianza.

### ¿Puede precisarnos las características de la feria, los segmentos (sectores de actividad) representados, los espacios y el número de expositores?

EquipHotel se diferencia por su diversidad y su amplitud sectorial. Abarcamos toda la cadena de va-

lor de la hostelería y de la restauración, con representación de sectores como el diseño, la tecnología y los servicios asociados, el foodservice y, por supuesto, el bienestar que desempeña cada vez un mayor protagonismo en la industria. La feria está organizada por espacios temáticos, con zonas dedicadas a las innovaciones, conferencias y encuentros profesionales. Este año recibimos a más de 1.200 expositores, incluido un 40 % del ámbito internacional, con una presencia reforzada de profesionales clave en cada sector, pabellones nacionales y regionales, así como numerosas start-ups que aportan ideas innovadoras.

### ¿Cuáles son los principales centros de interés y las novedades de esta edición?

Para esta edición, que se celebrará bajo el concepto de «Atrevimiento», destacamos la audacia colectiva y la responsabilidad social. Retos indispensables para el futuro de la hospitality. Hemos creado espacios específicos en los que los visitantes pueden descubrir soluciones, productos innovadores y nuevos conceptos. Una importante novedad para este año es nuestra colaboración con dos prestigiosas escuelas internacionales, la ENSCI y el IED Milán, para aportar una visión prospectiva de la feria. Los estudiantes de estos centros han sido invitados para reflexionar sobre nuevas formas de vivir y de concebir la hostelería y la restauración, aportando una mirada innovadora sobre el sector. Además, el 5 de noviembre organizamos la primera jornada internacional de EquipHotel. Esta jornada estará marcada por mesas redon-

das que enfocan el diseño y la restauración. En el marco de este programa dedicado a las tendencias y retos actuales, diseñadores de fama internacional debatirán con líderes de la restauración, del bienestar y de la tecnología, para definir juntos el futuro de la Hospitality.

## “Audacia colectiva y responsabilidad social, objetivos del salón”.

**En cuanto a la participación de expositores españoles, ¿puede comentarnos el cambio de las empresas con respecto a las ediciones anteriores? (refiriéndose al número y a los sectores de actividad). También nos gustaría que nos indicara si ¿existe un interés particular para el visitante español?**

España forma parte de los cinco principales países representados. Año tras año, trabajamos en la participación española, con las asociaciones del sector como Fedai Lighting from Spain, Afehc – Horeca from Spain, Ascer- Tile of Spain (Cerámica), Basque Living (Mobiliario – Diseño de interior), Habic (clúster de equipamiento, diseño y madera del País Vasco y de Navarra). Esto nos permite tener una buena representación de la oferta de proveedores españoles, en materia de equipamiento de cocina, diseño para el bienestar y arte de la mesa... En cuanto al interés para un arquitecto o un hostelero de acudir a EquipHotel, le recuerdo que Francia es uno de los mayores países turísticos de Europa, la oferta hostelera está desarrollada y es innovadora. En una lógica de

buenas prácticas y descubrir soluciones para el mercado de la hospitality, la feria EquipHotel es una referencia del sector y, por ende, imprescindible para cualquier profesional de la hostelería europea. EquipHotel presenta una oferta para ampliar la experiencia como feria, al visitar una selección de hoteles que han abierto recientemente en París, porque la capital francesa es uno de los principales destinos turísticos y de hospitalidad internacionales. También representa una oportunidad para los profesionales españoles de descubrir las últimas innovaciones hosteleras, desarrolladas por los mayores inversores hosteleros del momento.

**“Equiphotel será un lugar para intercambiar y compartir experiencias”.**

### Firmas expositoras

Algunas de las firmas españolas expositoras de las 60 marcas participantes son:

Grupo Resuinsa.  
Leds'c 4 (Lighting).  
Marsset Iluminación (Lighting).  
Mantra iluminación (Lighting).  
Luxcambra (Lighting)  
Kettal: (Mobiliario).  
Ezpeleta: (Mobiliario exterior).  
Dareels: (Mobiliario).  
My Chef Technologies: (Equipamiento de cocina).

Mibrasa Charcoal ovens: (Equipamiento de cocina)  
Pordamsa: (ADT).  
Ape Grupo (Cerámica y baños)  
Cevica (Cerámica)  
Wellpapers: (papel pintado).  
Roommatijk: (tech).  
Lande: (amenities).

### ¿Desea añadir algo más?

Me gustaría subrayar que esta edición de EquipHotel pretende ser especialmente un lugar para intercambiar y compartir. Ambicionamos crear un verdadero ecosistema en el que cada profesional pueda hallar respuestas, inspira-

ción y oportunidades para evolucionar en un sector en pleno cambio. Invitamos encarecidamente a todos los visitantes, españoles e internacionales, a que acudan para descubrir todo lo que la feria puede ofrecer y contribuir, de forma activa, a esta dinámica colectiva.

**Especialistas en decoración para hotelería.**



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

[info@pflinteriorismo.com](mailto:info@pflinteriorismo.com)

T+34 981 979 284

## AMER impulsa la formación on-line del sector através de Campus de Hostelería



La Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER) amplía su oferta formativa con su incorporación al Campus de Hostelería, la mayor plataforma de formación online dirigida al sector. Éste ofrece un catálogo de cursos caracterizado por la calidad y utilidad para los profesionales del sector. A través de esta plataforma AMER presenta a sus asociados un plan de formaciones y microformaciones, dirigido a los trabajadores, diseñado para satisfacer las necesidades de un mercado laboral en continua expansión y con crecientes necesidades de formación y cualificación. Las empresas y trabajadores madrileños pueden acceder, con esta integración de AMER en Campus de Hostelería, a una gran variedad de cursos y microformaciones en diferentes modalidades. Todos ellos adaptables a las necesidades de cada empresa y tipología del establecimiento, con una amplia oferta en

Cocina, al abarcar diferentes tipos y habilidades de competencias en la dirección de cocina, logística y aprovisionamiento o pastelería, entre otras temáticas. Respecto a sala, los cursos profundizan en productos concretos como el café, el jamón o la figura del sumiller. Se imparten cursos en diferentes idiomas aplicados al servicio. Uno de los aspectos más destacables son los cursos de gestión, con especial foco en la digitalización e importancia de las RRSS como estrategia corporativa. Este acuerdo es relevante para los establecimientos de restauración de Madrid, al contemplar el Convenio Colectivo de Hostelería de la Comunidad de Madrid, (firmado el 2 de febrero y vigente hasta el 31 de diciembre de 2025) la obligación de realizar planes de formación por las empresas, que en caso de no realizarse deben asumir un plus compensatorio de formación por cada trabajador. Campus Hostelería no solamente está destinado a la formación de profesionales particulares, sino que es un espacio para que las empresas puedan gestionar la formación de su personal y

ser una herramienta acreditativa para la búsqueda de trabajadores cualificados. A través de la Identificación Profesional de Hostelería (IPH) los trabajadores disponen de una herramienta para tener accesible su itinerario profesional, así como a nivel formativo de cursos de la plataforma, que quedan acreditados como otros que se hayan cursado. Por su parte, las empresas pueden gestionar la formación de sus empleados, solicitar cursos, consultar el estado de la formación de cursos activos y acceder a las diferentes certificaciones.

Además, a través de Campus de Hostelería, los empresarios y trabajadores pueden acceder a una bolsa de empleo que, unido a la IPH, simplifica los procesos de búsqueda y selección de personal. A efectos del plus compensatorio de formación del Convenio Colectivo de Hostelería de la Comunidad de Madrid, quedan excluidas como materias formativas las que son de obligado cumplimiento para el desarrollo de la actividad de la empresa, como son las relativas a Manipulación de Alimentos.

## La restauración ha vivido un verano flojo de facturación



Hostelería de España junto a sus asociaciones territoriales (entre ellas AMER) consideran que la temporada de verano, en general, ha sido más floja de lo previsto, especialmente en el apartado gastos. Aunque el dinamismo del turismo internacional ha salvado en parte la situación, pero que no se ha reflejado en bares y restaurantes. Estos datos son fruto de la encuesta realizada a empresarios hosteleros, según ésta encuesta un 25% de los hosteleros la temporada de verano ha sido mejor

que la del año anterior, mientras que un 75% de los encuestados comenta que han tenido peor o similares resultados que en los meses de verano de 2023. Además, un 44,5% constata un descenso de las visitas, subiendo el porcentaje de los hosteleros que ha observado una caída del gasto (57,7%). El descenso general observado en los principales meses del verano se debe en parte a la ampliación respecto a años anteriores de la temporada alta, que se extiende ahora desde junio a octubre, unida

a un mayor número de viajes al extranjero por parte de los nacionales que ha restado consumos en el propio país, junto con las condiciones climáticas de lluvias y frío en algunas zonas y olas de calor. A ello se une el impacto de la subida de precios en general que lleva a una reducción de la renta disponible del consumidor que en gran parte se destina a transporte y alojamiento, por lo que disminuye la capacidad del gasto destinado a bares, restaurantes y ocio nocturno, que a veces se desplaza también a compras en supermercados. En general el mes de agosto ha tenido un mejor comportamiento que julio, en que hubo peores condiciones climáticas, con mayor afluencia de visitantes, aunque en ambos meses se ha mostrado una contención del gasto.

Por origen de los clientes, un 40,9% ha apreciado un descenso del turista nacional, y aunque los datos apuntan a un fuerte crecimiento de turistas extranjeros, un 38,2% de los hosteleros comenta que han descendido sus visitas a los establecimientos hosteleros. La temporada de verano se inició con un incremento de la cifra de negocios de los bares, restaurantes de un 7,6% en junio respecto al año anterior, expectativa que era previsible que se moderara en los

meses siguientes, aunque debido principalmente al descenso del gasto por parte de los consumidores, los hosteleros constatan una caída en julio y mantenimiento de las cifras del año anterior en agosto. En concreto, y en la media de los dos meses, para la mitad de los encuestados la facturación ha sido hasta un 10% menor que la del año anterior mientras que para un 23% ha sido igual. En el lado contrario, un 26,7% constata un incremento de hasta un 10%. La mayor contención del gasto se aprecia especialmente en el cliente habitual y el turista nacional, mientras que ha aumentado el gasto de los extranjeros, que sólo en el mes de julio realizó un gasto un 11% superior en alojamiento y un 15,5% en manutención, que el del mismo mes del año anterior. Esta evolución general es resultado de un comportamiento que se ha mostrado diferente según las zonas geográficas, con un mejor comportamiento en las zonas de sol y playa de la costa mediterránea con crecimiento de hasta un 5% respecto al verano anterior. A ellos se une Galicia y Canarias, mientras que zonas de interior y norte se han mantenido igual o incluso algo peor. Respecto al tipo de establecimientos, la evolución es diferente según la ubicación, aunque de media los

restaurantes son los que muestran un mejor comportamiento, mientras en el ocio nocturno se redujo la actividad, debido a los cambios en la temporada estival en que compiten con más verbenas y fiestas al aire libre, así como la tendencia a mayor consumo en el exterior. No obstante, en todos ellos se muestra un menor gasto. Con relación al empleo, aunque ha bajado el ritmo de crecimiento respecto a meses anteriores, la tendencia de evolución habitual en los meses estivales debido a que la temporada alta para el sector comienza con la Semana Santa, momento de más impulso en las contrataciones, en los meses de julio y agosto se ha superado la cifra récord de 1,96 millones de trabajadores.

A pesar de ello, un 56% de los hosteleros ha tenido dificultades a la hora de encontrar trabajadores este verano, problema que unido a los elevados costes, tanto de precios de los alimentos y bebidas, como los costes de personal, supone un descenso de la rentabilidad de los negocios.

## Reunión de AMER con el Viceconsejero de Cultura de la Comunidad de Madrid

El Presidente de AMER, Rafael Andrés, junto con otros miembros de la Junta Directiva de la Asociación, se han reunido con el Viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, Luis Martín Izquierdo, la Directora General de Turismo y Hostelería, Laura Martínez Cerro, y miembros de su equipo. Durante el encuentro el presidente de AMER ha comentado con el Viceconsejero los términos de la co-

laboración de la Asociación como aspectos, cuestiones y problemas que afectan y preocupan al sector. Luis Martín se ha mostrado receptivo y con voluntad de colaboración con la Asociación, confirmando su compromiso a transmitir a los responsables de otras Consejerías de la Comunidad de Madrid las cuestiones que no sean de su competencia y que tienen incidencia directa en la hostelería de Madrid.



## Técnicas de upselling y cross-selling aplicables a hoteles

Existen términos como upselling (arte de vender más a un cliente que está comprometido a comprar) y cross-selling (estrategia de venta para estimular a los clientes a adquirir nuevos productos) que se puede aplicar en hostelería para incrementar la calidad, servicios y beneficios. *Jesús Menéndez - Consultor*

### Técnicas o métodos de upselling

#### Mejoras de habitación

**Proceso:** el objetivo es ofrecer a los huéspedes la opción de mejorar su habitación por una tarifa adicional. Esto podría incluir pasar de una habitación estándar a una con vistas al mar, una suite o una habitación con balcón. Presentando las opciones de mejora de manera atractiva al momento de la reserva o al hacer el check-in.

#### Paquetes de bienvenida personalizados

**Proceso:** consiste en ofrecer paquetes de bienvenida, como botellas de vino, chocolates artesanales o flores frescas en la habitación a un costo adicional. Esto se puede promover durante la reserva online o a través de correos electrónicos previos a la llegada.

#### Desayuno Mejorado

**Proceso:** presentar a los huéspedes la posibilidad de mejorar su desayuno a uno de categoría superior, como un desayuno a la carta, desayuno en la habitación o un brunch gourmet. Esto se puede sugerir durante el check-in o al confirmar la reserva.

#### Experiencias exclusivas

**Proceso:** ofrecer experiencias únicas dentro del hotel, como cenas privadas, clases de cocina con el chef y o catas de vinos. Se pueden promocionar mediante el correo de confirmación de reserva o en la aplicación móvil del hotel

#### Servicios de Spa y Bienestar

**Proceso:** ofrecer paquetes de tratamientos en el spa, como masajes, tratamientos faciales y acceso al circuito de aguas. Se puede incentivar a los huéspedes a reservar estos servicios durante el proceso de check-in o en las áreas comunes del hotel.

#### Check-out tardío

**Proceso:** ofrecer la opción de un check-out tardío por una tarifa adicional, ideal para aquellos huéspedes que tienen vuelos o compromisos más tarde en el día. Esto se puede ofrecer al momento de hacer el check-in o la noche antes del check-out.

#### Transporte privado

**Proceso:** presentar servicios de transporte privado, como traslados al aeropuerto, recorridos por la ciudad o alquiler de vehículos con conductor. Este puede promoverse durante la reserva o a través de comunicaciones previas a la llegada.

#### Upgrades tecnológicos

**Proceso:** promover mejoras tecnológicas en la habitación, como altavoces inteligentes, proyectores portátiles, o una conexión a internet de alta velocidad. Esto se puede ofrecer durante el proceso de check-in.

#### Decoración para ocasiones especiales

**Proceso:** presentar servicios de decoración para aniversarios, cumpleaños y cualquier celebración especial, como pétalos de

rosa en la cama o globos personalizados. Puede ofrecerse durante la reserva o en conversaciones con el personal de reservas.

#### Acceso a áreas VIP

**Proceso:** ofrecer a los huéspedes acceso exclusivo a áreas VIP dentro del hotel, como un salón privado, una piscina exclusiva, o un rooftop bar. Esto se puede promocionar en el sitio web del hotel o durante el proceso de check-in.

### Técnicas de Cross-selling

#### Ofertas en restaurantes asociados

**Proceso:** promover la venta de cenas o almuerzos en restaurantes asociados al hotel. Ofrecer descuentos o menús especiales a los huéspedes que reserven a través del hotel. Esto se puede ofrecer en la recepción o en la habitación a través de un menú o folleto.

#### Excursiones y actividades locales

**Proceso:** presentar reservas para excursiones, visitas guiadas, actividades deportivas y eventos culturales locales. Se puede promover a través de la recepción, en folletos informativos en la habitación, o mediante una plataforma online dedicada.

#### Alquiler de Equipos Deportivos o Recreativos

**Proceso:** proponer alquiler de bicicletas, equipos de snorkel, tablas de surf, o equipos de esquí según la ubicación del hotel. Promocionar

estos servicios en la recepción o mediante folletos en las habitaciones.

### Clases y Talleres

**Proceso:** proponer a los huéspedes la oportunidad de participar en clases o talleres como yoga, cocina, fotografía, o mixología. Se pueden promocionar en el sitio web del hotel, en la recepción, o a través de correo electrónico previo a la llegada.

### Productos del Spa para llevar

**Proceso:** vender productos del spa, como cremas, aceites esenciales, o sales de baño, que los huéspedes puedan llevar a casa. Ofrecer estos productos en la tienda del hotel o directamente en el spa.

### Servicios de fotografía profesional

**Proceso:** promocionar sesiones de fotos profesionales en el hotel

o en ubicaciones cercanas, como una playa o un lugar turístico. Ofrecer estos servicios durante la reserva o en la recepción del hotel.

### Souvenirs y productos locales

**Proceso:** ofrecer la venta de souvenirs, artesanías, o productos locales en la tienda del hotel o en un espacio dedicado dentro del establecimiento. Promocionar estos productos a través de folletos en la habitación o en áreas comunes

### Eventos y entretenimiento en el hotel

**Proceso:** promocionar entradas o acceso a eventos y actividades especiales organizadas por el hotel, como noches temáticas, conciertos, o espectáculos. Estos eventos pueden ser promocionados en el lobby, en la habitación, o mediante la aplicación del establecimiento.

### Servicios de niñera y actividades para niños

**Proceso:** sugerir servicios de cuidado infantil y actividades para niños, como talleres, clubes infantiles, o excursiones adecuadas para familias. Promocionar estos servicios durante la reserva o en la recepción.

### Tarjetas de regalo y paquetes de experiencia

**Proceso:** vender tarjetas de regalo para futuras estancias o paquetes de experiencia que incluyan varios servicios del hotel, como cenas, tratamientos de spa, y actividades. Promocionar estas tarjetas en el lobby, en la tienda del hotel, o en el sitio web. Estas técnicas, implementadas de manera estratégica, pueden ayudar a incrementar los ingresos del hotel y mejorar la satisfacción del cliente al ofrecerles servicios y productos adicionales que enriquezcan su experiencia.

## Expansión geográfica, innovación y sostenibilidad

Soluciones integrales *para cada necesidad*



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

Descubre las últimas innovaciones de producto de este 2023:



AMENITIES



EPI Y VESTUARIO LABORAL



ROBÓTICA



EQUIPAMIENTO HOSTELERÍA



MENAJE PROFESIONAL

## Nuevas líneas y diseños para cuartos de baño

Al abordar el diseño o renovación de los aseos y cuartos de baño en nuestros establecimientos, es esencial no ignorar las tendencias actuales, pero debemos priorizar las necesidades reales, como el presupuesto disponible, los plazos de ejecución, y especialmente, nuestra disposición a asumir el nivel de mantenimiento que el diseño seleccionado requiere.

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



*Villas Cardás. Apartamentos turísticos en Sanxenxo.*

Es crucial establecer una fecha para futuras intervenciones. Esta información, es fundamental para tomar decisiones en cuanto a la funcionalidad y la línea estética a seguir. Una de las tendencias intangibles más actuales, es la evolución en la interacción del usuario con el espacio. Las tendencias no sólo implican cambios estéticos, sino que también demuestran cómo el diseño puede mejorar nuestra calidad de vida, creando entornos que no sólo satisfacen nuestras necesidades básicas, sino que también promueven el bienestar y la relajación. Estamos presenciando una transformación que incluye el uso de materiales sostenibles e higiénicos con una mayor incorporación de tecnología y domótica, y la creación de espacios dedicados al autocuidado y el bienestar.

En cuanto a la estética, independientemente del estilo elegido (ya sea temático, minimalista, industrial, contemporáneo, japandi, nórdico, rústico, entre otros), hay elementos en las nuevas tendencias, que son claramente comunes, tanto para los aseos como para los cuartos de baño en nuestros establecimientos de restauración y hostelería. Una de las tendencias actuales en revestimientos es el uso de gres porcelánico con despiece en gran formato y mínimo espesor, particularmente adecuado para proyectos de rehabilitación. Este material permite acabados que imitan cemento, piedra y madera, disponibles en tres gamas tonales: claros, medios y oscuros. Destacan las innovaciones en acabados de imitación madera en formato de palillería, en espiga, así como mármoles con vetas mínimas o pronunciadas. La paleta de colores se organiza en tres líneas principales: tonos claros (como arenas, cementos y calizas), tonos medios y tonos oscuros. Los acabados brillantes y mates predominan, y en muchos casos, se combinan en un

mismo espacio. En el ámbito de la cerámica, se observa una preferencia por azulejos rectangulares tipo ladrillo (8x30 cm) esmaltados o en crudo, con un creciente interés en piezas artesanales o pintadas a mano con patrones audaces, que incluyen relieves bajos y altos. Los azulejos hidráulicos y mosaicos continúan siendo populares, aportando carácter, con tonalidades actualizadas. Los revestimientos continuos están en pleno auge, especialmente en rehabilitaciones, al permitir lograr grandes resultados con intervenciones mínimas, al aplicarse directamente sobre el soporte existente. Muchos de estos revestimientos son sostenibles, por ejemplo EQUORE, fabricados a partir de residuos, dispersos en una base acuosa de alta viscosidad con cargas minerales de diversas granulometrías, creando un revestimiento reciclado. Estos pueden encontrarse en diferentes acabados, como los hormigonados con o sin áridos.

Entre las tendencias destacadas en revestimientos, encontramos los murales de pared en vinílico,



*Hotel Rural en A Coruña.*



*Hotel Rural en San Andrés de Teixido.*



*Linares Rooms.*

aptos para entornos húmedos. Estos revestimientos se adaptan a diversas superficies y tamaños, proporcionando una solución versátil. Otro producto en auge son los paneles de composite de aluminio técnico, que permiten la personalización del diseño según las preferencias creativas. Disponibles en formatos de 1200x200 mm, son ligeros y su instalación es lo suficientemente sencilla como para ser realizada por una sola persona. En lo que respecta a griferías y mamparas, las tonalidades que marcan tendencia incluyen el negro metalizado, bronce oscuro, negro mate, blanco mate, dorado, oro rosado, cromo, acero y níquel, disponibles en acabados tanto mate como brillantes. La industria ha avanzado hacia productos más eficientes, incorporando tecnología electrónica para el control del caudal de agua, con el objetivo de mejorar el consumo energético y ofrecer una experiencia más cómoda.

En cuanto al diseño de duchas y bañeras, hay una clara preferencia por platos de ducha a ras de suelo y bañeras exentas de gran tamaño. Un desarrollo notable, es la creciente popularidad de los

WC-bidé o inodoros inteligentes con doble función, que incluyen características como controles táctiles, chorros ajustables y sistemas de autolimpieza. Estos productos, que varias marcas ofrecen a precios competitivos, son ideales para optimizar el espacio en baños pequeños. Además, los accesorios de baño empotrados se han vuelto esenciales para aquellos que desean aportar un toque de distinción y elegancia a su establecimiento.

Por otro lado, los espejos con iluminación LED, conectividad Bluetooth e incluso sistemas de control de temperatura están ganando popularidad. En resumen, las tendencias actuales en el mercado del baño se centran en el uso de tonos naturales y la combinación de diferentes texturas y materiales, con un fuerte enfoque en crear espacios sostenibles, higiénicos, funcionales y fáciles de mantener.



*Línea de ducha en Linares Rooms.*

## Resuinsa lidera una transformación crucial en la industria hotelera con el reciclaje textil

El proyecto CDTI RECOFID-IDI20240132 ofrece a los clientes de Resuinsa la posibilidad de entrar en el sistema de gestión de los residuos textiles para cumplir con la normativa de residuos textiles. De esta forma, las principales cadenas hoteleras españolas comprometidas con la sostenibilidad participan en un proyecto de I+D+i encabezado por la firma valenciana.



“Las principales cadenas hoteleras españolas están comprometidas con la sostenibilidad, al sumarse a este proyecto de I+D+i. Juntos estamos trabajando para crear un futuro más verde y responsable medioambientalmente”, explica el director general de **Resuinsa**, Félix Martí. Quien además señala, que de esta manera, “estamos creando un modelo totalmente innovador para que los residuos textiles que generan los establecimientos hoteleros se conviertan en nuevos productos dentro del propio sector”.

### ¿En qué consiste el proyecto RECOFID?

El 1 de enero de 2025 entrará en vigor la *Directiva Europea EU 2018/851 para todos los estados miembros de la Unión Europea*, que consistirá en la recogida selectiva y gestión de residuos textiles. Una norma que afecta directamente al hotelero, al tener que responsabilizarse de estos desechos. Ante esta problemática, **Resuinsa** está desarrollando una solución viable a través de un proyecto de I+D+i con el objetivo de facilitar al hotelero el cumplimiento de la Directiva. Para ello, la compañía está desarrollando un proyecto a través del CDTI - Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación, entidad dependiente del Ministerio de Ciencia e Innovación que promueve la innovación y el desarrollo tecnológico de las empresas españolas. Se trata del quinto proyecto que **Resuinsa** lleva a cabo a través del CDTI, gracias a él el material

textil utilizado por un hotel vuelve a la cadena de valor textil, revalorizando estos residuos y favoreciendo una economía circular 100% hotelera. Por este motivo, el hotelero cuenta con una solución factible, al disponer de la posibilidad de entrar en el sistema de gestión de residuos textiles.

Con la normativa europea, los hoteles y cadenas hoteleras deben contar con un plan para gestionar y proporcionar una segunda vida a las toneladas de residuos textiles que generan anualmente “Desde **Resuinsa** lanzamos el dato de que un establecimiento hotelero puede generar una tonelada de residuos textiles al año, una cifra obtenida a raíz del desarrollo del proyecto”, explica Félix Martí.





Es por ello que el proyecto RECOFID estudia todos los aspectos relacionados con la recogida, tratamiento y procesado de los residuos textiles con el fin de transformarlos de nuevo en artículos textiles para el hotel. Entre otros aspectos, se está investigando qué porcentaje de fibra virgen y fibra reciclada es el más óptimo en función del producto a fabricar posteriormente o los beneficios que proporciona la tecnología RFID en el proceso del reciclaje de los textiles hoteleros. **Resuinsa**, como empresa pionera

en I+D+i, se adelanta para ofrecer una solución real a los desafíos del futuro con iniciativas sostenibles, abriendo nuevas líneas de investigación y empleando prácticas innovadoras. “Con el foco puesto en la nueva normativa y gracias a la participación de las grandes cadenas hoteleras españolas, estamos construyendo juntos un camino hacia una economía circular dentro del propio sector que beneficiará tanto a nuestro entorno como a nuestros clientes y, en general, a toda la sociedad”, concluye Félix Martí.



### VITA, nuevo uso a los residuos textiles del sector hotelero

Las zapatillas que se pone el huésped en la habitación; el colgador para indicar si está ocupada la habitación; la caja de pañuelos y el posavasos de la mesa; o el neceser para conservar los productos de higiene. Todos ellos, se tratan de complementos textiles que pueden tener un denominador común, una segunda vida gracias a la colección VITA 100% hotelera de **Resuinsa**. VITA es la primera de las diversas líneas de productos que ha visto la luz en el marco del proyecto RECOFID que **Resuinsa** está desarrollando. En este sentido, la compañía sigue marcando el camino hacia la sostenibilidad con esta colección, al incorporar *productos totalmente reciclados y reciclables procedentes de textiles post consumo de hoteles*. Esta colección representa un paso significativo en el ámbito hotelero al incorporar artículos elaborados completamente con materiales reciclados de textiles usados en hoteles. Sigue, por tanto, un modelo de economía circular inexistente hasta el momento dentro del propio sector. “Como su nombre indica, esta colección da una segunda vida a los textiles tras su uso. Cada artículo de VITA no sólo es un ejemplo de sostenibilidad, sino también de innovación, calidad y diseño. Además, se ha convertido en la primera de las líneas que estamos desarrollando con el proyecto de investigación”, explica Félix Martí, director general de **Resuinsa**.

Así pues, con VITA se materializa el avance de este potente proyecto para el sector hotelero, en el que se están abordando diversas líneas de investigación que combinan un porcentaje de fibra 100% reciclada con fibra virgen, reafirmando el compromiso de **Resuinsa** con la economía circular y el desarrollo de una I+D+i real.

## La sonoridad, síntoma de calidad hotelera

El ruido es la tercera causa de las reclamaciones de los hoteles españoles. Este dato se agrava en zonas como el lobby, los comedores o restaurantes donde aumenta la percepción de un excesivo ruido, aumentando el malestar de los clientes.



Según algunos estudios, siete de cada diez hoteles en España sufren problemas de ruido. Las zonas más problemáticas para el ruido no poseen capacidad de absorberlo suficientemente para generar un confort acústico óptimo. Suelen poseer materiales reflexivos que provocan que el ruido rebote a lo largo del espacio y permanezca en él, produciendo un excesivo eco y reverberación. Actualmente hay muchos estudios de interiorismo que atienden las cada vez más nu-

merosas peticiones de hoteleros para reducir al máximo el ruido e intentar crear entornos saludables y confortables a través del acondicionamiento acústico de los espacios. Las empresas diseñan y fabrican soluciones de absorción acústicas personalizadas, que permiten retener el sonido, reduciendo el tiempo de reverberación y el eco de los espacios interiores para generar un entorno que aporte una experiencia única al cliente en términos de bienestar acústico.

De igual forma, que se estudia la iluminación y el impacto que tiene en la productividad debe analizarse también la acústica ya que se ha demostrado que una mala sonorización puede llevar a distracciones y reducción de la concentración, baja productividad o estrés de los trabajadores. Tan importante es controlar el nivel acústico en las horas de descanso como en el trabajo.

El ruido provocado por los ascensores, la refrigeración, la calefacción y al ruido exterior de la calle, hay que sumar las propias conversaciones de los clientes. Un confort acústico es básico, se puede reducir la reverberación con herramientas específicas y teniendo en cuenta algunos trucos especialmente en espacios de alta concentración de personas como comedores, salas de reuniones o salas de formación.



**¿Cómo se pueden reducir los decibelios?**

Realizar un buen aislamiento de paredes, puertas y ventanas con materiales específicos. Utilizar separadores en las mesas que amortigüen el sonido, existen córner con luz incorporada que reducen al estar fabricado con fieltro. Evitar utilizar mobiliario en el que rebote el sonido, como pueden ser los de metal o cristal. Distribuir el mobiliario adecuadamente y situar al personal según su trabajo y el ruido que realicen. Utilizar elementos decorativos de doble función; función estética y de amortiguación acústica. Esta combinación de funciones la vemos en productos como en algunas lámparas, por ejemplo Sky Sound que ha innovado en este campo. Otra firma es AndLight que ha creado la línea Slab. Ambas luminarias están diseñadas para ayudar a reducir



la acústica de un entorno mediante la absorción de ondas sonoras. Las superficies curvas son también un aliado para reducir el sonido, así como la colocación de paneles de espuma acústica en las

paredes y techos. Otra solución es aislar en otras salas equipos ruidosos. En definitiva, es importante diseñar lugares seguros y agradables que mejoren el rendimiento con un entorno acústico limpio.

ALQVIMIA



## Semana Internacional del Housekeeping

Septiembre es un mes especial, con él ha llegado una fecha única para todos aquellos que hacen que nuestros hoteles sean tan acogedores: la Semana Internacional del Housekeeping. ¿Sabías que esta celebración nació allá por 1981 gracias a la Asociación Internacional de Limpieza Ejecutiva? La idea era sencilla, pero poderosa: reconocer el trabajo increíble que hacen los equipos de housekeeping en hoteles y otras entidades. Imagina todo lo que implica limpiar una habitación de hotel: cambiar sábanas, aspirar, limpiar baños, entre otras áreas del establecimiento ¡Es un trabajo duro y constante! Y todo esto para que usted, como huésped, se sienta como en casa. ¡Así de importante es su labor! Gracias a estas personas, las habitaciones se transforman en pequeños oasis de tranquilidad. Cada rincón reluciente, cada cama hecha con esmero, todo es parte de su magia. Y lo mejor de todo es que lo hacen con una sonrisa, ¡siempre dispuestas a ayudar! Pero, ¿por qué celebramos una



semana entera dedicada a ellas? Porque se da por sentado que todo tiene que estar perfecto, pero olvidamos que detrás de todo ese trabajo hay personas y que dar las gracias es algo tan sencillo pero tan importante. La Semana Internacional del Housekeeping es una oportunidad perfecta para reconocer públicamente su esfuerzo y dedicación, aunque no debería limitarse a solo a esa semana, el agrade-

cimiento debería ser constante. Así que, un simple “gracias” o una sonrisa pueden hacer su día. Este año la IHW se ha celebrado del 8 al 14 de septiembre, por lo que muchos hoteles han organizado para su equipo una jornada especial. En muchos casos no ha sido algo grande, un pequeño gesto puede marcar una gran diferencia. *Sandra Martínez - Vocal ASEGO Baleares.*

## Noticias

### Andalucía

Un nutrido grupo de gobernantas asociadas a la Vocalía de ASEGO en Andalucía, encabezadas por la Vocal Beatriz González, han asistido en junio a la jornada sobre Sostenibilidad celebrada en el Hotel Suites Murillo Santa Cruz y organizada por la firma Rubio Díaz Hermanos, Distribuidor en Andalucía de Essity Tork. Los directivos de Essity Tork han explicado a las asistentes sus principales dudas sobre sostenibilidad y los diferentes sistemas de aplicación.



## Canarias

La Vocalía de ASEGO en Canarias ha celebrado el 29 de julio en el Templo Ecuménico de Playa del Inglés, en el sur de Gran Canaria, el Día de Santa Marta, entre los actos desarrollados destacan una misa y una ofrenda en honor de Santa Marta, patrona de la Hostelería. Además del acto religioso y la recogida masiva de alimentos no perecederos cedidos a la parroquia, este año, como novedad, se han entregado los “I Premios Canarias de Hostelería Santa Marta 2024”. Ciona Ramírez, vocal de ASEGO en Canarias, ha sido la organizadora de un emotivo acto donde se entregaron premios en reconocimiento a la labor de hoteleros, proveedores y profesionales de Hostelería. Recuperando una iniciativa que se remonta a los años ‘80 y que se había perdido desde hace más de quince años, La Vocal de ASEGO en Canarias contó con la colaboración de la Concejalía de Turismo del Ayun-

tamiento de San Bartolomé de Tirajana, así como la participación de la Asociación Autónoma de Barmans de Canarias y de la Asociación de Cocineros, Pasteleros y Panaderos Jilorio. Como novedad, estos “I Premios Canarias de Hostelería”, presentados por la propia Ciona Ramírez, junto a Antonio Garzón Beckmann (asesor turístico) Reconocieron el trabajo realizado por catorce cadenas hoteleras, dos proveedores de productos y servicios (entre ellos Khama Hotel) y veintiocho camareras y camareros de pisos, a los que se ha valorado su trayectoria

profesional y el reconocimiento de sus propios compañeros. Ha resultado muy emotivo al ser la primera vez que recibe un reconocimiento después de toda una vida de trabajo. La entrega de los galardones estuvo presidida por el Alcalde de San Bartolomé de Tirajana, Marco Aurelio Pérez, el primer Teniente de Alcalde, Alejandro Marichal, y la concejala de Turismo, Ylenia Vega. Ciona Ramírez, en representación de ASEGO, se mostró satisfecha con el resultado y espera que estos premios sean solo el comienzo de una festividad que se celebre anualmente.



## Comunidad Valenciana

La Vocalía de ASEGO de la Comunidad Valenciana ha celebrado por quinto año consecutivo la festividad de Santa Marta, patrona de la Hostelería. Este año los actos conmemorativos se han celebrado en Benidorm y por primera vez en Valencia. La asistencia ha sido numerosa a ambos eventos, resultando ser encuentros entrañables a tratar temas profesionales y fomentar el compañerismo, como ha indicado su Vocal Cristina Fonseca.



## Galicia

Las asociadas gallegas han organizado el 27 de agosto una visita instructiva y formativa a uno de los hoteles referencia de Galicia, concretamente al Hotel Los Abetos de Santiago de Compostela.



Las más de quince asistentes, entre ellas se encontraban Ana María Dobaño, Secretaria General de ASEGO, y la hasta ahora Vocal de

Galicia, María Maroño, han visitado el establecimiento guiadas por Puri Sexto, quien ha demostrado ser una perfecta anfitriona.

## Grupo Toledo especialista en vestir hoteles para una experiencia cinco estrellas

Al Grupo Toledo, le avalan más de 35 años de experiencia como expertos en textiles y complementos para el sector hotelero y de restauración. Su taller de confección es su punto diferencial al permitirle realizar proyectos a medida para sus clientes.



Grupo Toledo pone fin a la temporada estival 2024 que se ha caracterizado por haber creado nuevas alianzas con clientes y proveedores que han afianzado su posición en el sector hotelero. Entre sus clientes se encuentran por ejemplo Palladium Hotel Group, Hoteles Globales, AMResorts y Allsun Hotels. Actualmente, además de proveer al sector hotelero con textiles y complementos que convierten la estancia de cualquier establecimiento en una experiencia cinco estrellas, se diferencian de su competencia por la capacidad de confeccionar cualquier elemento a medida de las exigencias y requerimiento de sus clientes.



El taller de Grupo Toledo que dispone de una superficie mayor a 3000m<sup>2</sup>, está equipado con tecnología innovadora y puntera en el sector que le permite ofrecer infinidad de acabados y trabajar con diferentes tipos de materiales y calidades, así como la personalización de cualquier elemento textil.

En sus más de 35 años de experiencia, esta empresa mallorquina, ha demostrado la importancia de ser resiliente y saber identificar y aprovechar las demandas del mercado. En la actualidad, aunque sin descuidar el área de negocio enfocada a proveer textiles y complementos, está muy centrada en realizar proyectos integrales de la mano de interioristas y project managers que solicitan sus servicios para poder ofrecer el aspecto más definitivo tanto en habitaciones, baños como zonas comunes de los hoteles. Sus premisas, ofrecidas gracias a sus profesionales de confección e instaladores, son que todos sus pedidos superen las expectativas de sus clientes tanto en plazos como en calidad, siempre superior a la ofrecida por el sector, siempre están presentes.

La profesionalidad y nivel de especialización del equipo de Grupo Toledo es su principal activo. Con una formación constante para conocer las tendencias del sector, cuenta con un importante bagaje que les permite ofrecer las soluciones más adecuadas y duraderas para los hoteles. Además, conocedores de las necesidades imprevistas que surgen en el sector hotelero cuenta con un stock permanente en elementos de reposición, adecuando las calidades, según pasan las temporadas: lencería, mantelería, ropa de baño, entre otros elementos., que le permite tener unos tiempos de reacción que se ajustan a los requerimientos y exigencias de los hoteles.

Los hoteleros que confían en el Grupo Toledo como proveedor especializado, tienen en ellos un asesor de OS&E, gramajes y calidades, telas, producción e instalaciones, que proponen siempre la solución más adecuada para cada cliente. El primer paso en la prestación de sus servicios pasa por el asesoramiento cercano y personalizado hasta completar la venta y, desde ese momento, el equipo de logística cuida al máximo la calidad en las entregas, el cumplimiento de los plazos y las garantías. En el caso de requerir crear un diseño a medida, el equipo de operaciones se encarga tanto de la medición, la confección, así como de la instalación del encargo, garantizando la calidad y los ajustes del producto in situ. Importantes cadenas como Palladium Hotel Group, Hoteles Globales, Amresorts y Allsun Hotels confían en la profesionalidad del equipo de Grupo Toledo para vestir sus hoteles.

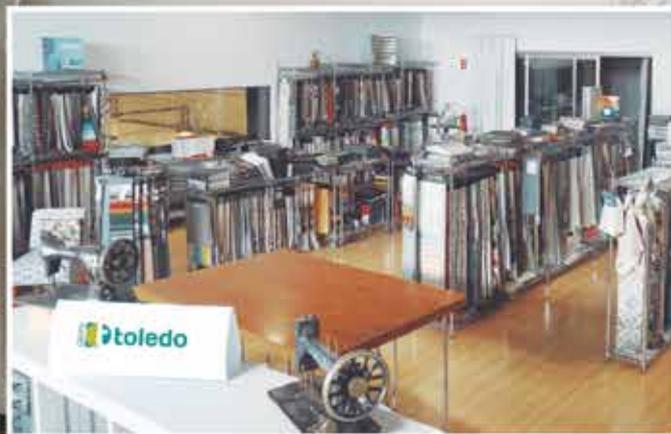


MÁS DE 35 AÑOS LÍDERES EN EL SECTOR TEXTIL,  
DESDE BALEARES AL RESTO DEL MUNDO

**19,20 y 21 Nov · IFEMA Madrid**

exhibitor at **interihotel.com**

**STAND G16**



**GRUPOTOLEDO.COM**



## Reflexiones de una Conserje

Como miembro de Las Llaves de Oro Españolas, me siento muy emocionada de compartir con vosotros los próximos eventos que nuestra Asociación tiene previstos para los próximos meses.

**Lorena González - Conserje Hotel Inglés, de Madrid**

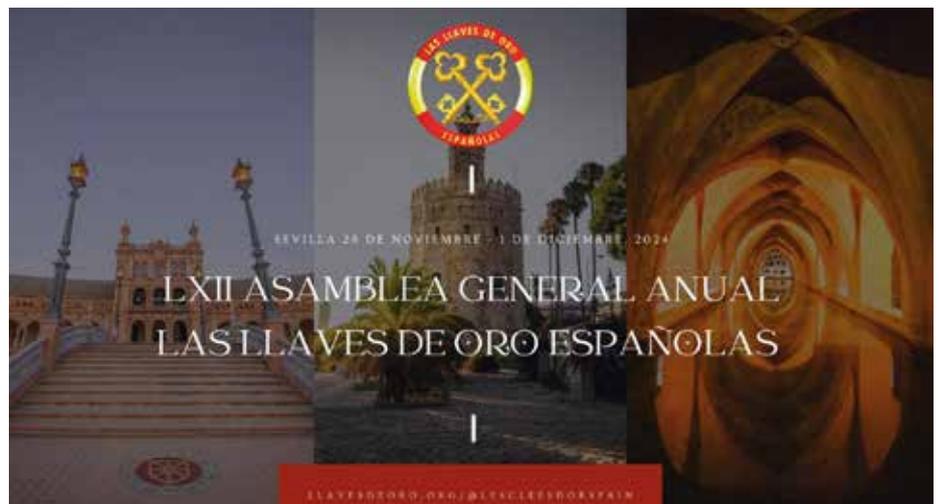


Este año, no es simplemente uno más en nuestro calendario; es un año cargado de desafíos y celebraciones, comenzando con la conmemoración del LXII Aniversario de Las Llaves de Oro Españolas en una de las ciudades más relevantes de nuestro país. Nuestra Asamblea General Anual se llevará a cabo en la monumental ciudad de Sevilla, un lugar cargado de historia y tradición. Del 28 de noviembre al 1 de diciembre, Sevilla se transformará en el epicentro de la hospitalidad, recibiendo a aproximadamente 90 conserjes de toda España. Para nosotros, este evento es mucho más que una simple reunión de compañeros; es una oportunidad para compartir experiencias, fortalecer vínculos y celebrar juntos los logros que hemos alcanzado durante el año en nuestras ciudades y hoteles. Sin embargo, lo que hace que este año sea verdaderamente especial es que, apenas tres meses después de nuestra Asamblea, tendremos el honor de acoger el Congreso Internacional de Les Clefs d'Or en la capital de España. Este es

un sueño hecho realidad para muchos de nosotros, un evento que se celebrará del 30 de marzo al 4 de abril de 2025 en Madrid, donde se espera la llegada de más de 500 conserjes de todo el mundo. Recuerdo con orgullo el momento en que nuestro Presidente, Borja Martín, nos anunció que Madrid había sido elegida, entre otras ciudades del mundo, para acoger el Congreso Internacional de Les Clefs D'Or en 2025. Fue un momento de inmensa satisfacción para todos los miembros de la Asociación y un sueño para quienes tuvieron la suerte de vivirlo en el Congreso Internacional de Estambul en 2023. Este año, durante el Congreso Internacional en Bali, congreso al que tuve el inmenso honor de acudir, se presentó oficialmente a los miembros de Les Clefs D'Or, la agenda que, con mucho trabajo y esfuerzo, hemos preparado de cara a Madrid 2025. Asimismo, durante la presentación de la misma incluimos una serie de videos en los que Almudena Maíllo y Mariano de Paco Serrano dedicaron a todos los participantes palabras inspiradoras, animando

a todos los conserjes del mundo a visitar Madrid el próximo año. Para poder acceder a la agenda completa y tener más información del Congreso, se puede visitar el siguiente enlace: <https://congress.lesclefsdor.org>

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento por el apoyo que hemos recibido a lo largo de este año, siendo Turespaña, el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid pilares esenciales en la realización de este evento. Asimismo, la colaboración de prestigiosas instituciones culturales como el Palacio Real, el Palacio de Liria y los tres principales museos de la ciudad ha sido fundamental, al igual que la participación de lugares emblemáticos como Kapital y eventos culturales destacados como Malinche. Por supuesto, no puedo dejar de mencionar la hospitalidad ofrecida por los hoteles RIU, Barceló TM y Meliá Princesa, que acogerán a más de 500 conserjes de todo el mundo. Su apoyo será fundamental para garantizar una experiencia inolvidable para todos los asistentes.





En el ámbito privado, contar con el respaldo de El Corte Inglés, Grand Class e Iberia a nivel nacional, así como de American Express, New York Times y Alliants a nivel internacional, ha sido clave en la organización de un evento de esta magnitud. Finalmente, me gustaría destacar la colaboración de numerosas em-

presas comprometidas con el éxito del Congreso. Estoy convencida de que, gracias al esfuerzo y la colaboración de todos, este Congreso no sólo será un éxito rotundo, sino que marcará un antes y un después en la historia de nuestra Asociación y en nuestra ciudad, Madrid.



## Congreso Internacional Les Clefs D'Or - Bali 2024



Bali ha sido el escenario del 68º Congreso Internacional de Les Clefs d'Or. Hasta allí se han desplazado un grupo de conserjes españoles, Entre los asistentes se encontraban el vicepresidente nacional de las Llaves de Oro Españolas, la Delegada Norte de la Asociación Nacional y Lorena González, que formó par-

te de la Delegación de Madrid. Durante el Congreso la representación española fortaleció vínculos profesionales al compartir experiencias con conserjes de todo el mundo, pero al mismo tiempo tuvimos la oportunidad de presentar la agenda oficial para el Congreso de Madrid 2025, Uno de los puntos destacados del

Congreso ha sido el Educational Day, que este año se ha centrado en el uso de la inteligencia artificial en el sector turístico. El equipo, formado por expertos como Stuart Greif (de Forbes Travel Guide), Shane O'Flaherty (de Microsoft) y Tristan Gadsby (de Alliants), han mostrado las claves para integrar la tecnología de manera efectiva sin perder la esencia humana que define nuestra profesión. Ha sido una jornada enriquecedora al recordar la importancia de mantener el equilibrio entre la innovación y el toque personal en la atención al huésped. Finalmente, he de resaltar el papel realizado por Izaskum Miranda, miembro de la Delegación Norte, al representar a España en la entrega del premio al Mejor Joven Conserje 2024, reconocimiento que destaca el talento emergente en nuestro país.



## Habitaciones sucias

Desde el principio del movimiento Kelly hemos venido quejándonos del estado en que muchos clientes dejan la habitación para después tenerlas que limpiar nosotras. Nunca nos han hecho caso, lo máximo que hemos podido hacer son fotografías. ¿Cómo vamos a demostrar si no lo que decimos?

**María Trinidad Jiménez Roque – Kellys Málaga**



¿O cómo va la gente a imaginar lo que estamos describiendo? No es fácil, si no lo ves no te haces a la idea, mucha gente que no es capaz de hacer eso jamás lo creería sino lo ve. El caso es que ahora uno de esos vídeos o fotos se han hecho virales, y aparte que nos juzguen porque es "privado" o "porque están las cosas del cliente" o "porque es ilegal" hacer fotos. Lo primero que diré es que no se comunican datos personal, ni el nombre o lugar del hotel, ni el número de habitación, es decir nada que identifique al dueño o cliente del establecimiento. No creo que en ese desbarajuste de ropa y cosas tiradas, ni el dueño identifique que son sus pertenencias. Lo importante es que mucha clientela nos apoya y nos entiende después de verlo. Uno de los problemas de encontrar estas habitaciones es que las camareras de pisos o Kellys tienen el tiempo delimitado como para una habitación normal, al imponernos una cantidad de habitaciones obligatorias, aspecto que es ilegal y nadie dice nada, claro los clientes si hay que defen-

derlos pero no a las trabajadoras, las trabajadoras es otra cosa. El caso es que cuando encuentras habitaciones así y necesitan un mínimo de tiempo que es el doble o triple que el de una habitación normal la única forma de correr para salir a nuestra "hora" es quitando tiempo de las demás habitaciones, con lo que los clientes educados y respetuosos salen perdiendo. En algunos hoteles se le comunica a la gobernanta y esta a su vez a recepción o dirección, y desde ahí se gestiona hablando con el cliente, pidiendo que recojan o no se les hará la habitación o incluso se les facturará un adicional. Esto no pasa, ni mucho menos, en todos los hoteles, no es una norma que tengan asimilada los clientes, y muchos se enfadan si se les recrimina, aunque actualmente esto está cambiando y se piensa que es lógico que se les llame la atención al no ser fácil oír eso de "para eso lo pago", "el cliente siempre tiene la razón" o "que lo quite la limpiadora". Tampoco los directores, empresarios ni jefes en general quieren llamar la atención a ningún cliente y menos para de algún modo llamarle puerco o desordenado. No quieren enfrentarse a este problema y asumen que las camareras de pisos podemos con todo y que es nuestro trabajo, que estamos acostumbradas y que esto es así, me avergüenza que mis compañeros de trabajo puedan pensar eso, que no salgan en nuestra defensa ellos que pueden, cualquier receptionista les debería poder decir al cliente que no puede dejar así la habitación. Cualquier hotel podría tener claro unas normas de com-

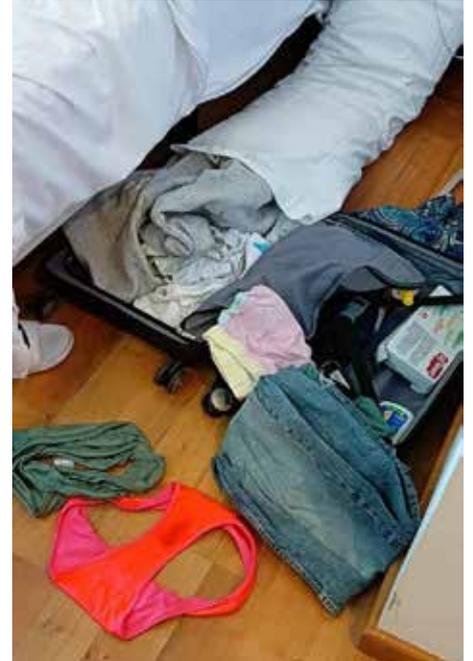
portamiento mínimas, igual que no se admiten perros o no se pueden tender las toallas en el balcón, pero cuando se trata de las camareras de pisos nadie piensa que sea un problema, nadie cree que eso nos afecte o simplemente no les importa. Me gustaría hacer una reflexión sobre el tema a fin de que pueda entenderse aún mejor el problema y el tema: si me encuentro en el suelo ropa tirada hay dos opciones puede estar sucia o limpia, la camarera no puede saber el uso que se le ha dado y como quiere el cliente que la trate, pero aunque lo supiera, sigo con la reflexión, si consideramos que es limpia ¿quiere el cliente que la guarde? ¿Dónde y cómo? Cree que los clientes toquen sus cajones privados, ¿donde puede tener otras cosas? ¿En que cajón deberíamos ponerlo? Si no lo ponemos en el armario lo colocaremos en una silla, o todavía más fácil, cuanta ropa podremos poner una encima de otra? ¿Y la sucia? ¿Donde ponemos la sucia? Y si decidimos que está sucia y el cliente piensa que no lo está y ya lo hemos mezclado con algo más sucio? Que hacemos con todo lo demás, como relojes, joyas, móviles, ordenadores, Tablet, juguetes eróticos, comida, prótesis y toda clases de chupetes y biberones, medicinas, por ejemplo, cuando están tirados y los muebles llenos de cosas que no hay sitio donde ponerlos, o cuando están entre las sábanas que al intentar hacer la cama salen volando si no se tiene cuidado, imagine cuando vamos corriendo el tirón que le damos a las sábanas si hay que cambiarlas, un móvil puede salir disparado como un

proyectil, no es broma, tenemos demasiada presión como para ir inspeccionando si hay algo entre las sabanas, quizás en los hoteles de cinco estrellas gran lujo, pero en los de playa por ejemplo es un sueño tener un día normal.

¿Qué solución podría haber? se podría dar un folleto con instrucciones, como cuando se pone como funciona el teléfono y sus extensiones, indicando con un texto "Queridos clientes si quieren que la camarera de pisos haga bien su trabajo por favor dejen recogida la habitación, en caso contrario hay dos opciones o no se le hará o se le cobrará por la limpieza un extra de x €. Atentamente la dirección" Sólo hay que entender que ordenamos y limpiamos habitaciones pero no somos chachas personales a la que se puede mangonear al antojo del cliente y exigirle que quieres que haga, ¿cómo y cuándo?

Las camareras de pisos somos trabajadoras profesionales con un cometido estipulado en el ALEH y los convenios, con unos horarios y un orden establecido. Todo está regulado. Dentro de nuestras posibilidades intentamos satisfacer las

necesidades de los clientes, pero no siempre es posible al cien por cien. Respeto hacia nuestra profesión es lo que pedimos, igual que se puede respetar a un recepcionista o un camarero de restaurante o un servicio técnico, no es mucho pedir desde mi punto de vista, ¿no creen?



## EQUIPAMIENTO Y PRODUCTOS de decoración para hotelería.

**SEBASTIAN**  
SUITE

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

[contacto@sebastiansuite.com](mailto:contacto@sebastiansuite.com)

T+34 604 005 505

### Dosificador de salsa Fifo Fast de Araven

Araven presenta el dosificador de salsa Fifo Fast ideal para Restauración Rápida. Éste está diseñado para mantenerlo siempre boca abajo y permitir así una dosificación rápida y sencilla. Su válvula de silicona antigoteo facilita dispensar de forma limpia e inmediata condimentos y salsas como mayonesa, mostaza o ketchup. Su diseño garantiza aplicar el criterio FIFO para lograr la correcta rotación de la salsa. Con él, Araven responde a los requerimientos específicos del sector fast food, con todas las garantías de durabilidad, diseño y sostenibilidad. Su diseño destaca por su forma ergonómica, adaptable de forma intuitiva a la palma de la mano, para un agarre cómodo, correcto y fiable evitando que resbale. Además es desmontable y con total accesibilidad al interior del bote para una correcta limpieza en el lavavajillas y su amplia boca de entrada facilita el llenado con solo quitar el tapón posterior. Su escala de medición con regla integrada en el bote garantiza servir la cantidad exacta de salsa deseada y repartirla de forma homogénea. Se puede elegir en tres tamaños: 45, 70 y 90 centilitros.



### Groupe GM presenta Ruby Red by Portus Cale

Inspirada en el valle del Duero y en el Vino de Oporto, la gama hotelera Ruby Red de Portus Cale es un homenaje a la historia vinícola del norte de Portugal, con una sutil fragancia en fusión de uvas del Duero

maduradas al sol y bayas rojas. La nueva gama vegana para hoteles está totalmente en línea con el programa medioambiental de Groupe GM – Care About Earth. Se presenta en dispensadores a Ecopump de gran capacidad de 300 ml fabricados en plástico 100% reciclado y con bomba de bioresina, en las referencias Champú, Acondicionador, Gel para manos y cuerpo y Loción para manos y cuerpo. También está disponible en un tubo de 40 ml fabricado a partir de material vegetal con un tapón de plástico 100% reciclado en las referencias Acondicionador y Loción para Maanos y Curo. Completa la gama un jabón de 25 gr con certificado RSPO Mxto (Roundtable on Sustainable Palm Oil), envasado en un caja de cartón.



### Bodegas Faustino presenta Faustino I Gran Reserva Blanco

Bodegas Faustino amplía su gama de vinos con Faustino I Gran Reserva Blanco añada 2019, lo que supone un paso adelante de la cuarta generación de la Familia Martínez Zabala, propietaria de la compañía. La creación de Faustino I Gran Reserva Blanco 2019 ha sido todo un desafío, al invertirse esfuerzos técnicos significativos. Se han destinado casi cinco años de espera para presentar de este vino de 5.207 botellas. Está elaborado con uva Viura, de viñedos de más de 50 años y uva Chardonnay. Las uvas seleccionadas a mano han evolucionado para convertirse en un componente valioso

para estos vinos de guarda. El envejecimiento de ambas variedades se ha realizado por separado durante 6-8 meses en barricas nuevas de roble francés y americano, rotadas manualmente para remover las lías consiguiendo que aporten complejidad y cremosidad y una estabilización suave completan la estancia en madera. Faustino I Gran Reserva blanco posee matices de frutas de hueso, melocotón, albaricoque, toques florales y tropicales, mango y piña. Posee notas almibaradas fusionadas con elegantes notas de madera aportadas por la barrica y su proceso de guarda en botella. Respecto a su botella ha conservado la icónica imagen de Faustino I Gran Reserva tinto, con su famosa botella de revestimiento mineral para proteger el vino de la luz y la malla tradicional que protege la etiqueta y la botella de la manipulación externa.



### Campofrío refuerza la tendencia del alto porcentaje cárnico

Campofrío, compañía líder en elaborados cárnicos, ha presentado dos nuevas propuestas con un alto porcentaje cárnico: el jamón cocido Naturarte al corte, con un 96% de carne, y el chopped cocido en lata, con un 85%, un porcentaje superior al del resto de referencias del mercado.

Además de su alto porcentaje cárnico, el nuevo jamón al corte Naturarte de Campofrío añade a su alta calidad otras características como ser un producto libre de alérgenos y sin azúcares, a diferencia del resto de referencias de la competencia. Por su parte, el nuevo Chopped Cocido de Campofrío con un 85% de carne, mantiene todo el sabor y la jugosidad, potenciando su aroma al estar cocido en la propia lata.

## Accesorios para vinos

### Starvinos, Popy Wine

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



## Aceites

### Compañía Oleícola Siglo XXI

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

## Agua Mineral

### C. Navalpotro, S. L.

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



## Bases preparadas

### Confi letas

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



## Bodegas

### Grupo Freixenet, S. A.

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



## Osborne

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



## Consejo Regulador Denominación de Origen Ribera del Duero

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

## Bollería prefermentada

### Bellsolá, S. A.

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



## Buffets

### King's Buffet

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



## Cafés

### Cafento

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

## Carnes

### Consejo Regulador Denominación de Origen Específica Cordero de Extremadura

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



## Cash&Carry y Deliver

### Grupo Miquel (GM Cash)

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



## Climatización

### Samsung Electronics

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



## Colchones y somieres

### Eurocolchón

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



## Congelados

### Congelados Basilio

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



## Distribución Hostelería

### Makro

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



## Distribución de pescados

### Pescados Basilio

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



## Equipamiento

### Electrolux Professional S.A.U.

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



**Embutidos**

**Simón Martín Guijuelo, S. L.**

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



**Instrumentos de medición**

**Instrumentos Testo, S.A.**

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



**Lavandería**

**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



**GARCIADEPOU**

**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  
Tel.: 900 801 504



**Tapicerías**

**Gancedo**

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



**Textiles**

**Grupo Toledo**

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



**Resuinsa**

Av. Mare Nostrum, 50  
Tel.: +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.vilillaconfeccion.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





SPECIAL  
SALUD +

Soluciones  
para los ambientes  
sanitarios



Dosely®

Trilogy®



MAGIC LINE

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

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

#### IMPREGNACIÓN A DEMANDA



La estación de impregnación Dosely permite la preparación de las mopas a demanda y directamente en el carro, ajustando la solución de detergente de 50 a 350 ml en función del tipo de recambio y de la superficie a limpiar.

#### AHORRO EN AGUA Y PRODUCTO QUÍMICO



Con Dosely sólo se impregnan las mopas que realmente se necesitan y la impregnación se hace sólo en la parte de la mopa que entra en contacto con la superficie a limpiar, por lo que no se utiliza más detergentes del necesario.

#### MÁXIMA EFICACIA



La solución detergente está contenida en un depósito hermético que conserva los ingredientes activos. La preparación de las mopas poco antes de su uso real permite utilizar los detergentes a su máxima capacidad germicida, garantizando una limpieza altamente eficaz.

#### DOBLE RESULTADO, UTILIZANDO LA MITAD



El bastidor reversible Trilogy asegura el doble de limpieza en comparación con los sistemas tradicionales gracias a las dos caras paralelas perfectamente planas que permiten reducir a la mitad la cantidad de mopas necesarias.

#### 2 MOPAS EN 1



Trilogy está diseñado para su uso con las mopas Tri, microfibras especiales de doble cara que limpian el doble de superficie que las mopas de una sola cara, eliminando y atrapando las micropartículas de suciedad y más del 95% de las bacterias.

#### SIN CONTACTO CON LA SUCIEDAD



Trilogy evita cualquier contacto entre las manos y la suciedad: está equipado con un práctico mecanismo de desenganche que permite retirar la mopa usada sin tocar las fibras sucias, asegurando la máxima higiene y reduciendo el riesgo de contaminación cruzada.



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

- Cocción rápida
- Aumenta la eficiencia
- Gran versatilidad
- Tecnología sin ventilación

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



¿Quieres saber más  
y verlo en directo?

