

ñam! ñam!

A food magazine by **FACYRE**
Número 01 FEB 19



4 claves para impulsar tu
negocio de hostelería p.14

¡Mamá, he visto un robot
en la cocina del
restaurante! p. 18

HIP, el mayor evento de
innovación Horeca p. 42

Sede Central (Madrid)

atlanta Restauración Temática S.L.
CIF: B-80372006
C/ Ramón y Cajal 2 y 3
Polígono Industrial de Leganés
28914 Leganés (Madrid)
pedidos@grupoatlanta.es
Tel. 916 805 525 - Fax: 916 861 628

Delegación Alicante

C/ Pascual Ros Aguilar 46
Parque Empresarial Elche
03203 Elche (Alicante)
pedidosalicante@grupoatlanta.es
Tel. 966 360 790 - Fax: 966 60 36 10

Delegación Barcelona

Edif. Collbatalle, Calle L 6-8,
Sector E, 08040 Zona Franca,
Barcelona Oficina 1
pedidosbarcelona@grupoatlanta.es
Tel. 932 620 532 - Fax: 932 622 086

Delegación Málaga

C/ Flauta Mágica, 62 - 64
Polígono Industrial Alameda
29006 Málaga (Andalucía)
pedidosmalaga@grupoatlanta.es
Tel. 952 363 206 - Fax: 952 315 044

Delegación G. Canaria

atlanta Islas Canarias S.L.
CIF: B-35488204
C/ Las Mimosas 27 A - Pol. Ind. Arinaga
35118 Agüimes - Arinaga (G.Canaria)
pedidoscanarias@grupoatlanta.es
Tel. 928 181 457 - Fax: 928 184 786

Delegación Tenerife

C/ Plasencia, 43
Pol. Ind. Llano del Camello
Las Chafiras (San Miguel de Abona)
38639 Tenerife
pedidostenerife@grupoatlanta.es
Tel. 922 071 791 - Fax: 922 735 871

Delegación Palma de Mallorca

Carrer Marroig, 6 B Nave A 78
Pol. Ind. de Son Noguera
07620 Llucmajor (Palma de Mallorca)
pedidosbalears@grupoatlanta.es
Tel. 971 592 006 - Fax: 871 903 335

Delegación Portugal (Lisboa)

N.I.P.C.: 514 271 450
Cactus River LDA
Business Parque Tejo XXI
E.N. 1 Km 29, Gelfas
Rua 1, Nave 8 - 2600 - 659
Castanheira do Ribatejo
Vila Franca de Xira
Email: encomendas@grupoatlanta.pt
Tel. 211 125 573 - Fax: 263 037 709

atlanta

el ingrediente del éxito

Si quieres sorprender
a tus clientes en la mesa
de tu restaurante, ya nos
has encontrado, sabemos
como puedes hacerlo



Síguenos en



Calidad
desde 1992

Distribución
própia



Bienvenido a *Ñam! ñam!*

Es todo un gusto darte la bienvenida a Ñam! Ñam!, la nueva revista de la Federación de Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE). Un proyecto que nace con la misión de reunir entre sus páginas a todos los profesionales y amantes de la gastronomía. Ñam! Ñam! es un lugar de encuentro para todos vosotros. Una publicación trimestral para poder sumergirnos entre una serie de entrevistas, artículos, reportajes y noticias relacionados con lo que más nos gusta.

El mundo de la gastronomía ha evolucionado mucho en los últimos años, y nosotros con ella. Ese desarrollo que podemos observar en nuestro día a día es el que hemos tratado de plasmar en las siguientes páginas a través de publicaciones que, de una u otra manera, abarcan las principales tendencias de la gastronomía: la gestión, la digitalización, la salud, las experiencias de consumo y las nuevas técnicas de cocina.

Es nuestro deber dar voz a la gastronomía nacional como Marca España, y los hacemos también dando cabida y difusión al fenomenal trabajo que realizan todas nuestras asociaciones a diario. Su trabajo es el que nos permite crecer y desarrollarnos de manera continua, así como de posicionar FACYRE como un referente para de los cocineros y reposteros de nuestro país.

También contamos con la contribución de nuestros colaboradores, expertos en el sector de la Hostelería. Su apoyo ha sido y es esencial para el desarrollo de esta revista, el crecimiento de la Federación y, en definitiva, del sector. Estos son algunos de los ingredientes que hemos empleado para elaborar Ñam Ñam! Una revista para disfrutar y devorar, como si de tu plato favorito se tratase.

¡Que aproveche!

Diego Olmedilla,
*Director General
de FACYRE y
presidente de Aplus
Gastromarketing*



BIENVENIDO A ÑAM ÑAM! / 3

ENTREVISTAS:

Mario Sandoval / 6

TENDENCIAS:

La evolución de la tecnología en el punto de venta / 10

GASTROMARKETING:

4 claves para impulsar tu negocio de hostelería / 14

INNOVACIÓN:

¡Mamá, he visto un robot en la cocina del restaurante! / 18

REDES SOCIALES:

¿Estás haciendo un buen uso de las redes sociales en tu restaurante? / 23

GASTROJURÍDICA:

¿La gastronomía también necesita un marco jurídico? / 26

SALUDABLE:

Salvemos vidas: unidos contra el atragantamiento / 28

Licotríz / 32

FORMACIÓN:

Cursos Gratuitos Especializados en Hostelería a través de la plataforma adalid / 34

MAKROCHEF:

MAKRO refuerza la apuesta por sus marcas propias para ofrecer el mejor surtido para el hostelero / 36

ACYRES:

Gracias FACYRE de la familia ACYRE Gran Canaria / 38

ASCAIB / 40

EVENTOS:

HIP, el mayor evento de innovación Horeca / 42

Los mejores chefs y profesionales se dieron cita en las IV Jornadas de GastroBusiness / 46

III Edición de los Premios Cubi:

una noche mágica / 50

Gastronomía es femenino / 53

Els Fogons de Plaça gana el concurso Mejores Arroces de España 2018 con su arroz de carbonero / 60

El Día de la Hostelería, el gran homenaje de MAKRO a más de 300.000 hosteleros / 64

EDITA: FACYRE



Tel.: 902 271 902
Editorial MIC www.editorialmic.com

RESTOO

Tu Libro de reservas inteligente. Sin comisiones.

- ✓ Aumenta tus reservas
- ✓ Maximiza la ocupación
- ✓ Elimina No Shows
- ✓ Multiplica el boca a boca
- ✓ Cobra anticipos en 15 segundos
- ✓ Súper fácil e intuitivo



OFERTA ESPECIAL FACYRE
ALTA + 1 MES GRATIS
www.restoo.me/facyre

Restaurantes, Beach clubs y Bodegas en más de
42 ciudades y 3 países ya han gestionado **+23.646.512 PAX**
sin pagar ni una comisión.

www.restoo.me • (+34) 911 680 832

ENTREVISTA MARIO SANDOVAL

“Para mí no existe la gastronomía sin estudio y sin evolución”

ENTREVISTAS

¿Qué tendencias en cocina crees que serán las protagonistas en el 2019?

La cocina saludable es ya una realidad y se potenciará este año. El público quiere comer bien y comer rico, pero cada vez conoce mejor el funcionamiento y la importancia de su cuerpo y de su digestión. Por ello, es más exigente con lo que come, y quiere saber dónde y cómo viene lo que come. Lo saludable se extiende asimismo al entorno y al medio ambiente, y se premiará aún más el producto de proximidad y las cadenas de producto con sentido.

Innovación y ciencia en la cocina. ¿Se seguirá dando importancia al producto o a la forma de cocinarlo?

Seguro para un servidor. Para mí no existe la gastronomía sin estudio y sin evolución. Hace años que colaboro en estudios de investigaciones científicas y lo seguiré haciendo. Siempre partiendo del mejor producto, que cada vez se valora más.

Sostenibilidad Gastronómica. ¿Por qué es importante ser sostenible? ¿Quién crees que debe ser el protagonista en el tema de la sostenibilidad, el chef o el restaurante?

Como comentaba, la sostenibilidad debe ser inherente a cualquier negocio de restauración y de cualquier índole, aunque esa ya no sea mi guerra.

Se debe ser consciente de su importancia por el valor medioambiental que tiene, y porque practicándola también se mejora la calidad y el sabor de los platos. Es mente y cuerpo. Chef y restaurante, restaurante y chef. Tanto monta monta tanto.

La tecnología está transformando paso a paso el mundo de la restauración. ¿Crees que los hosteleros están aprovechando sus ventajas?

Nuestro día a día nos impide a veces estar atentos a todo pero nos vamos enterando. Gastronómicamente sí que nos aprovechamos de las nuevas tecnologías. A nivel de gestión y marketing, aún podemos mejorar. Pero el mundo va hacia ahí.

Una buena oferta gastronómica es un elemento clave, pero no siempre garantiza el éxito. ¿El sector de la hostelería debería renovar sus estrategias de comunicación y publicidad?

El big data, las redes sociales o los portales de internet han cambiado nuestra relación con los clientes y nos tenemos que adaptar. La comunicación, quizá, se ha democratizado y el nuevo boca a boca son los comentarios en Internet, a los que evidentemente prestamos atención. Aunque, para nosotros el boca a boca de siempre es el que más funciona, está claro que todos nos tenemos que adaptar.



Maru Sandrol



El big data, las redes sociales o los portales de internet han cambiado nuestra relación con los clientes y nos tenemos que adaptar. La comunicación se ha democratizado y el nuevo boca a boca son los comentarios en Internet

¿Por qué crees que un cliente elige un restaurante? ¿Boca a boca, redes sociales, el nombre del restaurante, cercanía, por el chef, oferta gastronómica?

Una suma de todo. Debe haber curiosidad, ganas de conocer. Te fiarás de gente que te recomiende pero seguro que también consultas internet, también a influencers en los que también confías. En el fondo, el sentido es el mismo, que te recomienden. La clave es saber llegar al bueno.

Este es el tercer año de HIP. ¿Por qué crees que un evento innovador como HIP es importante para el sector de la gastronomía?

HIP es un congreso relacionado con la gastronomía. Madrid Fusión o Gastronomika sirven para que nos encontremos y veamos en qué estado está la gastronomía, cuáles son las tendencias de cocina y qué hacen tus colegas. HIP sería otro modelo de congreso gastronómico,

¿Te parece que las redes sociales son una buena opción para comunicarse de manera más efectiva con el cliente o crees que sigue funcionando el boca a boca?

Ahora lo comentaba. Tienes que adaptarte al nuevo consumo sin dejar de cuidar como el primer día el boca a boca convencional.



donde conocemos cómo interactuar mejor con nuestros clientes, donde conocemos las últimas noticias de todo aquello que afecta a un restaurante y que no está dentro de la cocina. Es su momento y debemos estar y acompañarle. Debemos aprender y crecer con él.

Ahora hablamos un poco de ti y de tus 7 años como presidente de FACYRE. ¿Qué puede decirnos sobre tu experiencia? ¿Cómo organiza tu agenda para ir a los eventos, cocinar, preparar tus platos y hacer parte de FACYRE?

Soy presidente de Facyre desde 2013, pero dicha condición no me ha impedido crecer como chef y, por ejemplo, haber vivido y liderado con mis hermanos en 2017 el traslado de Coque al centro de Madrid. Si te organizas, puedes compaginar bien. Huelga decir que en Facyre estoy rodeado de un equipo súper profesional que funciona sólo. Estoy muy orgulloso de mi experiencia porque es una orga-

nización que promociona la cocina española y sus productos, como haría yo a título individual. ¿Hay algo más bonito? Además, últimamente es todavía más interesante porque hemos llegado a acuerdos para que otros cocineros e instituciones científicas creen juntos y hemos potenciado la gastronomía entre los más jóvenes mediante el programa Facyre Young. Estoy muy orgulloso. Aunque lo tengo claro, primero soy cocinero.

Y para terminar ¿Cuál es tu plato estrella y el que más te gusta hacer?

En estos 20 años que llevo al frente de la cocina de Coque he hecho muchos platos de los que me siento muy orgulloso. Los que se han llevado a cabo gracias a mi faceta investigadora como la gastrogenómica o los que utilizan polifenoles son especiales para mí, aunque entiendo que a esta pregunta debo responder el cochinito. Es la receta más famosa de Coque, la que habla de nuestra

filosofía. Es un plato de mi familia que nosotros hemos “mejorado” para adaptarlo a la alta cocina actual. Es la receta que más nos representa porque tiene historia, producto y sabiduría adquirida y ampliada. La carne procede de cochinitos propios, de razas Pietrain y Duroc –con menos grasa que otras-, criados también en granjas propias. Además, se hace en un horno especial y, para quitar más grasa y que sea un plato más liviano, lo hacemos en una bandeja con rejilla de modo que el cochinito queda suspendido sobre la rejilla y la grasa cae a la bandeja, consiguiendo que la piel del animal quede crujiente y la carne menos pesada. Invento de mi padre, por cierto. También es importante el tipo de horno y la leña que se utiliza, toda seleccionada por nosotros. Es la raza del cochinito, la edad, la preparación del animal después del sacrificio, el sistema de cocción, el horno, la leña, la mano... Una suma de factores hacen que el cochinito sea el plato estrella. ●

LA EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

*en el punto
de venta*



TENDENCIAS

Cuando decimos evolución está claro que estamos hablando de cambios, en el mundo tecnológico los cambios son muy frecuentes y apenas nos da tiempo a asimilarlos. En los últimos tiempos hemos podido observar una gran evolución en todos los sectores relacionado con el consumo, acompañado siempre de una mejora sustancial de la tecnología que se utiliza en los dispositivos.

*Luis Manzano
Director Comercial en IGT Microelectronics*

Paradójicamente, aunque hace más de 20 años que existen los TPV's en el sector de la restauración, y si bien es cierto que se han realizados avances durante todos estos años, lo cierto es que a día de hoy, todavía quedan muchas cosas por hacer. En el inicio solo era suficiente que

los sistemas cumplieran unos requisitos básicos de cobro, tal y como hacían las máquinas registradoras, pero hoy en día es necesario un sinfín de funciones que hacen del software de punto de venta la herramienta que engloba la gestión del negocio por completo. Ya no basta con cobrar, ahora se quiere llevar

un control exhaustivo de todo lo que gire en torno al establecimiento: control de empleados, control de stock, sistemas de fidelización y marketing, venta cruzada, sistema de promociones, segmentación de clientela, etc ..., y todo ello soportado por un hardware potente y robusto, acompañado por un software rápido e intuitivo que permita a los empleados poder trabajar de una manera ágil y sencilla, y contribuyendo a mejorar la experiencia de compra de los clientes.

Si vamos a cualquier restaurante, es probable que el camarero nos tome nota con un dispositivo móvil, o incluso sea el consumidor el que pida la comida en una pantalla. Es el concepto de movilidad y agilidad, tan presente en nuestro entorno, y que es el responsable de que los dispositivos evolucionen para hacer las tareas más rápidas y más eficientes, adaptando la tecnología para mejorar los procesos de trabajo cotidianos, incluso en los establecimientos de restauración. Es indudable que tendemos a resistirnos a los cambios, y que la novedad produce inseguridad, pero no es menos cierto que ignorarlos no es la solución, de hecho esto nos llevaría a perder competitividad, y a larga sería un factor decisivo en la decadencia de nuestro negocio.

En la hostelería, al igual que en nuestra vida cotidiana, la tecnología pone al alcance de todos soluciones que antes solo eran posibles para unos pocos. Procesos tan complejos como la gestión unificada de varios restaurantes, o la apertura de uno nuevo se han convertido en tareas mucho más simples de realizar y menos costosas, poniendo así al alcance de todos herramientas que no hace mucho tiempo estaban solo a disposición de grandes cadenas. Este proceso de democratización tecnológica no acaba aquí, cada vez las tareas tienden automatizarse más, y cada vez son más los clientes que piden

nuevas formas de evolucionar que les permita mejorar su negocio. En cierto modo el ciclo está variando, ya no solo se trata de introducir herramientas tecnológicas en la hostelería, sino también de satisfacer las demandas de los clientes que ya saben la ventaja competitiva que supone automatizar determinado proceso.

Es cierto que en un restaurante el proceso de venta está ligado a una agilidad y complejidad que no es común a otros tipos de negocios. Pero también es verdad que comparte la mayor parte de procesos de cualquier empresa, por tanto se comporta como tal, con sus clientes, productos, proveedores, empleados y almacenes. Donde también es necesario dar entrada a la mercancía, y posiblemente realizar traspasos de un almacén a otro, y sin duda manipular la materia prima para fabricar el producto que finalmente

“El TPV ha pasado de ser el sistema de cobro a un sistema de gestión integral, incluyendo el proceso de cobro como una funcionalidad más. Es el encargado de la coordinación entre diferentes departamentos, mejorando la eficiencia del negocio y ofreciendo una experiencia más satisfactoria al cliente”



vendemos al cliente. Esta realidad ha obligado a una profunda evolución en el software de punto de venta.

El TPV ha pasado de ser el sistema de cobro a un sistema de gestión integral, incluyendo el proceso de cobro como una funcionalidad más. Es el encargado de la coordinación entre diferentes departamentos, mejorando la eficiencia del negocio y ofreciendo una experiencia más satisfactoria al cliente. Un ejemplo evidente es cómo la automatización de la captura de comandas ha influido en la relación entre la sala y la cocina (producción). En la sala se toman las comandas con dispositivos móviles, smartphones o tablets, y son enviadas a los puntos de elaboración en la cocina o barra, para ser impresas o mostradas en monitores o ambas cosas a la vez. Esta

comunicación entre sala y cocina abre un canal bidireccional entre ambos departamentos. Por tanto no solo las comandas llegan a cocina, sino que también desde cocina podemos gestionar la disponibilidad de los productos de la carta, o notificar de que el plato está preparado entre otras posibilidades.

Sorprendentemente a día de hoy, y a pesar de todo lo que hemos comentado, la mayor parte de empresarios de la restauración no valora la tecnología del punto de venta, solo se percibe como el último eslabón de la venta al cliente, cuando le pide la cuenta y han de entregarle un ticket bonito. O bien consideran el TPV como un mueble más de la decoración, con una pantalla mucho más vistosa y elegante que la caja registradora a la que ha sustituido.

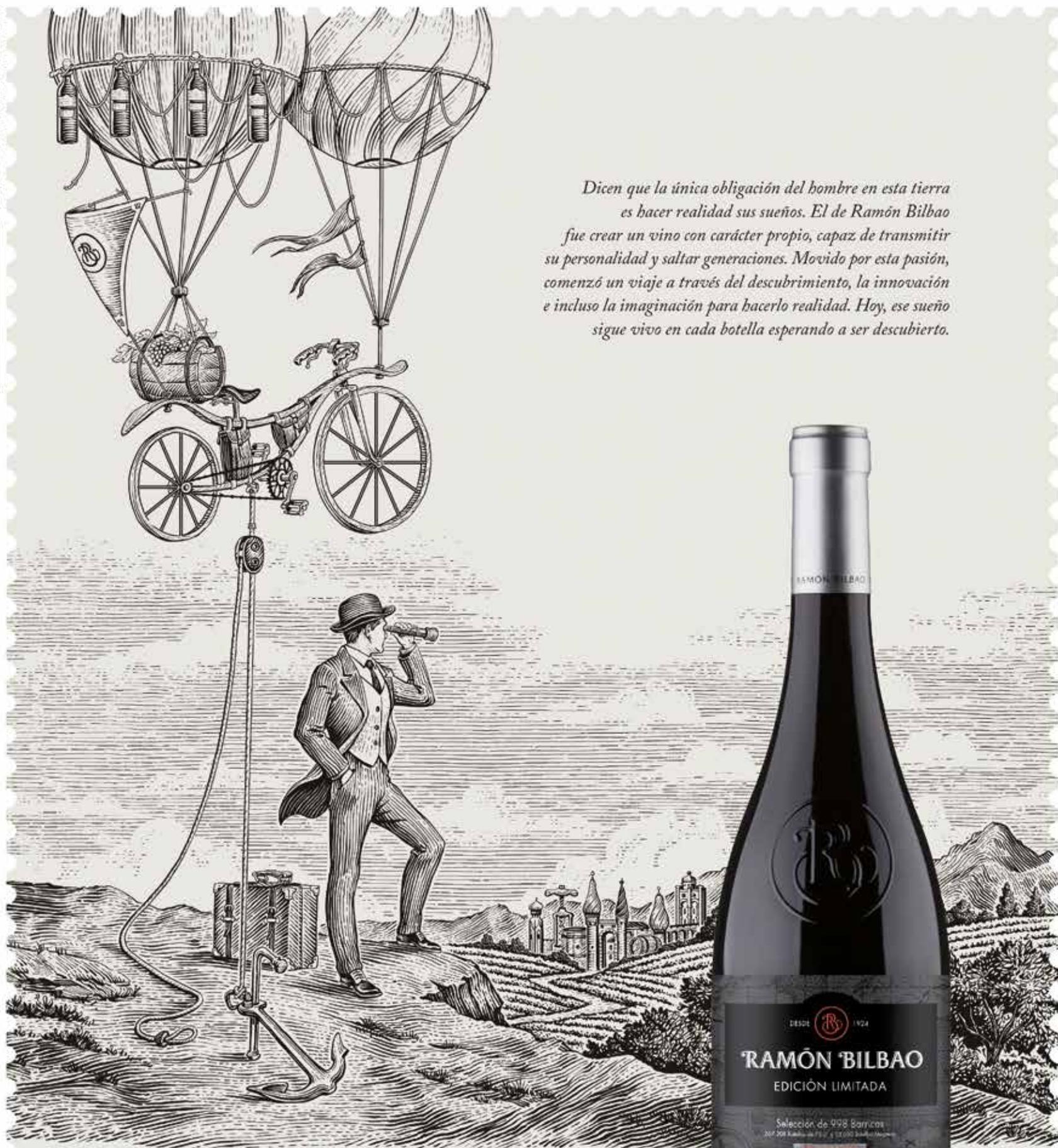
Para cualquier empresa es vital conocer los costes, márgenes, ciclos de venta, rentabilidad de productos, es decir, disponer de información del negocio detallada y veraz que permita tomar las decisiones adecuadas en cada momento. En un mundo tan competitivo, nos cuesta imaginar que una empresa pueda perdurar en el tiempo si sus decisiones se basan solo en la intuición y en la tradición heredada. Ya no sirve pensar que si hay dinero en caja significa que el negocio va bien, la conocida como la "cuenta de la vieja" solo nos llevará al desastre. El TPV nos da la información necesaria para poder llevar el rumbo de nuestro restaurante con decisiones acertadas, que permitan optimizar los costes y mejorar la eficiencia significativamente.



EL VINO SÓLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN

WINE in MODERATION .es
Art. de Vinos

Dicen que la única obligación del hombre en esta tierra es hacer realidad sus sueños. El de Ramón Bilbao fue crear un vino con carácter propio, capaz de transmitir su personalidad y saltar generaciones. Movido por esta pasión, comenzó un viaje a través del descubrimiento, la innovación e incluso la imaginación para hacerlo realidad. Hoy, ese sueño sigue vivo en cada botella esperando a ser descubierto.



EL VIAJE COMIENZA AQUÍ

   www.bodegasramonbilbao.es

DESDE  1924

RAMÓN BILBAO

4 CLAVES para impulsar tu negocio de hostelería

Pablo Bellenda

Director de Comunicación de Aplus Gastronoming



GASTROMARKETING

Muchos os preguntáis qué es lo mejor para vuestro negocio ¿debería usar redes sociales? ¿influencers? ¿sesión de fotografía? Son muchas los factores que hay que tener en cuenta para mejorar tus ventas. No hay una forma 100% efectiva, porque si no, todo el mundo lo haría. Lo que si podemos hacer es recomendarte una serie de pasos, desde lo que necesitas para poner en marcha la comunicación de tu empresa hasta la guinda del postre para alcanzar a la competencia. ¡Vamos allá!



PRIMERA CLAVE: LA PÁGINA WEB

Es esencial tener una página web, no porque la tenga el restaurante vecino, sino porque, como sabes, la competencia es muy grande en la hostelería. Si no puedes hacer una gran inversión recomendamos una página web hecha en Wordpress en la que se utilizan plantillas, por lo que el costo es menor que si te hacen la web desde cero.

¿Qué apartados esenciales debería tener tu web?

Una zona de quiénes somos para contar la filosofía de tu negocio, una zona donde poder ver tus menús y cartas. También una zona de contacto donde venga integrado el mapa de Google Maps y, lo más importante, un botón de reserva que tenga un color llamativo para que el cliente pueda reservar en pocos pasos.

SEGUNDA CLAVE: LAS REDES SOCIALES

Si ya te has atrevido con la web, queda lo más importante de tu negocio; las redes sociales. Son una herramienta fundamental

para mostrar tus productos y uno de los mejores boca a boca 2.0 del momento. Piensa que mucha gente va a ir a tu restaurante o va a hablar de tu marca y hacerte... ¡publicidad gratis! Pero, ¿qué sucede si no estás en redes sociales? Pues que hablarán de ti bien, y no les podrás dar las gracias para que vuelvan de nuevo a tu local o mal, es decir, no te podrás defender. Además, las críticas son una buena forma de hacer mejoras con tu negocio, tanto en la parte culinaria como en la parte del equipo. Las redes sociales son la mejor herramienta para interactuar con tus seguidores y encontrar nuevos.

TERCERA CLAVE: SEO Y SEM

Si has llegado a este punto es porque quieres que tu empresa destaque, por ello es esencial realizar SEO y SEM ¿Te suena a chino? El SEO consiste en posicionar tu página web en los principales motores de búsqueda como Google a través de

palabras clave. Una palabra clave puede ser "restaurantes Madrid" Es decir, el tipo de búsqueda que haría un usuario cualquiera en Google. Para realizar un buen SEO hay que elegir las palabras clave que estén relacionadas con tu negocio, es decir, se hace un estudio con anterioridad. Esas palabras clave se integran en tu página web y ya, si tienes un blog, mejor que mejor. Ya que lo que le gusta a Google es contenido fresco y actual, por lo que, si escribes con asiduidad usando palabras clave en tu blog, Google te pondrá en las primeras posiciones.

Esto es a grandes rasgos lo que es el SEO. Vamos con el SEM. Para todos aquellos que sean muy impacientes y les cabrea que su competencia salga siempre en las primeras páginas recomendamos SEM. Funciona como una subasta, compras palabras clave y haces anuncios que se pueden mostrar en las primeras páginas de Google o bien en otras páginas web

relacionadas con la gastronomía (moda, viajes, lifestyle...). Cuando alguien pincha en tu anuncio, estás pagando por ese cliente potencial. Por ejemplo si tu palabra clave es "restaurante Madrid" y esa palabra clave cuesta 1'5 euros significa que tendrás que pagar esos 1'5 euros por el click del usuario, compre o reserve en tu web o no. Por lo que si ves un negocio que aparezca en las primeras páginas de Google y que pone "anuncio" no le des por curiosidad, sino que es mejor hacer scroll y elegir otra entrada, ya que si no, harías pagar al negocio 1'5 euros o lo que cueste la palabra clave.

CUARTA CLAVE: INFLUENCERS.

Ahora mismo es de los grupos más odiados del momento. Algunos se aprovechan para poner malas críticas en redes sociales. Otros tienen seguidores falsos. Pero hay que decir que en su mayoría son gente que



ama la gastronomía como tú y como yo. Si alguna vez os llega un mensaje privado por Instagram de un influencers, lo primero que tenéis que hacer es mirar el número de seguidores. Si es menos de 10k, en redes sociales la k equivale a mil, mejor que vuelva cuando su número de seguidores sea mayor. En el caso de que tenga más de 10 k mira a ver cuántos likes tiene, más de 300 es una buena cifra. Y, si sus seguidores tienen nombres un tanto raros o con pocos seguidores, no te fiés. Métese aleatoriamente en 4 o 5 y si tienen un seguidor o ninguna publicación hecha, malo.

La clave para elegir un influencer es el sentido común, ya sabes, el más común de los sentidos. Usar influencers te puede dar un buen empujón a tu negocio. Ya hay restaurantes que hacen rebajas de los platos según el número de likes que tengan los clientes, siempre que hagan su respectiva foto ¿no es mala idea, verdad?

Estas son las principales claves para que tu negocio despegue, pero hay muchas más propuestas que recomendamos que integres a tu comunicación. Aquí te damos unas cuentas:

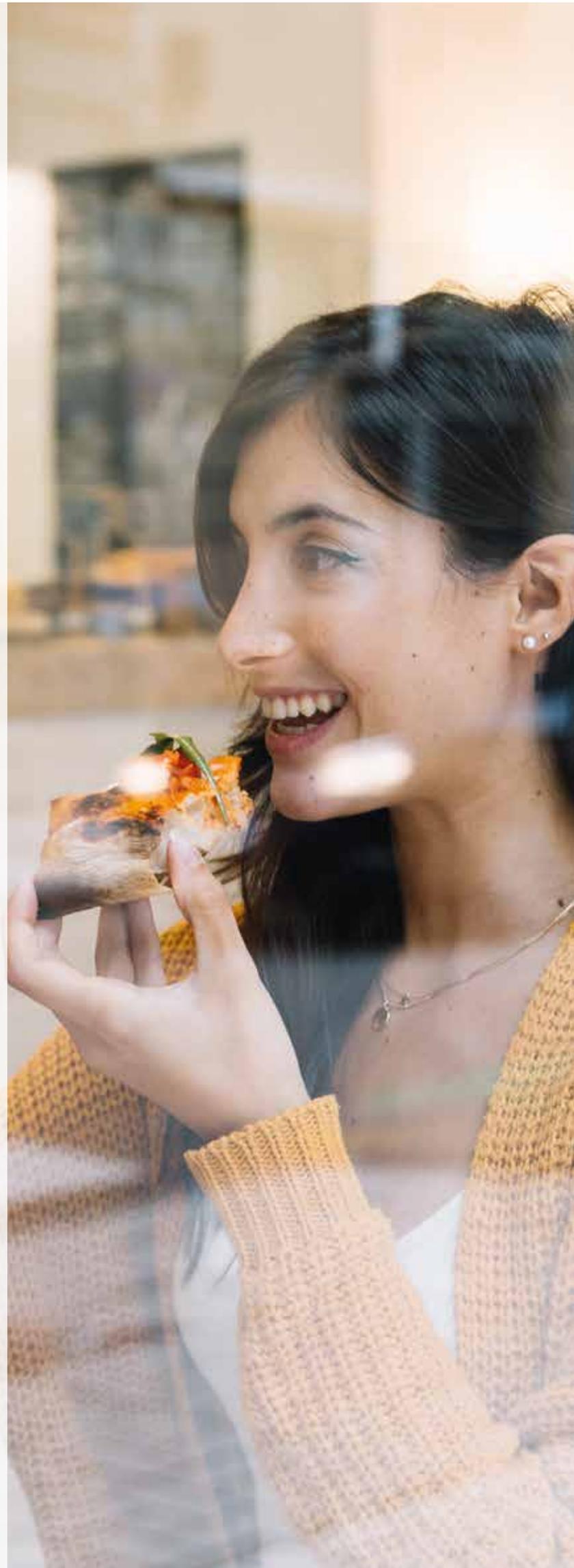
Fotografía profesional: Unas fotos bonitas son la clave para que la gente se le haga la boca agua con tus platos.

Taxi Butler: Un sistema que permite al cliente llamar a un taxi tan solo apretando un botón. Sin duda, un detallazo para el cliente.

Concursos: Un concurso al año no hace daño. Bueno, mejor si es cada mes. Crecerás en seguidores y la gente estará encantada de que tu negocio este "vivo".

Flyers: Si les funciona a las pizzerías, ¿por qué no te va a funcionar a ti? Date a conocer en el barrio.

WIFI: Sí, es un incordio ver a alguien con el móvil en la mesa. Pero recuerda que esa gente es la que hace fotos de tus platos y los sube haciéndote publicidad gratis.





Seguro. Simple. Efectivo.

**TUS MARCAS
DE TODA LA VIDA,
AHORA EN EL SECTOR PROFESIONAL**



cada experiencia cuenta™

¡Mamá, he visto un robot en la cocina del restaurante!

Marius Robles
Co-founder en ReIMAGINE FOOD



INNOVACIÓN

Restauroides, jefes de cocina asistentes de robots, robots baristas, ChefBots, etc. se ha iniciado una auténtica ‘robolution’ en las cocinas de los restaurantes de todo el mundo, especialmente de comida rápida, pero como toda disrupción, no está exenta de debate y detractores. ¿Llegaremos a tener restaurantes con estrellas Michelin liderados por robots? ¿Pueden los robots hacer comida que tenga mejor gusto? ¿Deben los restaurantes reemplazar a los humanos con tecnología?

“Es la primera vez que se puede hacer pan de una manera totalmente automatizada, de principio a fin”. A principios de Enero, me levantaba en el M Hotel de Singapur escuchando estas palabras en TV. Eran formuladas en la última edi-

ción del CES de Las Vegas por el Dr. Randall Wilkinson, CEO de Wilkinson Baking Company, durante su presentación del BreadBot, un robot para hacer pan de forma totalmente revolucionaria.

Después de vestirme, y bajar a desayunar, me encuentro con EggBot, un robot que me prepara milimétricamente cómo deseo mi tortilla. En su punto perfecto.

De la misma forma, cuando viajo a San Francisco, observo que no estamos tan lejos de comprobar que sus habitantes empezarán a ver en la entrada de los restaurantes letreros que indiquen 'Food made by Robots' para diferenciarlos de aquellos restaurantes cuya cocina ha sido preparada por humanos. San Francisco está tan lleno de bots y aplicaciones que podría comer el desayuno, el almuerzo y la cena sin interactuar con un ser humano, y no me refiero exclusivamente a la entrega a domicilio.

En el mismo San Francisco te puedes encontrar con el afamado Creator, un *Robot Burger Restaurant* que lleva el lema de "la primera hamburguesa robotizada del mundo", y que ha contado con el respaldo de Google para conseguir una inversión superior a los \$18 millones. Creator tiene capacidad para hacer 200 hamburguesas hora, consiguiendo en menos de 5 minutos crear una hamburguesa personalizada a un precio de \$6. Considerado un logro de ingeniería increíblemente avanzado, **no está desprovisto de equipo humano, eso sí, ocupan un rol de "asistentes de robots"**. Sus funciones quedan centradas en atender órdenes y entregar las bebidas y las hamburguesas.

Me pregunto si en breve empezaremos a ver ofertas de trabajo donde en lugar de poner 'Se Busca Cocinero-Jefe de Cocina' indique 'Se busca asistente de robots'. Nos guste o no, actualmente existen más de 1,63 millones de robots funcionando en el planeta y que nos toca convivir con ellos aunque para muchos nos parezca que son invisibles.

2019 será el año en el que comenzaremos a sentir que estamos viviendo en el futuro. Y ese motivo puede resumirse en una simple palabra: ROBOTS. No se trata de entrar a valorar si se producirá o no la revolución de los robots, porque está ya comenzado.

Ya disponemos de robots con capacidad de limpiar nuestro inodoro, recoger nuestra habitación, en nuestras peceras, jugando a baloncesto, golf, tenis, pingpong o bádminton, aspirando nuestras casas, como trapeicistas, montando nuestros muebles de IKEA, doblando la ropa, vigilando los océanos, como enfermeros o cirujanos, como profesores, como peluches, como juguetes sexuales, cuidando a nuestros padres, como compañeros de trabajo en las fábricas, en nuestro estómago y en nuestros corazones.

Y si, también en nuestras cocinas y la de los restaurantes. No siempre adoptan la forma terrorífica de un robot humanoide o un brazo robótico, pueden estar introducidos en un asistente de voz o un quiosco digital. En EE.UU. hay más de 200.000 dispositivos con pantalla táctil en 8.000 restaurantes. A partir de 2020, McDonald's implementará quioscos de pedidos

El 73% de las tareas que realizan los trabajadores en el servicio de alimentos de comida rápida tienen potencial de automatización



No estamos lejos de observar a los habitantes de San Francisco que empezarán a ver en la entrada de los restaurantes letreros que indiquen ‘Food made by Robots’ para diferenciarlos de aquellos restaurantes cuya cocina ha sido preparada por humanos

de autoservicio en todas sus ubicaciones de Estados Unidos. Otras cadenas, incluidas las marcas rápidas casuales como Panera y las marcas de comidas informales como Chili's, ya han adoptado esta tendencia.

Pero esto es solo el principio. **Ahora la digitalización y automatización dará paso a la robótica inteligente.** La automatización está afectando a la industria alimentaria en gran medida y ahora grandes empresas de capital de riesgo e inversión están invirtiendo dinero en compañías que están desarrollando tecnologías que permiten que los alimentos y bebidas se procesen, preparen, cocinen y entreguen más rápido y más económicos, ya sea en un restaurante, una cafetería, o coctelería.

El año 2018 nos ha permitido **conocer muestra de ello con casos de robotización y automatización de restaurantes que buscan que la palabra error humano pase a mejor vida.** Ejemplos como el mencionado Creator, Eatsa, Wow Bao, Spyce, Zume Pizza, Caliburger con el robot Flippy, Makr Shagr, Robobar, Typsy, Ekim, Mechanical Chef o Robot Themed. Robots que pretenden sustituir a los baristas como Monty Cafe en Moscú, Henna Cafe en Japón, Robot Café en Dubai, Teabot en Canadá, Ratio en Shan-

ghai, B;eat en Corea del Sur, Briggo en Austin o Cafe X en California.

A ellos se une la revolución que se acerca en el continente asiático:

Alibaba ha empezado a implementar restaurantes robotizados –Robot.He- en sus más de 57 supermercados Hema. En el primero de ellos ha invertido siete millones de yuanes (€900.000). En cuatro meses habrán recuperado la inversión: pueden servir hasta 1.500 comidas al día en fin de semana.

JD.com ha abierto su primer restaurante robotizado en Tianjin (China). La segunda mayor empresa de e-commerce de China, planea abrir a partir de agosto y hasta el 2020, 1.000 restaurantes con un equipo completo de robots

La cadena de restaurantes más grande de Asia por valor bursátil (Haidilao) se asoció con Panasonic Corp. de Japón para abrir lo que las dos compañías dicen que es el primer restaurante del mundo con una cocina totalmente automatizada. El primer restaurante lo abrieron el pasado 28 de Octubre en Pekín. La joint venture empezó con una inversión de \$20 millo-



nes. El objetivo es expandir el modelo a más de 5.000 restaurantes.

Pero señoras y señores, esto es solo el principio, y la punta del iceberg de todas las nuevas iniciativas que están por salir. 2019 será cuando todos estos emprendimientos pasarán de los programas piloto y las pruebas para convertirse en una parte más de nuestra vida cotidiana. Para los restaurantes, los locales de alto tráfico y alto volumen serán los primeros en sumergirse más profundamente en el juego de la robótica.

¿Qué motivo nos está llevando a acelerar la entrada de los robots en los restaurantes?

Me centro en la más radical y que no todos los restaurantes observan con absoluta claridad: **el 73% de las tareas que realizan los trabajadores en el servicio de alimentos de comida rápida tienen potencial de automatización.** Después de cinco años donde muchos restaurantes han intentado automatizar sus operaciones



sin mucho éxito, debido a los altos costes fijos y las complejidades técnicas, ahora vivimos un segundo ciclo evolucionado y que ha permitido depurar los errores y permitir a estas compañías centrarse en lo relevante y en lo que es verdaderamente sustituible.

La introducción de la automatización puede ayudar a los restaurantes con tareas repetitivas y de baja productividad permitiendo a los empleados atender mejor a los clientes, que los alimentos que se sirvan sean más consistentes en calidad, permita que se gasten más recursos en mejores ingredientes y contribuye a una operación general más sostenible.

En el mundo de los alimentos, esto también puede significar hacerse cargo de trabajos peligrosos que involucran desde freidoras hasta hornos a altas temperaturas. Y dado que los robots pueden funcionar las 24 horas del día, son ideales para hacer alimentos y/o entregas de pedidos durante todo el día.

Aun así, esta *robolution* no será propicia para una transi-

ción fácil. Por este motivo, no es de extrañar que nos encontremos que Jane Kim, supervisora del Condado de San Francisco, explorase el año pasado la posibilidad de **implementar un impuesto a aquellas compañías de alimentación que utilizan robots**, para así ayudar a compensar la devastación económica que podría suponer una fuerza laboral robótica. Esta evolución ha cogido desprevenido hasta al propio Steven Mnuchin, Secretario del Tesoro de Trump, que a principios de este año dijo que la amenaza de que los robots ocuparan empleos humanos "ni tan siquiera estaba en el radar para antes de 50 años."

El ejemplo de su repercusión lo tenemos en *The Culinary and Bartenders Unions*, el sindicato de trabajadores de hostelería de Las Vegas que agrupa a 50.000 personas y que llegó a amenazar el pasado mes de junio con realizar una jornada de huelga, argumentando que **no quieren perder su puesto de trabajo por culpa de los robots**.

Pero ¿y si el problema de raíz no nace en la sustitución del personal sino en la escasez severa de encontrar trabajadores de comida rápida?

Los expertos hemos advertido durante años que los robots reemplazarán a los humanos en los restaurantes. En cambio, se está desarrollando un giro en la razón de dicha predicción, y pongamos simplemente el foco en EE.UU. **En medio del desempleo más bajo en años, los restaurantes de comida rápida en EE.UU. –tasa de paro del 3,9 por ciento– están recurriendo a los robots, no para deshacerse de los trabajadores, sino porque no pueden encontrar suficiente mano de obra.**

The Wall Street Journal mencionó en abril que **existían 844.000 vacantes en el sector**, según datos del Departamento de Trabajo de

EE.UU. Esto representa aproximadamente uno de cada ocho empleos disponibles en Estados Unidos.

Hace dos años el ex presidente ejecutivo de McDonald's, Edward H. Rensi en declaraciones a Fox Business, comentó que si en el sector de la hostelería de EE.UU. se llega a producir la subida del salario mínimo a 15 dólares la hora, prevista para el 2022, la revolución de los robots se producirá de forma anticipada y a una mayor velocidad. Rensi mencionaba que es más económico comprar **un brazo robótico de 35.000 dólares que contratar a un empleado que es ineficiente.**

¿Colonizarán los robots los restaurantes?

No creo, o al menos a corto plazo. Observo dos olas de cambio. Una primera, que ya se ha iniciado, y que hablaremos de robots colaborativos, donde la automatización estará dirigida a manejar tareas repetitivas, peligrosas y aburridas para que los empleados puedan concentrarse en un trabajo más humano. En esta ola, las personas todavía serán una parte clave de su negocio, aunque a lo mejor algunas de ellas gestionarán el negocio desde la distancia y de forma remota. Un robot –de momento– no podrá decirte si una pizza realmente sabe bien. La tecnología aumentará a las personas, no las reemplazará. La IA y los bots liberarán a las personas para agregar valor a los restaurantes, aunque esto suponga redefinir y repensar qué entendemos por restaurante.

La segunda ola, que se iniciará en 2035, será más intrusiva. Una sociedad más envejecida, con un alto grado de gente que comerá sola y donde la nutri-genética y la alimentación personalizada por fin serán una realidad...mucho me temo que dejaremos esa faceta en su mayoría en manos de los robots.



TORREÓN
IBÉRICOS

SALAMANCA

PRIMER FINALISTA
JAMÓN DE BELLOTA IBÉRICO
— 2018 —
PREMIO
alimentos de España
AL MEJOR JAMÓN

ÚNICO
EN SU
ESPECIE

Visítanos en SALÓN GOURMETS
8-10 de abril
Stand: 10K12
Ifema Madrid



www.ibericostorreon.com

Si eres de los que llevas las redes sociales de tu restaurante porque eres un todo terreno o eres de aquellos que pone al primo porque “él sabe de eso de redes sociales” esta página te va a interesar. Echa un vistazo a estos consejos y piensa: ¿Estoy haciendo un buen uso de mis redes sociales? En menos de lo que fríes un huevo vas a saberlo.

¿Estás haciendo un buen uso de las REDES SOCIALES EN TU RESTAURANTE?

5 CONSEJOS A TENER EN CUENTA EN FACEBOOK

Pablo Bellenda

Director de Comunicación de Aplus Gastromarketing



REDES SOCIALES

¿Actualizas la cover de tu página de negocio en Facebook?

Muy pocos saben que en la página de portada de Facebook se pueden añadir fotos, vídeos y lo que quieras. Aprovecha para poner tus promociones. Lo bueno, es que cada vez que actualices tu cover, todo el mundo se enterará, ya que funciona como una publicación. A Facebook le encanta que actualices tu fanpage ¡Aprovéchalo!

¿Tienes activado el botón de mensajes de Facebook?

Pues puedes hacerlo mucho mejor. Antes se usaba mucho el botón de mensaje porque Facebook no te daba otras posibilidades. Ahora, puedes cambiarlo por un botón de reserva. Puedes editarlo para que lleve al botón de reservas de tu web y también para que reserven directamente por privado de Facebook. Sí, el botón de Facebook es

como el cerdo, se aprovecha hasta los andares.

¿Estás seguro que tus clientes pueden acceder a tu menú?

¿Cuántas veces te piden el menú o carta por Facebook? ¿Tres veces? ¿siete? ¿siete mil? En la barra lateral izquierda puedes incluir tu menú debajo de la zona de información de tu negocio. De esta forma, si visitan el perfil de tu página de ne-

gocio podrán acceder fácilmente a él. Si, lo sabemos, no hemos dicho donde se cambia. ¡Paciencia! Para añadir tu menú vas a la zona de información en la parte de la barra lateral izquierda, haces click en información y en la parte derecha aparecerán varias opciones. En una de ellas podrás ver que pone "Incluir menú" Allí podrás subir tu menú en PDF. ¡De nada!

¿Seguro que estás usando bien la foto de perfil?

Mucha gente confunde un logotipo con un isotipo. El logotipo puede llevar las letras de "Restaurante La mar de bueno". Pero, ¿Qué sucede si ponemos el nombre del restaurante en una foto de perfil que, en realidad, es un círculo de unos pocos centímetros? Exacto, no se ve nada. Pista: el isotipo del "Restaurante La mar de bueno" podría ser un ancla de un barco.

Por ello, se crearon los isotipos, que son los iconos más reconocibles de las marcas. Por ejemplo, el isotipo de Facebook es la F, de Twitter el pajarito y de Nike el símbolo de victoria. Si tu restaurante se llama Restaurante Manolo y no tienes mucha idea de diseño, puedes quedarte con la M en negro y fondo en blanco. No será el isotipo del siglo, pero te quedará muy elegante en redes sociales. Re-

cuerda que el nombre de tu bar o restaurante aparece al lado de la imagen, por lo que no te preocupes que la gente sabrá cómo se llama tu negocio.

¿Pones más de 3 hashtag en Facebook?

Facebook no es Instagram, no se pueden poner decenas de hashtags. Si ves que alguien lo hace es porque quizás tenga activado que todas las publicaciones que tenga de Instagram se publiquen automáticamente en Facebook. Esto es un error porque estaría desaprovechando todas las posibilidades que nos da Facebook. Desde encuestas, vídeos, GIF, nuevos formatos hasta la posibilidad de crear campaña específicas de Facebook Ads para llegar al público que quieres que vaya a tu restaurante. ¡Ah! ¡Que estas son las cosas que te pasan a ti? No te preocupes, si sigues leyendo te daremos el mejor consejo de todos.

A día de hoy, no hace falta decir que las redes sociales son un instrumento muy importante para cualquier negocio. Y en el caso de los restaurantes, un elemento imprescindible para su crecimiento y consolidación. Ayudan a adquirir visibilidad, presentar platos, conseguir nuevos clientes, promocionar menús, comunicar ofertas,

recibir reservas,... En definitiva, suponen un canal de comunicación directa clave que no exige una gran inversión en comparación con otros posibles canales.

En Aplus no solo somos expertos en redes sociales, sino que además estamos especializados en Gastromarketing. Actualmente, ya ayudamos a más de 25 restaurantes, locales y negocios a potenciar sus redes. Organizamos junto a cada cliente un calendario de acción y publicación de imágenes, vídeos y contenidos creativos personalizados según sus características y necesidades. También, nos encargamos de mantener constante la interacción con los usuarios de las diferentes redes sociales y activo el crecimiento de las mismas.

¿Quieres una auditoría gratis y sin compromiso de tus redes sociales?

Desde Aplus Gastromarketing, queremos ayudar a tu restaurante. Envíanos un correo a redes@aplusmk.com con algunos de los datos más importantes de tu negocio y te presentaremos un informe personalizado y totalmente gratuito para explicarte cómo se pueden mejorar.



Comprometidos
con la innovación
en hostelería
desde 1988



Contacta con nosotros
91 381 43 32 | www.up-spain.com

Up

SPAIN

¿La **gastronomía** también necesita un marco jurídico?

*Alfredo Gómez-Acebo Dennes
Abogado. Socio de Cremades & Calvo-Sotelo.
Secretario General de la Asociación Europea
de Derecho y Gastronomía (AEDG)*

En estos días nos hallamos organizando y celebrando el **II Congreso Europeo de Derecho y Gastronomía** (18 de febrero de 2019 en HIP-2019, Ifema – Madrid-). Esta iniciativa que se puso en marcha hace más de dos años de la mano de un grupo de trabajo liderado por el Despacho Cremades & Calvo-Sotelo Abogados y la Real Academia de la Gastronomía, cree firmemente que la gastronomía, junto a toda la industria que la rodea, como realidad social, merece ya un detenido análisis desde el punto de vista jurídico para su debida organización, sistematización y articulación normativa a través de una ley de protección integral de la gastronomía.

En efecto, **la gastronomía en España es líder indiscutible en variedad, calidad, autores, innovación**, se exporta de

forma indisoluble junto a la Marca España, y tiene un evidente reconocimiento a nivel mundial. Es preciso afrontar sin demora la evidente escasez de regulación -cuando no vacío legal- que se hace cada vez más palpable con los cambios que se suceden en este sector, cambios en su concepción, cambios en sus modelos de negocio, y con motivo del desarrollo en creatividad e innovación de nuestros autores.

El objetivo que persigue este grupo de trabajo que además ha creado la **AEDG, Asociación Europea de Derecho y Gastronomía**, con sede en Madrid- es crear un marco jurídico que promueva el correcto desarrollo del sector para consolidar esta industria como pilar fundamental de nuestra economía.

Como primer paso, se organizó y celebró dentro del marco del HIP en febrero de 2018 la primera edición del Congreso con la colaboración de FACYRE, el cual, verdadero éxito de convocatoria y participación, fue inaugurado por el entonces Ministro de Justicia D. Rafael Catalá Polo, y su Comité Organizador estuvo presidido por D^a Benita Ferrero-Waldner (ex Comisaria Europea de Relaciones Exteriores) y el D. José María Álvarez del Manzano (ex Alcalde Presidente del Ayuntamiento de Madrid). A lo largo de aquella jornada, a través de distintas mesas de trabajo compuestas por juristas de reconocido prestigio y destacados profesionales del sector de la gastronomía como Mario Sandoval, Pedro Larumbe o Juan Antonio Medina, se analizaron los principales frentes jurídicos que afectan la Gastronomía en su actividad y desarrollo. En efecto, se analizó la necesidad de impulsar el desarrollo de medidas dirigidas a la **protección de**





La gastronomía en España es líder indiscutible en variedad, calidad, autores, innovación, se exporta de forma indisoluble junto a la Marca España, y tiene un evidente reconocimiento a nivel mundial

Las creaciones de obras culinarias y los procesos de investigación e innovación que llevan aparejados, medidas que fortalezcan un marco laboral y de formación estable en el sector, la revisión coherente del marco normativo de obligaciones del profesional de la gastronomía, la introducción de la educación alimentaria, nutrición y gastronomía en los programas de educación Infantil, Primaria y de Educación Secundaria Obligatoria, poniendo especial atención en aquellos elementos vinculados a las nuevas tecnologías que afectan a la gastronomía en esta era digital.

juristas, un trabajo que, sin duda, será referencia para los años venideros.

Al igual que organizaciones tan prestigiosas como FACYRE persiguen el crecimiento y reconocimiento del mundo gastronómico, los juristas queremos ayudar a hacer crecer el sector y aportar soluciones y seguridad a sus profesionales. Es sólo un ejemplo más de la importancia del Derecho en nuestra sociedad y, con el eco del congreso, constataremos la importancia del Derecho en la gastronomía.

Ahora, en febrero de 2019, el II Congreso, abordará la futura Ley General de la Gastronomía, la protección de las creaciones e innovaciones de la mano de la propiedad industrial, la gastronomía solidaria y sostenible –food waste y huella en el entorno, responsabilidad social-, y la gastronomía saludable –seguridad alimentaria y etiquetado-. Todo ello bajo el prisma de la era digital y el Derecho.

Además, daremos a conocer la primera obra colectiva de carácter jurídico en la materia, coordinado por la AEDG, la cual reúne los trabajos de más de veinte relevantes



Salvemos vidas: UNIDOS CONTRA EL ATRAGANTAMIENTO

Óscar Picazo
Fundación MAPFRE

¿QUÉ ES SOS-RESPIRA?

El programa SOS-Respira es una campaña de sensibilización ante el atragantamiento, promovida por Fundación MAPFRE, la Sociedad Española de Medicina de Urgencias (SEMES) y la Federación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE).



Según datos del Instituto Nacional de Estadística, todos los años fallecen en España más de 2.000 personas a causa de atragantamientos que producen una obstrucción de la vía aérea (OVACE). Esta es una urgencia sanitaria tiempo dependiente en la que es necesario actuar de forma inmediata.

OBJETIVOS

- » Sensibilizar ante una realidad que no es reconocida por la mayor parte de la sociedad, dadas las cifras señaladas.
- » Informar de las pautas de actuación a seguir en caso de que se produzca un atragantamiento.
- » Contribuir a que los locales de hostelería y restauración, sean más seguros frente al atragantamiento.
- » Reducir las muertes por obstrucción de la vía aérea, que pueden ser evitadas con unas sencillas maniobras.

DESTINATARIOS

- » Población general: El conocimiento de las pautas de actuación frente a un atragantamiento por parte de toda la población puede contribuir a reducir las tasas de siniestralidad por obstrucción de la vía aérea, en el hogar y en otros ámbitos.
- » Profesionales de la hostelería y restauración: Dada la alta probabilidad de que se produzca un suceso de este tipo entre los clientes de bares, restaurantes, y otros locales de hostelería, es fundamental que estos profesionales conozcan las pautas para poder atender de forma rápida un incidente de este tipo en su establecimiento.



ACCIONES DE LA CAMPAÑA

- » App móvil SOS-Respira: Fundación MAPFRE ha desarrollado en colaboración con especialistas de la Sociedad Española de Medicina de Urgencias y Emergencias (SEMES) la aplicación para dispositivos móviles SOS-Respira. Esta app tiene como objetivo que cualquier persona pueda, a través de videos y con textos de apoyo, saber cómo efectuar de forma adecuada una maniobra de Heimlich. Esta sencilla operación puede, en breves segundos, liberar la vía aérea de una obstrucción por un cuerpo extraño.
- » Contenidos Web: En el caso de que se desestime la adaptación de la app, se podrán ubicar los contenidos informativos de la campaña en la web de MAPFRE/FUNDACIÓN MAPFRE. Los contenidos serán similares a los de la app: información de la campaña, videos, materiales impresos para descarga, noticias de la presentación. Ver ejemplo en www.sosrespira.org
- » Campaña de sensibilización en locales: Se llevará a cabo visitas a establecimientos de hostelería y restauración. Estas visitas serán realizadas por personal formado en la actuación frente al atragantamiento. Durante las mismas, se informará al personal sobre la campaña, con la posibilidad de recibir instrucciones prácticas en el propio establecimiento sobre cómo hacer las maniobras en caso de atragantamiento. Se hará además entrega en cada visita de folletos informativos dirigidos a los clientes del local. Aquellos establecimientos que participen la campaña, recibirán un distintivo de "Local Comprometido" para su exposición en la puerta del establecimiento.
- » Cursos de formación para hosteleros: Se ofrecerá la posibilidad a todos aquellos profesionales de la hostelería y restauración, a acudir a cursos de formación con el fin de formarse en prácticas de actuación frente al atragantamiento y otras emergencias que pueden suceder en el local y afectar tanto al propio personal del local como a los clientes. Estos cursos deberán acordarse con asociaciones u organismos que aporten la organización y la sede donde se realizarán los diferentes talleres.
- » Presencia en eventos gastronómicos: Se tratará de tener presencia a través de un stand en los grandes eventos gastronómicos o fiestas populares. Se realizaran acciones formativas al público general y se entregarán los folletos de la campaña.
- » Grandes cadenas de hostelería y restauración: Se podrían establecer acuerdos de colaboración con distintas cadenas de restauración colectiva y hostelería, para dar difusión a la campaña y formar a sus profesionales.
- » Difusión: En paralelo a las actividades en locales de distintas ciudades, se llevarán a cabo actos de presentación de la campaña que permitan a los medios conocer la dimensión de este problema, y las soluciones que aporta la campaña SOS-Respira.



MATERIALES

1. App o web: Adaptada a cada país
2. Folletos: Existen dos tipos de folletos. Uno dirigido a las maniobras con adultos y otro para bebés (lactantes). Ambos folletos serán adaptados manteniendo el diseño. Incorporación de los logos locales.
3. Poster: El contenido podrá ser adaptado con la incorporación de los logos locales.
4. Pegatinas: Para entrega en los locales o empresas que realicen la formación.
5. Video divulgativo: Grabación de un video con dos o tres chefs de prestigio que se utilizará para las presentaciones y la difusión de la campaña en redes sociales y medios.
6. Mochilas para la formación. En principio serían tres mochilas, que serán serigrafadas con el logo de la campaña.
7. Carpa desmontable para la campaña. Se llevará a los locales donde esté presente. Se personalizará con los logos de la campaña.



CONTACTO

Si quieres recibir información gratuita sobre el programa, puede contactar con sosrespira@aplusmk.com



Electrolux

¿QUIERES ACUDIR A NUESTROS SEMINARIOS GRATUITOS DIRIGIDOS A PROFESIONALES?

MADRID

Febrero

28

Cocina al vacío
y
Pasteurización

Marzo

6

Take-Away
Banquetes

Abril

2

Cocina al vacío
y
Pasteurización

BARCELONA

Febrero

28

Banquetes

Marzo

28

Cocina al vacío
y
Pasteurización

Mayo

23

Cocina en línea fría



¡APÚNTATE!

Optimiza tu manera de cocinar



Para asistir a los Seminarios contactar con: Jesús Herrera
Tel.: 917 474 014 / Mail: jesus-rafael.herrera-nieto@electrolux.com



LICOTRIZ

LA EXCEPCIONALIDAD DE UNA CREMA REGENERADORA INTENSIVA FORMULADA CON ACTIVOS 100% NATURALES Y VEGETALES

*Belén Castro
CEO Olivolea*

Algunos la llaman “**crema botiquín**” porque regenera intensamente la piel, es multifuncional y apta para toda la familia porque además, es natural.

¿Sois de los que acumuláis cicatrices y marcas sin daros cuenta? Si las manos de un cocinero pudieran hablar, la de cosas que podrían contar.

Las huellas que deja un cocinero son algo maravilloso que refleja la experiencia, la dedicación, muchas horas y muchos años, una vida, tras los fogones. Pero también sus manos nos hablan de esas huellas o esas marcas inevitables, manos marcadas por cortes y quemaduras y selladas por el contacto con las superficies calientes.

Puede que esto te haya ocurrido en más de una ocasión y en un mismo día y sales en busca de alguna pomada para curar una quemadura, un corte o un golpe con las prisas al “oído cocina...” algo inevitable en el ajetreo de una cocina en pleno servicio y que nunca recuerdas de dónde está. Y entonces es cuando tiramos de las viejas sabidurías y consejos de antaño sobre cataplasmas y remedios milagrosos para curar las quemaduras de primer y segundo grado y los cortes en la cocina.

Siempre es mejor prevenir que curar. Es decir, antes de tratar una cicatriz es mejor cuidar una herida. Su limpieza y atención durante el proceso de curación son los que van a determinar la apariencia final de las marcas en la piel.

Una crema botiquín con “**efecto apósito**” para proteger la piel dañada y evitar la proliferación de bacterias., pero no **es oclusiva y deja respirar la herida aunque protegida**, en consecuencia constituye un **tópico de utilidad en afecciones dérmicas agudas.**





La **olivoleína**, nuestra sublime base oleosa, es una fuente muy rica en ácidos grasos esenciales que contribuyen a restaurar los niveles naturales de humedad de la piel y favorecen la creación de una película protectora. La alta concentración de ácido oleico y la presencia de antioxidantes hacen que sea un elemento fundamental en la reconstrucción de las membranas celulares (acción regenerativa).

El aceite de oliva se ha usado desde la antigüedad en el tratamiento de quemaduras, su uso iba más bien dirigido a conseguir aliviar las molestias generadas por la quemadura y mantenerla limpia de secreciones para disminuir el riesgo de infección hasta que la piel se recuperara o cicatrizase.

Licotriz contiene un 25% de olivoleína que protege y restaura las células epiteliales dañadas.

Una crema para quemaduras y cortes que contiene todo lo necesario para **aliviar el dolor, calmar y disminuir la hipersensibilidad en la zona**. Activos naturales como el **Bisabolol** (extracto que se obtiene de la manzanilla) que activa la regeneración del tejido en lesiones cutáneas y permeabiliza la membrana celular; la Caléndula que suaviza y desinflama la piel dañada y el **Hamamelis**, que por su efecto vasoconstrictor, produce un descenso de la temperatura de la dermis, que en las quemaduras es algo inmediato que se necesita.

Por su contenido en **Rosa Mosqueta Licotop**, frena la pérdida de agua de la piel y restablece la barrera lipídica cutánea, a la vez que estimula mecanismos inmunológicos y la vascularización de la zona afectada por el corte o la quemadura. Revitaliza y estimula la producción de colágeno y elastina, manteniendo así la flexibilidad de la piel.

Licotriz además, está enriquecida en un **licopeno** (licopeno del tomate) que bloquea la actividad de los radicales libres y magnifica su actividad antioxidante, lo cual protege la piel quemada y la cicatriz originada por el corte, de los agentes externos.

La piel es "nuestro traje", es como la chaquetilla de chef que nos protege frente al exterior, y las quemaduras son lesiones que provocan una rotura de esa chaquetilla y por consiguiente en nuestra piel.

Que tu cocina deje huella en el cliente y no en tus manos.



DEMANDA

VACUNO

CARNE DE LA SIERRA DE LA DEMANDA

Sabe a Sierra



FIELES A NUESTROS ORÍGENES

"Conservar los valores tradicionales para crecer de manera sostenible nos permite ser fieles a nuestras raíces!"



FACYRE y Aplus Gastromarketing

LANZAN DIEZ CURSOS GRATUITOS ESPECIALIZADOS EN HOSTELERÍA A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA ADALID

La oferta formativa se pone en marcha con el fin de apostar por el desarrollo y responder a las nuevas exigencias profesionales que demanda el sector

FACYRE y Aplus Gastromarketing ponen en marcha una serie de cursos orientados a la formación en hostelería de manera totalmente gratuita a través de la plataforma ADALID. Esta iniciativa se lleva a cabo con la misión de responder a las nuevas exigencias del canal HORECA, que cada vez demanda una mayor especialización por parte de sus profesionales.

La oferta formativa, que cuenta con un total de diez cursos, se inicia con el fin de apostar por el desarrollo y mejorar la calidad profesional del sector de la hostelería. Entre las posibilidades que ofrece este programa formativo, se encuentran temáticas tan necesarias en los negocios HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) como:

- Fundamentos del negocio hostelero.
- Innovar a través de la carta.
- Marketing aplicado a la hostelería.
- Gestión de alimentos de alto riesgo.
- Manipulación de alimentos aplicada a los alérgenos.
- Frontoffice del negocio en hostelería.
- La importancia de la correcta alimentación.
- Fundamentos de la gestión de Bar – Cafetería.
- Logística en bar: aprovisionamiento y almacenaje de alimentos y bebidas.
- Manipulación en crudo y conservación de alimentos.

Los alumnos inscritos adquirirán conocimientos, habilidades y actitudes para diagnosticar las necesidades de un negocio de hostelería y buscar soluciones de forma resolutiva que los adapten a un sector en constante cambio. Cada

uno de los cursos está dividido en uno o varios módulos de entre 10 y 125 horas lectivas, en los que los alumnos se podrán matricular de manera individual. Por otra parte, y con el fin de adecuarse a las condiciones del hostelero, todos los itinerarios se podrán realizar de manera online.

ADALID también se compromete a asignar un tutor por cada alumno matriculado de tal manera que le pueda ayudar en cualquier duda que pueda surgir durante todo el recorrido formativo.

No te quedes atrás y especialízate a través de uno o varios de los cursos gratuitos que forman parte de la oferta formativa. Inscríbete de manera sencilla a través del enlace <https://adalidformacionyempleo.com/facyre/>. Para más información o resolver cualquier tipo de duda, también puedes enviar un correo electrónico a la siguiente dirección: cursoshoreca@aplusmk.com



HAPPY

Your home
experiences
IKOHS AND YOU

WWW.IKOHS.COM



IKOHS

MAKRO

REFUERZA LA APUESTA POR SUS MARCAS PROPIAS PARA OFRECER EL MEJOR SURTIDO PARA EL HOSTELERO

En su objetivo de ser el socio de la hostelería, y siempre en la búsqueda de soluciones que puedan satisfacer las necesidades de todos sus clientes, MAKRO refuerza su apuesta por sus marcas propias para adaptarse a las nuevas tendencias. Formado por productos de primera calidad, la compañía líder en distribución a hostelería cuenta con un surtido de marca propia de más de 5.000 artículos, desde los más básicos hasta los más especializados.

Vanessa Cardeñosa
MAKRO

En la continua adaptación de MAKRO a sus clientes hosteleros, la compañía amplió recientemente su oferta con las marcas MAKRO Chef, MAKRO Professional y MAKRO Premium, que cubren todas las expectativas de una cocina profesional.

En el caso de MAKRO Chef, esta gama de productos de alimentación de calidad está desarrollada por expertos para satisfacer las necesidades gastronómicas más exigentes. Por su parte, MAKRO Professional está formada por los accesorios, herramientas, electrodomésticos y productos de no alimentación necesarios para los profesionales de hostelería, una gama que garantiza un rendimiento eficiente, fiable y práctico. Por último, la enseña MAKRO Premium, que se trata de productos de alimentación únicos, de calidad superior, que contribuyen a crear las más deliciosas experiencias culinarias

Además, MAKRO contempla para estas nuevas marcas rigurosas políticas de sostenibilidad y responsabilidad social en áreas específicas como pesca sostenible, el 80% de las doce especies más vendidas deberá estar certificado para 2020; certificados de grasa de palma, que deberán garantizar su origen sostenible y madera de aprovechamiento legal para 2020 para todos los artículos de papel.

MAKROCHEF



Otra de las áreas en las que trabaja la compañía es en la optimización del packaging de marca propia, que persigue reducir el peso y sustituir materiales para generar menos residuos.

Estas tres marcas se han unido a las ya consolidadas en MAKRO como ARO, formada por un gran surtido de artículos que suplen las necesidades básicas de los clientes con unos altos estándares de calidad y al mejor precio; RIOBA, especializada en productos vinculados al mundo del café; SIGMA, la marca de MAKRO de material de oficina y Tarrington House, pequeños electrodomésticos, vajillas, material de decoración y textil.



CONVIERTE EL WIFI DE TU LOCAL EN UNA **HERRAMIENTA DE SOCIAL MARKETING INTELLIGENCE**



SOCIAL MARKETING INTELLIGENCE



PRUÉBALO GRATIS
Fácil instalación
Plug & Play



Conoce a tus clientes



Interactúa con ellos



Capta nuevos



Aumenta tus beneficios

Ofrece acceso Wifi fácil, seguro y rápido mientras automáticamente recoges datos de tus clientes y realizas campañas de marketing y fidelización

Gracias FACYRE de la familia ACYRE Gran Canaria



ACYRES

Febrero de 2017, Las Palmas de Gran Canaria, ahí comenzó la bonita historia de la Asociación ACYRE Gran Canaria, (asociación de cocineros y reposteros), cuatro cocineros, amantes de la gastronomía, se unieron para proponer una idea, conectar el sector gastronómico, una profesión que se convierte en un modo de vida.

Por la rutina diaria les es complicado unirse y compartir, recetas, proveedores, productos nuevos, y una amplia variedad de información en la que se une la recuperación de recetas antiguas tradicionales de gran canaria, y como no, el último pero por ello no menos importante, nuestros productos, agrícolas, ganaderos, pesqueros, artesanía, ... todos unidos por una sencilla frase, "pasión por su profesión", así que se pusieron en marcha esos apasionados de la cocina para crear la asociación antes nombrada, y la mejor forma de unirles sería en una feria autóctona que se celebraba en

la capital, como todos los que se dedican a este mundo saben que correr la voz es muy sencillo, por varias razones, en este mundo todos nos conocemos pues esta isla es pequeña, con mucho que ofrecer pero con tan solo 1560km², un microclima que hace que nuestra materia prima sea excepcional, un sabor inconfundible y una dulzura por el trato que reciben, así que aprovechamos el evento en el que participaron profesionales, estudiantes, profesores del sector gastronómico, la finalidad era unir a los cocineros en representación de cada municipio, para especificar un poco más a

los que no conocen la isla son 21 municipios diferentes en los que los agricultores aprovechan la tierra para sacar lo mejor que tiene, cada cocinero, algunos grandes chef de cocina conocidos y otros en los que era su primera participación, representaron a un municipio escogiendo el producto más nombrado y realizando una deliciosa receta, a la misma vez que se comentaba los ingredientes utilizados con una armonía gastronómica.

Nos emocionamos todos tanto, ya que la gastronomía en Gran Canaria llevaba años dormida, y no existía preocupación por la

unidad del sector, que decidimos seguir participando en cualquier evento, feria, en la que el producto autóctono, fuera el protagonista y allí queríamos estar para promocionarlo y darle a oportunidad a diferentes cocinero ayudantes jefes de cocina a participar y exponer su receta para unos más fácil q para otros pero entre todos existe hermandad, ayuda, como se vive a diario en la cocina, y el "show must go on".

Una de las cosas que más enorgullece, han sido capaces de unificar diferentes profesiones y sectores para poder realizar esas actividades, maquinaria de cocina, productos para poder realizar las recetas, y un gran etc, ... que conlleva la organización de exhibiciones gastronómicas, charlas, degustaciones, ... así que durante todo el 2017 bueno todo no ya que nació en febrero y su primera incursión fue en abril del mismo año, realizaron 14 eventos diferentes, promoción de productos autóctono, en diferentes municipios y en la capital, empleando cada producto, realizando recetas, ... pero lo más relevante, consiguiendo la unidad del sector de la cocina la pastelería y crear una familia como se vive en la cocina día a día, valga la redundancia, son tantas horas de trabajo duro en cada servicio que eso une, y dependiendo de la dureza del mismo más o menos, pero siempre une.

Hay algo que no puedo dejar de nombrar, la gran iniciativa de la actividad emprendida por la Federación FACYRE, Acción contra el Hambre, y el más importante por la gran donación realizada por haber conseguido el objetivo en kilómetros, Makro, que donó 15000€ a la ong Acción contra el Hambre, en la que distintos ACYRE 'S de toda España iniciaron un camino juntos de 13 geoplatos, recorrieron muchos lugares de España, en los que en Gran Canaria, visitó 20 lugares diferentes, realizando en cada uno de ellos una receta para la ruta del GEO plato, una acción digna de admirar de los organizadores y participantes.

En el 2018, comienzan las actividades, pero esta vez viendo las acciones que nuestra federación Facyre organiza, queremos que los miembros de Acyre gran canaria disfruten de esas experiencias y participen y así damos un pasito más, Facyre, federación a la que tenemos el orgullo de pertenecer, nos ayuda en toda gestión y acción a realizar, aprovechamos la ocasión para agradecerlo a todos los que componen la Federación y en especial al presidente Mario Sandoval, por toda su ayuda desde los comienzos.

Nos dieron la oportunidad de participar en el record Guinness de la barra de tapas más larga del mundo, y se consiguió, en equipo con la participación de diferentes ACYRE 'S de España, y qué maravillosa experiencia, o el equipo que participó en el Campeonato nacional quedando en el 3er puesto, siendo la primera incursión y traemos un premio a la isla, que orgullo para los miembros de Acyre G.C.

**Miembros que componemos
ACYRE G.C.**



ASCAIB

Koldo Royo
Presidente de ASCAIB



Somos una asociación centrada en las personas que la componemos: las que están ahora mismo empezando a formarse en la escuela; o jubilados tras dedicar toda o parte de su vida a nuestra profesión; las que están ya en cocina: en la fregadera, en prácticas, como ayudante, o como jefe de cocina; mujeres y hombres; de sencillos establecimientos de barrio, o de grandes cadenas hoteleras; de origen isleño, o las que decidieron quedarse a vivir aquí, en las Baleares, un archipiélago en el que cada isla tiene su propio carácter y mestizaje y por eso vamos trabajando para que, bajo una idea común, cada isla tenga su representación y margen de maniobra.

No podemos más que estar muy agradecidos al pensar que el año pasado contábamos con 700 socios y hoy somos más de 1.300!

Este año, además de continuar nuestro trabajo con nuevos cursos, eventos y reuniones de presentación en el Gobierno Balear, se han sumado dos grandes

noticias. En agosto comenzamos una nueva aventura junto a la Selección Española de Cocina convirtiéndonos en su brazo Balear, incorporando a cocineros de nuestra asociación a la selección y finalmente, tras el éxito de nuestro 1er Certamen de Gastronomía de las Islas Baleares, hemos logrado que ASCAIB y las Baleares sean nombradas la Sede Oficial del Certamen Nacional de Gastronomía 2019, Certamen en el que daremos la bienvenida a cocineros de toda España en un evento que celebrará la calidad gastronómica que ofrece nuestro país.

Durante nuestro recorrido hemos vivido momentos muy emocionantes: la cálida bienvenida que nos ha brindado Facyre, dándonos su confianza; tener presencia en congresos nacionales; dar voz a grandes cocineros-as que podrían haber pasado desapercibidos de no haber contado con el apoyo de nuestra asociación; haber enviado a cocineros asociados a campeonatos; también hemos logrado hacer cursos de formación gratuitos para los socios; o estar en Bruselas junto al iTQi luchado por nuestros productos.

A lo largo de 2018 hemos seguido trabajando con el fin de mejorar siempre un poco más, decididos a mantenernos fieles a nuestra esencia, que no es otra que la de crear una asociación en la que todos los cocineros sean bienvenidos por el mero hecho de serlo, y por querer compartir y divulgar tantas experiencias alrededor del mundo de la hostelería. Simple y abierta, así es como nos gusta nuestra asociación porque es el mejor modo de que los conocimientos acumulados viajen por el mundo, un espacio donde claro que sí, podemos hablar de recetas, productos, técnicas y cuestiones cotidianas, pero donde también podamos exponer y dar forma a otras inquietudes menos materiales: cómo gestionamos profesional y personalmente esos problemas que nos afectan en nuestro progreso; cómo podemos extender nuestra aportación profesional a través de otras asociaciones para llegar a personas menos favorecidas; o mirar a nuestro alrededor más cercano y repartir algo de nuestro tiempo para enseñar a respetar el medio ambiente.

Quescrem

especialistas en queso-crema

Montado de yogur para postres

Ingredientes

500 g de Yogur Culinario Quescrem

500 g de nata para montar (35% M.G)

125 g de azúcar

Preparación

Mezclar el Yogur Culinario con la nata y el azúcar, y batir a la velocidad máxima.



Fácil de elaborar y muy funcional con solo 3 ingredientes



Sabor intenso y estable



No desuera y con buena conservación



Ideal para rellenar tartas y pasteles

Sugerencia de presentación



Pruébalo en HIP | Stand 5B 224

www.chefaporter.com

ROPA PROFESIONAL PARA COCINA Y SALA

¡Vístete por los pies!



CHÊF·À·PORTER



SEGURIDAD

DISEÑO

COMODIDAD

shop@chefaporter.com · Tel.: 91 633 81 32

HIP, el mayor evento de innovación Horeca

HIP – Horeca Professional Expo (18-20 de febrero 2019 | Madrid – IFEMA) es el mayor evento profesional centrado en la innovación, tendencias, productos y soluciones específicas para cada uno de los segmentos del canal Horeca que se celebra junto a Hospitality 4.0, el congreso internacional de tendencias y nuevos conceptos de negocio que reúne a los expertos más disruptivos.



HIP 2019 reúne a más de 20.000 empresarios, directivos y profesionales en torno a más de 400 expositores que presentan las últimas novedades en alimentación y bebidas, maquinaria, equipamiento, instalaciones, menaje, textil, packaging, interiorismo, mobiliario, decoración, tecnología, servicios y franquicias, entre otros.

Una de las principales novedades es el Horeca Wine Show, un espacio expositivo y de conferencias dirigido por Xavi Nolla, Director de EnoAula, donde se trata el mundo del vino desde un punto de vista de negocio y de experiencia de cliente y la zona de nuevos conceptos de restauración y franquicias con las opciones más interesantes para los empresarios que quieren renovar y actualizar su negocio. Esta primera edición de Horeca Wine Show cuenta con sumilleres de primer nivel como Almudena Alberca, primera mujer en España Master of Wine, o Clara Isamat, directora del documental "Revolución Líquida".

Hospitality 4.0 Congress reúne a más de 350 ponentes internacionales en 8 auditorios para que el empresario y directivo encuentre el conocimiento e inspiración para llevar su negocio a una nueva dimensión. Para ello, tenemos diversos summits y jornadas orientadas a todos los perfiles y segmentos del sector.

Este 2019 celebramos la décima edición de Restaurant Trends de Marcas de Restauración, el foro de referencia para directivos de las empresas más importantes del sector de la restauración organizada en España y se ha convertido en uno de los máximos encuentros internacionales reuniendo a gente como Joan Roca, Jeffrey Amoscato, Paco Pérez o Ricard Camarena entre otros.

Uno de los focos más importantes de HIP va a ser Hotel Trends, la cumbre anual para el sector hotelero que este año, además de crecer en contenido, cuenta con la participación de Arnaldo Muñoz, CEO de Airbnb en España



y Portugal; Joelle Renstorn, Escritora e Investigadora en Boston University; Robin Rossman, Managing Director STR; Michael Nowlis, Decano de la Johnson Graduate School of Manafement of Cornell; y Ritesh Agarwal, CEO de OYO Hotels.

Por tercer año consecutivo tendrá lugar Supply Chain Summit, el encuentro más importante de directivos de compras del sector Horeca, así como el II Congreso Nacional de Negocios y Gestión de la Dependencia y el II Congreso Europeo de Derecho y Gastronomía, donde participan expertos en la materia como Rafael Catalá, exministro de Justicia de España, o Rafael Ansón, Profesor de Derecho Mercantil en IE Law School.

De nuevo Culinary Action!, de la mano de Basque Culinary Center, trae a los chefs más prestigiosos e innovadores del momento, como el ganador de una tercera estrella Michelin, Dani García, Ricard



HIP 2019 reunirá a más de 20.000 empresarios, directivos y profesionales en torno a más de 400 expositores que presentarán sus últimas novedades





Camarena, chef y propietario de Arrop o Diego Sandoval, gerente y jefe de sala de Coque.

Barra de Ideas también suma un año más en HIP con una edición especial en la que se van a compartir cuáles son los modelos de negocio más disruptivos del país, como es el caso de La Salita de Begoña Rodrigo o el galardonado Spoonik de Jon Giraldo que cuenta con el Premio Nacional de Innovación en Hostelería.

En esta edición vamos a seguir dando una gran importancia a la digitalización del sector, creando una Agenda Digital específica para cualquier tipo de negocio y

tamaño del mismo. Top Speakers como Fabio Ziemssen, director de Food Innovation en NX-FOOD, o Benjamin Calleja, CEO de Livit Diseño de Restaurantes, son los encargados de poner estos temas sobre la mesa.

Bajo el nombre "Agenda USA" descubrimos las oportunidades de negocio de sus modelos de éxito, con keynotes, entrevistas y mesas de debate, con gurús estadounidenses de las herramientas digitales, del marketing y las operaciones, creadores de cultura corporativa Horeca y expertos en branding y comunicación; como Andrew Freeman, Hospitality Consultat af &co; Brian Duncan, Fundador de

Down to Earth Wine Concepts; o Bruce Irving, Digital Marketing for Restaurants, que nos pondrán al día de todo lo que está pasando en USA, país líder de la industria foodservice y horeca mundial.

Este año también inauguramos "The Perfect Restaurant Project", una agenda donde expertos en distintos campos de trabajo de la restauración, como Iván Salvado, CEO del grupo Tragaluz, o Enrique Lozano, Director F&B de Melià Hotels, ponen en común sus conocimientos para establecer las bases de un restaurante perfecto.

La sostenibilidad no podía quedar fuera de Hospitality 4.0, por eso hemos creado la agenda People

EVENTOS





Para un empresario, directivo o profesional del sector, visitar HIP es descubrir y aprender cómo mejorar y hacer crecer su negocio de hostelería, independientemente de su tamaño y tipo de negocio

Product Planet, para analizar de la mano de expertos como Elena Faba, Presidenta del Círculo de Mujeres Empresarias, o Jordi Vidal, CEO de UDÓN, el impacto que el sector Horeca tiene sobre el planeta, los recursos y la sociedad, y como llevarlo a adoptar medidas de honestidad y economía circular.

Además, el visitante encontrará auditorios interactivos como el CookRoom, un espacio para los chefs de la mano de FACYRE con las últimas tendencias en super alimentos y gastronomía, con expertos como Kiko Moya, del Restaurante la Escaleta, con 2 Estrellas Michelin, que presentará el concurso de Mejores Arroces que organiza Unilever o BAR & Co,

con lo último del mundo del beverage que contará con el ganador de World Class 2018 Daniele Cordini, entre otros.

Para un empresario, directivo o profesional del sector, visitar HIP es descubrir y aprender cómo mejorar y hacer crecer su negocio de hostelería, independientemente de su tamaño y tipo de negocio. Es como hacer un curso acelerado en sólo 3 días y donde podrán escuchar a los mejores expertos y obtener ideas para poder aplicar al día siguiente en su negocio de la mano de más 400 empresas expositoras que ofrecerán los productos y soluciones más innovadoras.



Los mejores chefs y profesionales se dieron cita en las IV Jornadas de GastroBusiness

Daniel Gamazo

Departamento de Comunicación de Aplus Gastronoming



El evento celebrado el pasado mes de noviembre en la sede del Banco Santander reunió a más de 300 asistentes, chefs y profesionales de todos los ámbitos. Reconocidos chefs compartieron su visión y consejos sobre cómo gestionar un restaurante de manera exitosa



Las IV Jornadas de GastroBusiness, celebradas en la sede del Banco Santander, reunieron a chefs y profesionales del sector, así como a más de 300 asistentes que no quisieron perderse las mejores ponencias relacionadas con el mundo de la gestión de empresas gastronómicas.

La primera de las ponencias, a cargo de los hermanos Sandoval, se centró en la 'Escenificación del concepto de Restaurante Coque', ganador de 2 Estrellas Michelin.

A continuación, Pepa Muñoz, de Qüenco de Pepa, compartió escenario con el director de marketing de Makro, Chema León, para centrarse en un tema tan importante como "Apostar por las mujeres en las campañas de marketing gastronómico".



Otro galardonado con dos estrellas Michelin como Ramón Freixa llevó a cabo una interesante ponencia en la que destacó la importante relación entre la tradición y vanguardia, y compartió su visión sobre el mundo del catering.



Cabe mencionar también la enriquecedora charla que tuvo lugar en el escenario entre Eva Ballarín, directora de Hospitality 4.0 Congress ExpoHip, y el chef galardonado con tres estrellas Michelin Quique Dacosta. Otro chef de renombre como Iñigo Lavado, de Restaurante Singular, emocionó a toda la sala con su ponencia "Cocinando emociones". Explicó que la cocina tiene que ser una experiencia para poder recordar.



Las jornadas continuaron con Begoña Rodrigo, que habló sobre los diferentes modelos de gestión de sus restaurantes La Salita y Nómada. Otro de los cocineros que subieron al escenario fue Aurelio Morales, que confesó que lo más importante para su empresa es el cuidado del personal, y destacó, además, los valores que tratan de cuidar en su restaurante CEBO.

La última de las ponencias estuvo a cargo de Carlos Collado, profesor de Le Cordon Bleu Madrid. En ella habló sobre la importancia de las técnicas culinarias de cara al éxito de un negocio de restauración.



Las jornadas concluyeron con una mesa redonda de auténtico lujo formada por el aclamado publicista Toni Segarra, el director de innovación y conocimiento de ESIC, Javier Rovira, y el consultor estratégico José María Cervera.



18-20 Febrero 2019
Pabellon 5 / Stand C304



ANIMO

Top-Quality
in Every Cup

Disfrute del café con nuestras
cafeteras superautomáticas y de filtro.



91 644 81 30 www.tecnimel.com



Quesos de origen, tradición artesanal



CORCUERA



925 75 00 69

info@quesoscorcuera.com

www.corcuera.com

DESCUBRE EL MEJOR SOFTWARE PARA EL SECTOR HOSTELERO

Más de **2.450** Bares y Restaurantes mecanizados

Ofi BAR ofiBarman
 El programa especializado para bares y restaurantes

Ofi CO ofiComanda
 Toma de comandas por los camareros

Ofi MN ofiMenú
 Carta digital y pedidos para restaurantes

Ofi WiFi ofiWiFi
 Marketing y Social media

JAÉN - MADRID - BARCELONA - MÁLAGA - VALENCIA - A CORUÑA - CHILE - MÉXICO - PERÚ - GUATEMALA - DOMINICANA - PANAMÁ

ecoologic.com

Tiene la gama más amplia de envases compostables "MADE FROM PLANTS" para la restauración, catering y alimentación en general.

100% libres de plástico - respetuosos con el medio ambiente





III Edición de los Premios Cubi: una noche mágica

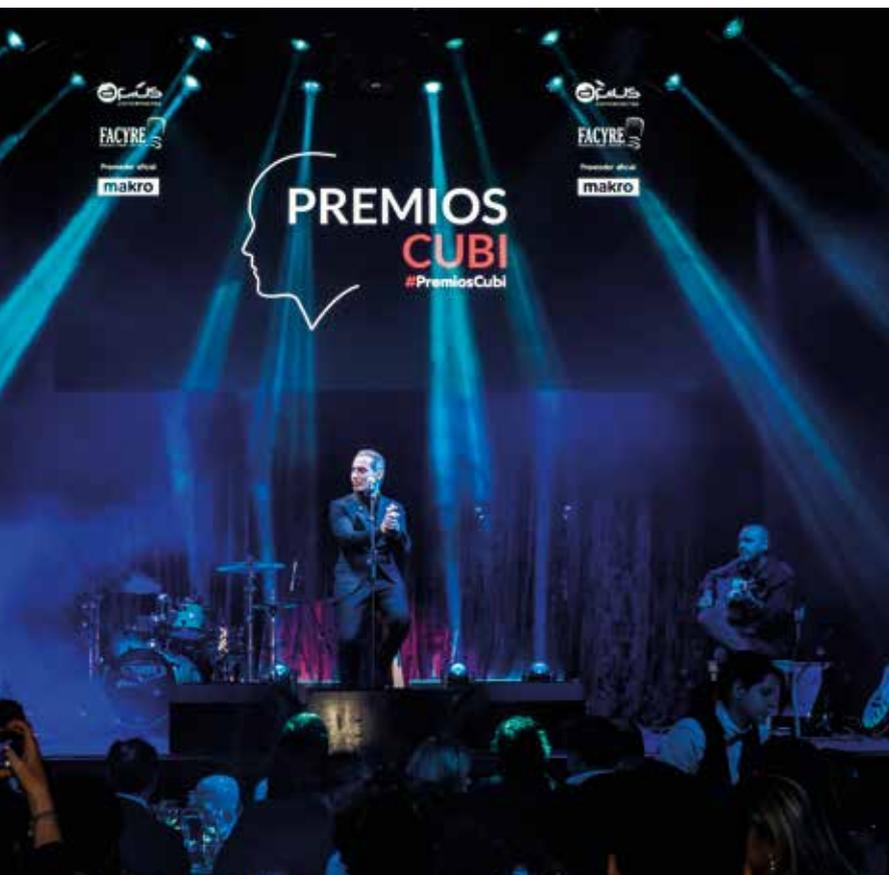
Los Premios Cubi reconocen a todas aquellas personalidades e instituciones de todos los ámbitos que trabajan en favor de la gastronomía. Chefs como Joan Roca, Ramón Freixa, Pepa Muñoz o Mario Sandoval fueron los encargados de entregar los galardones

*Daniel Gamazo
Departamento de Comunicación de Aplus Gastronoming*

La III Edición de los Premios Cubi puso en valor a todas aquellas personalidades e instituciones de todos los sectores que trabajan en favor de la gastronomía. En una gala celebrada en el Florida Retiro engalanado para la ocasión, se reunieron todos los premiados, invitados y otras personalidades conocidas a nivel nacional y mundial, tanto del sector gastronómico como de otras áreas.

El encargado de conducir la gala fue el presentador de Informativos Telecinco Jose Ribagorda. Se entregaron un total de diez galardones divididos en diez categorías, en una celebración que comenzó con unas palabras de agradecimiento del presidente de FACYRE, Mario Sandoval, a todos los que aportan





su granito de arena al sector gastronómico.

En representación de la gastronomía española asistieron chefs como Joan Roca, Ramón Freixa, Diego Guerrero, Susi Díaz, Pedro Larumbe, Pepa Muñoz, Mario Sandoval, Ricardo Sanz y Óscar Velasco, que fueron los encargados de entregar los premios.

Zurab Pololikashvili, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, recibió el premio de Gastronomía y Turismo. Y agradeció haber recibido el premio de la mano de personas "que han cambiado la gastronomía en este país".

La periodista y presentadora Ana Rosa Quintana recibió el Premio Cubi por su labor en la divulgación y proyección de la cocina española en el medio televisivo. Un premio que recibió de las manos de Pepa Muñoz, de El Qüenco de Pepa. La tercera premiada de la noche fue Rosa María Menéndez López, Presidenta del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). No pudo acudir a la cita y en su lugar recogió el galardón Jesús Marco de Lucas, Vicepresidente del CSIC.

HIP, Hospitality Innovation Planet Horeca Professional Expo recibió el premio por el Evento más innovador del Canal Horeca al Impulso gastronómico. Albert Planas, Director general de NEBEXT, fue quien subió al escenario a recoger el Cubi.

El quinto galardón de la noche fue Antonio Garamendi, presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales. CEOE, por el apoyo dentro del sector gastronómico. Ramón Freixa le entregó su premio.

El médico, cirujano, exprofesor de la Universidad de Harvard y docente de IE Business School, Mario Alonso Puig, recibió el Cubi a la Gastronomía saludable por la promoción de hábitos saludables y la relación entre pensamiento y comida. Recibió el premio de las manos de Joan Roca.

Por su labor en la promoción sobre una ley de protección integral que afecta a la gastronomía y al sector, la Asociación Europea de Derecho y Gastronomía recibió su Premio Cubi. Alfredo Gómez Acebo, socio de Cremades & Calvo-Sotelo y secretario de la Asociación Europea de Derecho y Gastronomía recibió el galardón.

El Premio de Gastronomía y Sostenibilidad fue para ECOEMBES por su proyecto de recogida selectiva de envases ligeros en el canal Horeca. Ángel Hervella, Director de gestión local y autonómica de Ecoembes, subió al escenario para recoger el galardón.

La gala vivió un momento muy emotivo en la entrega del Cubi a Toda una vida dedicada a la gastronomía, otorgado a Montserrat Fontané. Su hijo, Joan Roca, fue el encargado de recoger el premio.

El último Cubi entregado en la celebración fue para Guía Repsol por la promoción de la gastronomía nacional y rutas gastroturísticas. María Ritter, Directora General de Comunicación de Guía Repsol, recibió el premio de las manos de Pedro Larumbe.

El artista flamenco Pitingo puso el colofón a la gala de los Premios Cubi con una actuación magistral en la que cantó algunos sus temas más conocidos. El auditorio vibró y se emocionó con la actuación del cantaor andaluz. El broche perfecto a una noche mágica.

De la granja a su mesa con toda su Frescura

**HUEVOS
VELASCO** 

OVONOVO

Huevo líquido pasteurizado
Huevo cocido sin cáscara

www.ovonovo.es



AVÍCOLA VELASCO, S.L.

Carretera Nacional VI Km. 84,600

40150 Villacastín, (Segovia)

Tel: 921 028 200 - Fax: 921 028 201

www.huevosvelasco.com

**Un tándem
imbatible**

para una cocina
a la vista en
el mínimo
espacio

 **MERRYCHEF®**

 **CONVOTHERM®**



iberia@welbilt.com
welbilt.es/masterclass

Gastronomía *es femenino*

GASTRONOMÍA ES FEMENINO es el proyecto que une a dos organizaciones como la Federación de Cocineros y Reposteros de España, Facyre, y la Confederación Nacional de Mujeres en Igualdad en defensa de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

*Carmen Fúnez
Presidenta Mujeres en Igualdad*

La gastronomía es técnica, ciencia y arte, oficio y tradición. Y ninguna de estas cuestiones dependen del género, sino de la capacidad, el conocimiento y la pasión con que lo vivas.

La gastronomía en España es historia y cultura, un medio de vida para muchas familias y un modo de vida para cada vez más

personas; y, por supuesto, la gastronomía es Marca España. Impulsa el turismo, fortalece nuestra economía, potencia nuestra cultura y mejora nuestra imagen exterior.

Si hay un ámbito en la sociedad en el cual las mujeres han jugado un papel esencial éste es la cocina, en millones de hogares alimentando a otras tantas generaciones. Las cosas han cambiado mucho, sin embargo, hasta ahora han sido muy pocas las mujeres reconocidas como grandes chefs o sumilleres.

Es la gastronomía una actividad muy pedagógica y gráfica en la que se refleja a la perfección



cuál ha sido el papel de la mujer a lo largo de la historia. Las mujeres están, trabajan, dejan lo mejor de sí mismas, pero no son conocidas ni reconocidas. Es habitual referirse a las mujeres como el pilar que sostiene a las familias, las transmisoras de valores, cultura y conocimientos, pero siempre adoptando un rol secundario. Afortunadamente, esto ha cambiado; las mujeres estamos siendo protagonistas y queremos serlo aún más.

Son muchas las mujeres chefs, empresarias, sumilleres, camareras, jefas de sala... que contribuyen a la gastronomía española. Todas ellas viven los horarios imposibles del ámbito de la hostelería. Sabemos que para alcanzar el éxito en cualquier sector de la vida es necesario el trabajo, el esfuerzo, el sacrificio, las renunciaciones... pero, con la iniciativa Gastronomía es Femenino, proponemos que:

Las mujeres del ámbito de la gastronomía no tengan que conjugar más el verbo renunciar que los hombres.

Que hombres y mujeres puedan vivir la pasión por la gastronomía y hacer de la gastronomía un nuevo medio de vida, en condiciones de igualdad.

Gastronomía es femenino nace para dar respuesta a estas tres preguntas:

¿Por qué no hay más mujeres chefs en España?

¿Existe una brecha de género gastronómica?

¿Qué problemas surgen a la hora de promocionaren esta carrera?

Gastronomía es femenino nace como acción que quiere reconocer el talento.

Gastronomía es femenino nace como movimiento reivindicativo al "siempre ha sido así".

Gastronomía es femenino nace para convertir en referentes para la juventud a mujeres

chefs, cocineras, sumilleres, empresarias agroalimentarias, trabajadoras de restaurantes y bares, relatando sus historias, explicando sus esfuerzos y reconociendo sus éxitos.

Gastronomía es femenino nace como un trabajo en red porque dos organizaciones nos unimos para trabajar en la consecución de un reto tan importante como el de construir una sociedad más justa, en la que mujeres y hombres tengamos las mismas oportunidades, a través de un ámbito de importancia creciente como es la gastronomía. Para ello, ponemos nuestros conocimientos, capacidades e infraestructura al servicio de este objetivo.

Gastronomía es femenino nació en 2016 para cambiar las cosas, siendo conocedores de la realidad, pero no renunciando a mejorarla.

Comenzamos a caminar y, desde entonces, son numerosas las acciones y actividades que hemos realizado, especialmente desde el ámbito de homenajear y visibilizar a mujeres cercanas, partícipes y protagonistas del mundo gastronómico. Hemos conocido su trayectoria y su forma de entender la cocina.

Nuestro proyecto está creciendo. Gastronomía es femenino debe dar un paso más porque así nos lo piden desde el sector, así lo demanda nuestro objetivo y no podemos quedarnos en la mitad del camino.

Gastronomía es femenino tiene que evolucionar, para revolucionar. Y para ello, nos hemos marcado tres ejes de actuación con diversas acciones en cada una de ellos. Para ello, planteamos los siguientes aspectos.

EJE 1°: **VISIBILIDAD**

En la actualidad, hay una norma no escrita que entendemos es compartida por la mayoría de la

sociedad: lo que no se comunica no existe. Desde el comienzo del programa entendimos que era esencial poner en el foco de la información, tanto a través tanto de los medios de comunicación tradicionales como de las redes sociales, sobre las mujeres chefs, empresarias gastronómicas y agroalimentarias y sus proyectos.

Durante estos años hemos homenajeado, reconocido y dado a conocer a muchas mujeres y su trabajo. En redes sociales han sido miles las visitas, respuestas e interacciones que han provocado estas acciones.

Por ello, el Primer Eje de nuestra propuesta debe ser enfatizar las acciones que nos permitan aumentar la visibilidad y el protagonismo de la mujer en el ámbito gastronómico. Para ello proponemos las siguientes acciones:

- **GASTRONOMÍA ES FEMENINO:** Seguir celebrando un evento de carácter nacional en fechas cercanas al 8 de marzo, para visibilizar y reconocer a mujeres que trabajan en este sector, clave para la economía española.
- **GASTRONOMÍA ES FEMENINO EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS:** No queremos que este evento se quede solo en Madrid. Tanto **MUJERES EN IGUALDAD** como **FACVRE** cuentan con implantación en todas las Comunidades Autónomas. Debemos llegar a todos los rincones de España, porque en cada lugar descubriremos a mujeres que llevan años tras los fogones manteniendo negocios, generando empleo y mejorando la cultura gastronómica de España. Todas ellas son dignas de reconocimiento y respaldo.
- **ESTUDIO SOBRE EL PAPEL DE LAS MUJERES EN LA GASTRONOMÍA ESPAÑOLA ACTUAL:** Es esencial realizar un estudio riguroso y sólido que nos muestre una imagen real de las mujeres en el

ámbito de la gastronomía en España. Si queremos hacer un trabajo serio es esencial conocer cuántas profesionales hay en España, qué papel juegan las mujeres en el ámbito gastronómico y cuál es el recorrido profesional de las mujeres en el mundo de la gastronomía y la hostelería. Si queremos poner en valor su trabajo y convertirlas en referentes de la juventud española, necesitamos conocer su realidad para, posteriormente, trabajar en conocer sus necesidades y aspiraciones.

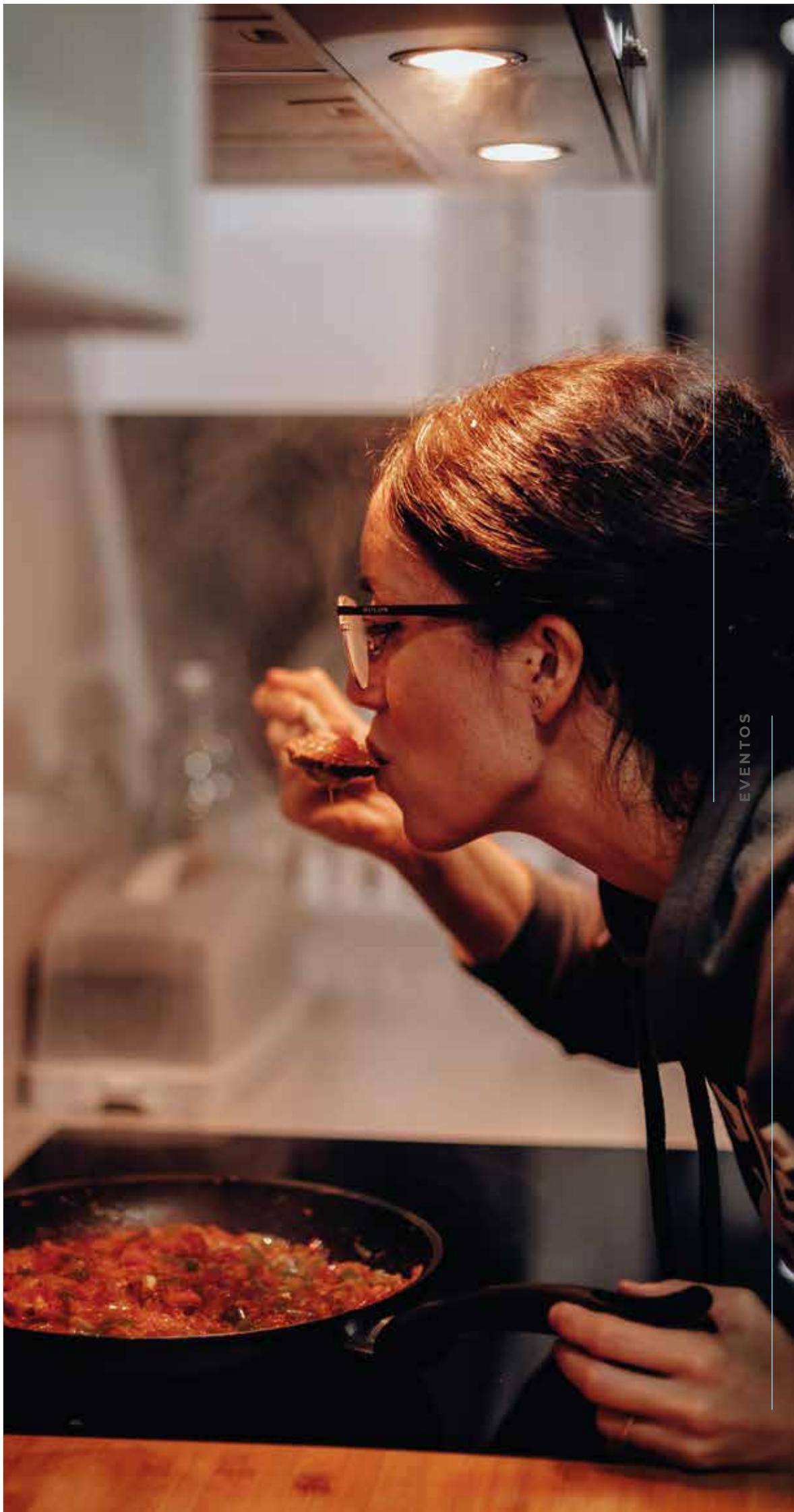
EJE 2°: **FORMACIÓN**

La igualdad ha de ser un contenido transversal en nuestro sistema educativo, aunque no es una materia lectiva, no es una asignatura de la que tengamos que examinarnos, pero sí es un valor imprescindible para construir y vivir en una sociedad más justa, independientemente del ámbito profesional que hayamos elegido en la vida.

Por ello, entendemos que es sumamente productivo que en las escuelas de cocina se hable y se trabaje sobre igualdad y en condiciones de igualdad entre mujeres y hombres, de la misma manera que es un objetivo transversal en el sistema educativo.

Por otro lado, en los colegios de España se estudian distintas materias, pero en muy pocas se profundiza en la gastronomía y en la nutrición. Queremos que nuestros chicos y chicas conozcan a mujeres chefs y sumilleres que les expliquen su trabajo y podamos conquistar sus ilusiones o despertar su vocación profesional, además de transmitir pautas sobre alimentación saludable y prevención de la obesidad infantil.

Para ello, hemos incorporado en este Segundo Eje las siguientes acciones:



- **MÓDULOS DE IGUALDAD:** Incorporar en las Escuelas de cocina, en los centros de FP y en los módulos profesionales que tengan relación con la gastronomía y la industria agroalimentaria, jornadas formativas sobre igualdad entre mujeres y hombres y de compromiso contra la violencia de género. En definitiva, foros de concienciación sobre el valor de la igualdad.
- **ESCOLARES:** Realizar visitas a centros escolares de distintos puntos de España para presentar a mujeres chefs o sumilleres que charlen y compartan con el alumnado sus experiencias en el mundo de la gastronomía. Queremos hacer de nuestras cocineras referentes para los más jóvenes.
- **TALLERES DE GASTRONOMÍA Y NUTRICIÓN EN LOS COLEGIOS:** Impartir, a través del contacto con las AMPAS, actividades extraescolares donde enseñemos a nuestros niños y niñas a comer y a cocinar de manera saludable.

EJE 3º:

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS GASTRONÓMICAS

En los ejes de actuación anteriores hemos desarrollado acciones que tienen más que ver con el reconocimiento, la visibilidad o la concienciación. Hemos trabajado el mundo gastronómico de puertas hacia fuera.

Pero nuestra labor no solo debe dirigirse a la sociedad. También queremos profundizar, respecto al sector gastronómico, en distintos ámbitos como el laboral, responsabilidad social corporativa, corresponsabilidad y horarios.

Las acciones que configuran este Tercer Eje son las siguientes:

- **CREACIÓN DE UN SELLO DE CALIDAD:** Son numerosos los locales relacionados con la hostelería que cuentan con sellos de calidad por distintos motivos: sostenibilidad, turismo, calidad... Ha llegado el momento de crear un nuevo sello de calidad que refleje el compromiso del establecimiento y la empresa con la defensa de la igualdad entre mujeres y hombres y por los servicios que ofrece. Por ejemplo, con espacios de conciliación para los niños de los clientes o por la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores, ya sean mujeres u hombres. Existe un sello de Empresa familiarmente responsable, pero aquí daríamos un paso más señalando solo a los establecimientos del sector.
- **FIRMA DEL PROTOCOLO CONTRA EL ACOSO SEXUAL EN EL ÁMBITO LABORAL:** La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres, establece que toda empresa ha de promover condiciones de trabajo que eviten el acoso sexual y el acoso por razón de sexo
- **INCORPORACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁMBITO DE LA GASTRONOMÍA A LA RED DE EMPRESAS CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO:** En el año 2012, se creó en España la red de 'Empresas por una sociedad libre de violencia de género'. Son pocas las empresas que se han sumado y sería sumamente interesante que se incorporara FACYRE y, en consecuencia, muchas de las empresas que forman parte de esta organización. En la actualidad, son 129 el número de entidades (públicas y privadas y procedentes de diversos sectores de la economía española), como el Banco Santander, que lo han firmado, de las cuales hay algunas agroalimentarias, pero muy pocas del ámbito de la restauración.



Más información sobre las actividades ya realizadas:

http://www.mujeresenigualdad.com/Gastronomia-es-femenino_es_174_0_0_232.html

NUEVO CATÁLOGO DE HOSTELERÍA

Enfocado a una versión eco-Responsable, con materiales naturales, biodegradables; para un impacto ecológico reducido.

Reserva tu ejemplar mandándonos un mail a artipas@artipas.com

Recipientes y accesorios para cóctel y catering, vasos, platos y bandejas, snaking y embalaje.





Caviaroli drops.

By Albert Adrià.

Carpaccio de ternera con olivas verdes esféricas CAVIAROLI Drops by Albert Adrià.



CAVIAROLI Drops by Albert Adrià
Olivas Verdes Esféricas

All the taste, all the looks.

www.caviaroli.com

Squarcia

TARTAS NATURALES DE AUTOR | sin, sin, sin...

• NOSTALGIA DEL PALADAR •

*¡Productos Naturales y
Elaboración Artesanal!*

Sin conservantes,
Sin colorantes,
Sin aditivos

Obradores en Madrid y Baleares
Equilibrio perfecto entre tradición e innovación

www.squarcia.net Llámanos 665 21 47 40





75
AÑOS
CONTIGO

El Duo Harinero

PASTY
frio



Unas buenas materias primas son fundamentales para la creación de los mejores platos, y en El Duo Harinero las encontrarás todas.

El Duo Harinero



La Secreta



Cº de las Hormigueras, 108. Pol. Ind. de Vallecas, 28031, Madrid
Tel: 91 778 84 11 Móv: 609 188 030 www.duoharinero.com



CHÊF·À·PORTER

ONLINE®



ROPA PROFESIONAL
PARA COCINA Y SALA

www.chefaporter.com

shop@chefaporter.com · Tel.: 91 633 81 32



@chefaportershop



facebook.com/chefaportershop



685 165 455



SINCE 1972 *The* **MEAT** MADE IN SPAIN
SUPREME *By Jafisa*



ESENCIALES EN TU COCINA

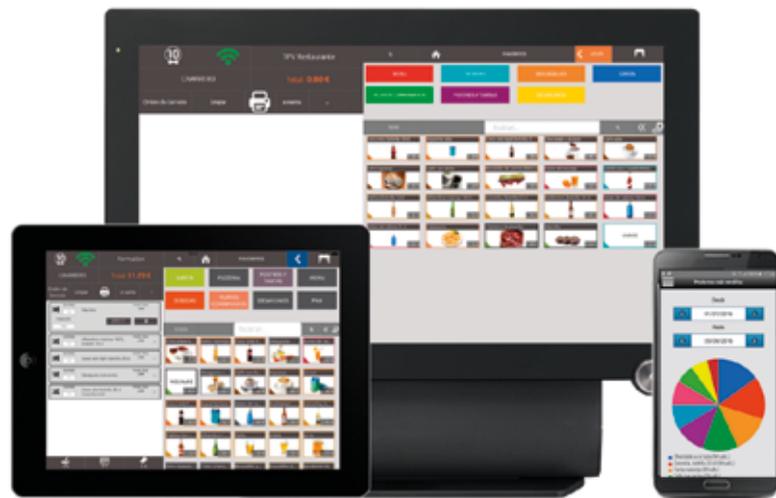
Seleccionamos las mejores piezas, de las mejores razas.



www.grupojafisa.com
91 798 71 86

Programa de Gestión • Punto de Venta
exclusivo para tu Bar/Restaurante

Camarero 10
Digitalizamos tu restaurante o bar



Sin instalaciones

— **¡Solo conectar y listo!** —

www.camarero10.com

BONIFICADO 100% durante 3 años
Instalación, configuración, soporte y formación INCLUIDOS



Controla tu negocio



Desde cualquier lugar y dispositivo



En tiempo real



Mayor rapidez en el servicio



Muy fácil de usar y sin instalaciones



Servicio post-venta de calidad



91 005 23 24

657 673 379



comercial@camarero10.com



Desde cualquier dispositivo



Els Fogons de Plaça gana el concurso Mejores Arroces de España 2018 con su arroz de carbonero

En el marco de HIP, entre los días 18 y 20 de febrero, se presenta la III Edición de Mejores Arroces

Unilever Food Solutions



El negocio mallorquín Els Fogons de Plaça, especializado en comida para llevar, ganó la II Edición del concurso Mejores Arroces de España 2018. Así lo decidió el jurado del certamen en el que participaron más de 1.100 restauradores de toda España y cuya final tuvo lugar el pasado 31 de octubre en El Palacín de León, Capital Española de la Gastronomía 2018.

La mejor receta de arroz del país es un arroz de carbonero que se sirve en Els Fogons de Plaça de Bunyola (Mallorca) elaborado por la chef Catalina Pons. "Se trata de un arroz caldoso de subsistencia, típico de cuando los carboneros pasaban meses en las montañas haciendo carbón",

León acogió la final del concurso Mejores Arroces 2018, que contó con seis finalistas regionales procedentes de distintas comunidades autónomas de España

detalló la ganadora. La receta, a base de carne y verduras, tiene en la coliflor y la patata dos de sus ingredientes más característicos.

La final del concurso, impulsado por Unilever Food Solutions (UFS) y Knorr con el apoyo de la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Federación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE), contó de nuevo con un jurado





La receta que se elabora en este restaurante de Bunyola (Mallorca) se erigió como la ganadora del certamen impulsado por Unilever Food Solutions y Knorr y que cuenta con el apoyo de FEHR y Facyre

de excepción. Entre las personalidades que eligieron el mejor arroz de España están los reputados chefs Kiko Moya, que cuenta con 2* Michelin en su restaurante L'Escaleta de Cocentaina (Alicante); Antonio Arrabal, propietario de La Jamada (Burgos), y Peio Cruz, chef ejecutivo de Unilever Food Solutions, con más de 200 chefs en todo el mundo que da respuesta a las necesidades de los profesionales de la restauración.

“Los seis finalistas han demostrado la gran versatilidad que tiene el arroz a la hora de elaborar un plato”, aseguró Moya, que también destacó el “gran nivel” de los chefs que llegaron a la final, mientras que Arrabal insistió en que “se han tenido en cuenta distintos aspectos como son la cocción, la textura o la presentación de cada una de las recetas”. Por su parte, Cruz

recordó que “el arroz es uno de los alimentos estrella en los restaurantes españoles, por su gran variedad de recetas y por el arraigo que tienen en cada una de las regiones del país”.

La II Edición del concurso Mejores Arroces de España tiene como objetivo “dinamizar el consumo de arroz fuera de los hogares”, explica Àngels Solans, directora general de Unilever Food Solutions. “El sector de la restauración creció un 4,6% en 2017 y la previsión es que siga haciéndolo gracias al turismo y al incremento del consumo interno”, tal y como recuerda la directiva.

LEÓN, CAPITAL DEL ARROZ

León se convirtió por unas horas en la capital española del arroz. La final del concurso Mejores Arroces 2018 tuvo lugar como parte de un extenso programa de actividades que hicieron de



esta ciudad castellana la Capital Española de la Gastronomía 2018, una iniciativa organizada por el comité Manjar de Reyes.

El concurso también contó con el respaldo de los partners técnicos final: Makro, Diego Coquillat, Horeca Professional Expo (HIP), Rational y Bra.

SOBRE UNILEVER FOOD SOLUTIONS

Como división de foodservice de Unilever, una de las compañías líderes a nivel mundial de alimentación con presencia en más de 190 países, desde Unilever Food Solutions proporcionamos productos y servicios creados por y para chefs e intentamos hacerlo de manera sostenible. Actualmente, operamos en 68 países y contamos con más de 4.700 empleados, de los cuales, 230

son chefs. En España, suma más de 250 referencias entre las que se encuentran recientes innovaciones, como la nueva Gama de Postres Deshidratados, el NewYork Cheesecake y el Flan de Chocolate de Carte d'Or, la Gama Asiática Knorr con la Salsa Sweet Chili y la Pasta de Curry Rojo, o la gama renovada de Caldos Líquidos Concentrados, los Fondos Profesionales de Pollo, Carne y Marisco y el Caldo para Paella, también de Knorr, así como marcas tan conocidas como Hellmann's, Krona y Maizena.

La esencia de Unilever Food Solutions se centra en ofrecer inspiración y soluciones para el día a día de los chefs, tanto en nuevas tendencias como en la gestión de mermas para hacer más sostenibles los negocios. Además, la división culinaria de Unilever utiliza envases e ingredientes procedentes de fuentes sostenibles para generar menos residuos y consumir menos energía.

Para obtener más información, visita: unileverfoodsolutions.es



LA TRADICIÓN DEL PLACER



DANIEL SORLUT
OSTRAS



www.ostrasorlut.com

MERCADO DE SAN MIGUEL | Puesto de Ostras Nº 67 | Plaza de San Miguel s/n | 28005 Madrid |

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

   [ufvmadrid](https://www.instagram.com/ufvmadrid)



VEN A CONOCER NUESTRO
NUEVO DOBLE GRADO EN
GASTRONOMÍA +
ADMINISTRACIÓN
Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS



91 351 03 03 • www.ufv.es

Ctra. Pozuelo - Majadahonda, Km. 1,800 • 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)

El Día de la Hostelería, EL GRAN HOMENAJE DE MAKRO A MÁS DE 300.000 HOSTELEROS

María José Cabello
MAKRO



EVENTOS

MAKRO España lleva más de 45 años trabajando con total dedicación, apoyando a la gastronomía y la restauración, tanto dentro como fuera de cocinas. Por este motivo, la compañía organiza, desde hace tres años, la iniciativa El Día de la Hostelería, con la que impulsa y apoya al sector para incrementar su notoriedad y favorecer al desarrollo de sus negocios.

Tras el éxito de la última edición celebrada hasta el momento – el pasado mes de octubre y en la que MAKRO consiguió reunir más de 25.000 ofertas de bares y restaurantes de toda España – El Día de la Hostelería se consolida ya como el gran homenaje a uno de los principales motores económicos de nuestro país, en el que coexisten 300.000 establecimientos.

De esta manera y con el objetivo de desarrollar acciones que impulsen el sector de la hostelería y el turismo, MAKRO creó la Barra de Tapas más larga del Mundo en Sevilla, logrando el Record Guinness con casi 600 metros de longitud entre el Puente de San Telmo, la Torre



del Oro y el Puente de Triana. Para conseguirlo, contó con la participación de 300 hosteleros sevillanos, que elaboraron más de 45.000 tapas.

El Día de la Hostelería se materializa cada edición en la plataforma dielahaosteleriaynegocios-proprios.es, donde los usuarios pueden encontrar ofertas y promociones en bares y restaurantes de toda España, desde estrellas Michelin hasta menús del día. A través de esta web, los hosteleros registran sus establecimientos y ofrecen atractivas promociones que están vigentes únicamente el segundo martes del mes de octubre de cada año. La iniciativa forma parte de un proyecto internacional de METRO AG, matriz de MAKRO, que se celebra al mismo tiempo en 25 países.

Una iniciativa puesta en marcha por MAKRO, que cuenta con la colaboración de las principales asociaciones del sector como Hostelería de España, la Federación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE) y la Comunidad Europea de Cocineros (Euro-toques).





COOSUR PROFESIONAL, LA SOLUCIÓN EN TU COCINA

Diferentes formatos de aceites, salsas y vinagres
para cubrir todas las necesidades de la restauración.



Aceites del Sur-Coosur S.A.

C/ Pedro Teixeira, 8. 28020 Madrid. Tel: +34 915 219 672 info@acesur.com • www.acesur.com

Acesur
INNOVAMOS POR TRADICIÓN



 COCCIÓN
HORIZONTAL

 HORNOS Y
ABATIDORES

 LAVADO
DE VAJILLA

 FRÍO
COMERCIAL

 LAVANDERÍA
COMERCIAL

FAGOR INDUSTRIAL,
FABRICANTE LÍDER DE EQUIPAMIENTO PARA
LA HOSTELERÍA, LA RESTAURACIÓN COLECTIVA
Y LA LAVANDERÍA.


www.fagorindustrial.com

FAGOR INDUSTRIAL S. COOP.
Sotomayor de los Baños, 22
20093 Oliva, Diputación de Sevilla
T. (+34) 953 71 60 30

FAGOR
FAGOR INDUSTRIAL

1/6

Este número es indicativo del riesgo del producto siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Banco Santander está adscrito al Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito. Para depósitos en dinero el importe máximo garantizado es de 100.000 euros por depositante en cada entidad de crédito.



En el Santander os tenemos en cuenta.

Por ello, tenemos una cuenta que se adapta a ti: la Cuenta Corriente Colectivos Santander, **Sin comisión de administración ni mantenimiento de la cuenta***, y con las tarjetas*:

- **Santander Débito 4B Classic**
Comisión de emisión y mantenimiento: 0€
- **Tarjeta de Crédito Box Gold**
Comisión de emisión y mantenimiento: 0€

También tenemos una **oferta preferente de financiación** para ti.
Infórmate en el **915 123 123** o en nuestras oficinas.

*Cuenta no remunerada. Tipo de interés nominal anual 0% TAE 0%.
Consulta resto de condiciones en tu oficina más cercana.

