

ñam! ñam!

A food magazine by **FACYRE**
Número 02 JUN19



**Foodpairing: El arte de
combinar sabores en la
cocina** p.18

**Gastronomía es Femenino,
tercera edición de un proyecto
consolidado** p.52

**Territorio FACYRE:
ACOCYREX, ACYRE
Cantabria y ASCAIB** p.44



Únete a la revolución Cook&Chill

Eficiencia, productividad, facilidad de uso y rendimiento inigualable. Los Hornos y Abatidores están perfectamente sincronizados gracias a SkyDuo. Descubre una experiencia Cook&Chill perfecta.

Electrolux SkyLine, el nuevo horizonte en la cocina.



Descubre la Excelencia
professional.electrolux.es



Electrolux Professional SkyLine

Avanzar en el sector de la gastronomía

Ya han pasado unos meses desde que la primera publicación de Ñam! Ñam! llenara todos los rincones, stands y salones de IFEMA. Tres días llenos de eventos, ponencias, demostraciones y reconocimientos por parte de profesionales, marcas y personajes célebres del sector que no quisieron faltar a la gran cita de la innovación en nuestro sector. La tercera edición de Expo HIP funcionó como una pista de aterrizaje perfecta para un primer número de esta revista que no pasó desapercibida entre todos los amantes y profesionales de la gastronomía que tuvieron ocasión de disfrutarla. Pero aquello tan solo fue el principio.

En este tiempo, hemos podido comprobar de primera mano que existe una gran cantidad de contenido relacionado con el sector de la gastronomía y con el Canal HORECA. Queremos dar difusión a testimonios de referentes culinarios, noticias relacionadas con tecnología e innovación, reportajes de especial interés para el sector hostelero, información sobre eventos y, por supuesto, a nuestro Territorio FACYRE: las grandes actividades que desarrollan las Asociaciones de Hosteleros y Reposteros de España. Por todo ello, podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que tenemos muchos Ñam! Ñam! por delante.

En HIP 2019, reconocimos la importancia de mirar hacia el futuro y apostar por la innovación en nuestro sector. Y ahora, bajo el contexto del III Encuentro de Gastronomía es Femenino, volvemos a apostar por otro avance, pero de un carácter diferente y enormemente importante. Queremos reivindicar el papel de la mujer en el mundo de la gastronomía, dando voz a grandes chefs, sumillers y empresarias, así como mediante el reconocimiento de su talento. Muchísimas gracias a todas las personas que se han implicado en este proyecto y, en especial, a todas aquellas que han abierto el camino para que a día de hoy podamos celebrar un evento de esta magnitud.



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

AVANZAR EN EL SECTOR DE LA GASTRONOMÍA / 3

ENTREVISTAS:

Pepa Muñoz / 6

TENDENCIAS:

De la cepa a la copa / 10

La revolución del casual food / 14

El fabricante de ideas de los grandes chefs / 16

INNOVACIÓN:

Foodpairing, combinaciones (im) posibles a partir del aroma / 18

La tinta que se come / 22

¿Conoces el menú engineering? / 26

REDES SOCIALES:

Tu negocio de hostelería explicado con reacciones de Facebook / 30

SALUDABLE:

SOS respira: una historia real / 32

Alimentación y deporte / 34

FORMACIÓN:

Las marcas de calidad aterrizan en las Aulas "Formación desde el Origen" / 36

MAKROCHEF:

Embajadores de MAKROCHEF / 38

ACYRES:

La biblioteca Gastronómica promovida por Acocyrex / 44

ACYRE Cantabria: Aula de alimentación saludable / 46

ASCAIB: el triunfo de las verduras / 50

EVENTOS:

¿Qué es "Gastronomía es Femenino"? / 52

Reescribiendo el relato: El papel de la mujer en la gastronomía / 54

Gastronomía e innovación, unidos en HIP 2019 / 56



TORREÓN
IBÉRICOS

**ÚNICO
EN SU
ESPECIE**



El jamón perfecto para las ocasiones importantes. Perfecta combinación de tradición y sabor auténtico.

Piezas delicadas y únicas, de sabor dulce pero con personalidad.



www.ibericostorreon.com

ENTREVISTA PEPA MUÑOZ

“Nuestro secreto es nuestro empeño de dar un trato personalizado a cada uno de nuestros clientes”

ENTREVISTAS

¿Cómo interpreta Pepa Muñoz la gastronomía?

Es mi forma de vida. Es decir, no concibo mi vida sin la gastronomía. Desde muy pequeña, mi cabeza está amueblada “gastronómicamente”.

En el mundo de lo tecnológico y visual, ¿qué importancia tiene recuperar la esencia del producto?

Muchísima. Considero que con tanta tecnología y “efectos ópticos especiales” estamos olvidando lo verdaderamente importante. Una foto bonita, por ejemplo, retocadísima gracias a los programas de los que disponemos, puede hacer que perdamos la percepción de lo verdaderamente auténtico. Son imágenes perfectas que deforman lo perfecto.

A mi huerta le ha dado vida y color el tomate que bien es sabido es el producto que caracteriza a Qüenco de Pepa desde su origen

Además del tomate, ¿cuál crees que es el producto del año?

Para mí, lleva 17 años siendo el producto por excelencia. De ahí mi empeño en recuperar semilleros olvidados (por tanto sabores también olvidados). A mi huerta le ha dado vida y color el tomate que bien es sabido es el producto que caracteriza a Qüenco de Pepa desde su origen.

Si tengo que mencionar otro producto importante, es la sal. Elegir la sal en función del alimento en cuestión es fundamental. Yo, en mi cocina, utilizo siete tipos de sales diferentes dependiendo del producto que esté cocinando.

¿Crees que se están perdiendo los sabores?

Sí. En algunos productos, sí.

De hecho, esto precisamente forma parte de la cultura de Qüenco de Pepa. Estamos trabajando desde hace años en la recuperación de sabores olvidados. Esto lo hacemos a través de nuestra huerta, con la ayuda de nuestro hortelano quien conserva semillas de más de 80 años de antigüedad. Hemos consolidado nuestros tomates. Ahora estamos haciendo lo mismo con la berenjena y en paralelo comenzando con otras verduras y hortalizas.

¿Cuál es el secreto de El Qüenco de Pepa?

Yo diría que es nuestro empeño de dar un trato personalizado a cada uno de nuestros clientes.





ENTREVISTA

Me encanta encontrar el mejor pescado, recibirlo en mi cocina, acariciarlo, limpiarlo, tratarlo con mimo... y manipularlo lo menos posible

La mejor anécdota no la puedo contar. Cuento otra: Un día vino a comer Nati Abascal. Tenía calor con su ropa y me pidió una chaquetilla de cocinera de las mías. Salió del baño con mi chaquetilla y su cinturón alrededor de su cintura flaca.... Estaba muy guapa. ¡Se marchó del restaurante de compras por el barrio de Salamanca de Madrid con la chaquetilla puesta!

¿Crees que la alta cocina se está abriendo cada vez a más públicos?

Sí. La alta cocina empieza a formar parte de regalos diferentes, de manera de celebrar cosas importantes y menos importantes. Por otro lado, pienso que si bien la gastronomía es algo que siempre ha caracterizado a nuestro maravilloso país, ahora parece que se le esté dando aún más importancia (porque la tiene, y mucha). Estamos haciendo "más ruido" y el público lo oye y responde de una manera extraordinaria.

Buscar y encontrar lo que el cliente desea (que a veces ni él mismo lo sabe), poder dárselo, hacer que encuentre en Qüenco de Pepa su lugar, lugar acogedor donde de alguna manera puedo ver reflejado un salón más de su casa.

Los clientes nos dicen que, después de comer en Qüenco de Pepa, pueden cenar.... ¿será otro de los secretos?

La mejor anécdota en el restaurante que puedas contar.



¿Qué es lo que más te gusta cocinar? Y, si no es lo mismo, ¿tu plato favorito?

Sin duda, el pescado. Me encanta encontrar el mejor pescado, recibirlo en mi cocina, acariciarlo, limpiarlo, tratarlo con mimo... y manipularlo lo menos posible antes de que llegue a mi cliente. Quiero que se tomen el mejor pescado y para eso no basta que sea el mejor (que lo es), también debe estar preparado de manera excelente.

¿Mi plato favorito? Huevos del campo con patatas fritas de mi huerta.

¿Qué tal llevas todo el tema de las redes sociales? ¿Crees que ahora son esenciales para cualquier restaurante y negocio?

Lo llevo bien. Es una vía más de comunicación con otras personas que me permite contar cosas de las que hago, compartir historias, fotos (¡sin tratar!). Me ayuda a ir más lejos, a que otros me conozcan. Creo que esto es importante para cualquier negocio igual que creo que hay que tratarlo con respeto y usarlo bien. A mí me tratan muy bien. Interrelaciono bastante con mis seguidores, que son ya varios miles.

Celebramos el III Encuentro Gastronomía es Femenino, ¿cómo ha cambiado el papel de la mujer chef desde que comenzaste hasta ahora?

Ha cambiado muchísimo. Parece que hubieran pasado 10 años en lugar de 3. Hemos dado los primeros pasos en forma de "zancadas", hemos avanzado mucho y queda muchísimo por hacer. Yo estoy volcada en aportar todo lo que sea capaz para que este cambio necesario se produzca de una vez. Ahora tenemos algo más de visibilidad, va lento pero va. Seguimos trabajando con la misma intensidad que hace años, pero claramente ha emergido un movimiento que comienza a dar reconocimiento a la mujer chef.

Personalmente, como mujer, ¿has tenido que superar muchos retos?

Por supuesto, y sigo superándolos. Conciliar con mi familia las 16 horas de media que dedico a mi restaurante, no es fácil. Tengo dos hijas de 12 años y no quiero que me echen de menos... Tratar con algunos proveedores, a veces, no ha resultado fácil por ser mujer si bien, esto he ido gestionándolo gracias a mis experiencias (buenas y malas). Por otro lado, la Administración considero que no ha estado a la altura.



DE LA CEPA A LA COPA

TENDENCIAS



Juan Ruiz, Somiller Restaurante Aponiente 3 estrellas Michelin

El diseño, la forma y la capacidad de la copa tienen influencia directa tanto en la degustación como en la percepción de los aromas de los vinos servidos

El aroma, el sabor y la textura de un vino están marcados desde el momento en el que comienza a crecer la cepa, la zona geográfica donde se cultiva condicionará las cualidades que desarrolla durante su crecimiento y la variedad determina el carácter que el vino tendrá una vez llegue a la copa.

Los expertos aseguran que un mismo vino puede transformarse y desarrollarse de diferentes formas según el recipiente. La forma de la copa dirige el líquido a una zona concreta de la lengua para

ensalzar o atenuar las sensaciones del vino. Por ello, se recomienda servir cada variedad en la copa que mejore la armonía y destaque las características únicas de los caldos, aquella que traduce su mensaje a los sentidos para el disfrute total del catador.

Las copas deben responder a las exigencias de perfección y refinamiento del somiller: artículos finos, ligeros, resistentes y extremadamente transparentes; que cumplan con una función estética que realce la presentación de los vinos que

exhibe. La transparencia absoluta de las copas es imprescindible para una lectura clara de los vinos con matices de color y se busca un borde fino para que el punto de contacto inicial con los labios sea extremadamente agradable.

¿CÓMO SABER CUÁL ES LA COPA IDEAL PARA CADA UNA DE LAS VARIETADES?

Chef & Sommelier, marca de origen francés con una dilatada experiencia en la fabricación de menaje de mesa, en colaboración con el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA); han realizado un estudio sobre el comportamiento de las diferentes variedades españolas en distintas copas. El equipo formado por expertos sumilleres con el reconocimiento de "Nariz de Oro" y científicos del departamento de investigación Agroalimentaria de IMIDRA, seleccionaron las variedades y comprobaron en varias sesiones de cata el desarrollo que cada vino experimentaba en las diferentes

copas del portfolio de la marca. Tras asignarle una puntuación, se elaboró una correlación de cada cepa con el modelo y la capacidad óptima para su servicio.

Este estudio es muy valorado por grandes sumilleres españoles como Juan Ruiz del restaurante Tres Estrellas Michelin de Aponiente. El monográfico pretende aportar un valor diferencial al servicio del vino en la hostelería y la restauración, ya que potencia cada una de las variedades en función de la forma y el diseño de la copa.

GARNACHA

La variedad garnacha es vigorosa de porte erguido, de brotación y maduración medias. Es una cepa con racimos compactos y uvas uniformes de colores oscuros según la zona de España en la que se cultive.

La garnacha es adecuada para vinos de alta graduación y colores muy intensos. Presentan

una acidez entre media y alta, con aromas ligeros y tonos de fruta roja madura. Su piel fina y su riqueza en azúcar, la hacen muy adecuada para la obtención de vinos jóvenes rosados.

La copa ideal para su servicio debe contar con una superficie de oxigenación ancha que mejore la respiración de los vinos y afiance el sabor y olor de los aromas, incluso de los más ligeros. Un cáliz alto y estrecho resaltará el equilibrio de los caldos y acentuará la elegancia de la copa. La copa recomendada C&S es la colección Sublym.

TEMPRANILLO

Es de porte semi erguido, brotación entre temprana y media y maduración media-temprana. De racimos grandes y compactos, de uva gruesa con epidermis negro azulada.

El tempranillo es la variedad por excelencia dedicada en España a la producción de vinos de crianza y reserva en barrica de



Rafael Sandoval, Sumiller del restaurante Coque 2 estrellas Michelin

roble. Produce vinos tintos de colores intensos, acidez media y graduación alcohólica media-alta. Da lugar a vinos jóvenes muy aromáticos y elegantes, tanto en elaboración tradicional como en maceración carbónica.

Para el servicio de tempranillo, la boca estrecha de la copa reduce la percepción alcohólica en nariz y la acidez en boca. Una gran cámara aromática desarrolla los aromas y los matices que generan los caldos. Un cáliz estrecho se adapta tanto a la degustación de vinos jóvenes como a la de vinos crianza y reserva. La copa recomendada C&S es la colección Reveal'Up Intense, cuyo ángulo del cáliz crea un medidor natural que permite servir la cantidad exacta de vino.

ALBARIÑO

La cepa de albariño tiene un porte semierguido, de brotación temprana y maduración media. De origen gallego, su fama ha motivado que se inicie su cultivo en otras regiones. Racimos pequeños y cónicos con uvas redondas, verdosas y un grato sabor dulce.

La variedad albariño da vinos de gran calidad con una graduación alcohólica media y una acidez notable. De color brillante con irradiaciones doradas y verdes.

Caracteriza a la uva su aroma, con un gran potencial aromático afrutado y amplios matices.

La copa ideal para el servicio de albariño precisa de un cáliz torneado que favorezca la concentración de los aromas de los caldos aromáticos y provoque la ruptura de las moléculas, garantizando un placer olfativo singular. Los vinos blancos necesitan un espacio de liberación para que la espiral aromática sea efectiva. La copa recomendada C&S es la colección Open Up.

VERDEJO

La variedad verdejo es de brotación temprana-media y de maduración media-temprana. En los años 70 se fue recuperando, siendo hoy en día de las mejores autóctonas españolas para la elaboración de vinos blancos y vinos generosos al estilo de Jerez.

Produce vinos moderadamente alcohólicos, de acidez media-alta y color amarillo verdoso con tonos acerados. Son muy aromáticos; en nariz destacan los aromas a almendra amarga. Son vinos con cuerpo, con cierta suavidad y retrogusto ligeramente amargo.

Las copas para un servicio de verdejo cualitativo y completo

son aquellas con una amplia cámara aromática que intervenga en la distribución volátil de las sustancias aromáticas del vino y que se estreche en el cáliz para permitir la concentración de aromas. La copa recomendada C&S es la colección Cabernet Supreme.

ALIANZAS CON ESTRELLAS MICHELIN

Angel León, chef ejecutivo y propietario del Restaurante Aponiente, junto con su sumiller Juan Ruíz, poseen una amplia gama de copas C&S para la puesta en escena del servicio de vino en Aponiente y ha declarado que «C&S es pieza clave en el servicio de sala del restaurante, las formas de sus copas, pensadas para cada tipo de vino, muy técnicas pero a la vez de estética muy cuidada, resaltan y potencian las virtudes de cada caldo, para que la experiencia del vino sea única y perfecta».

Las colecciones de C&S han conquistado a los grandes chefs de la cocina española como Mario Sandoval de Coque Madrid. La de Sandoval es una cocina de muchos fondos, en la que el vino es un elemento conductor básico, por lo que la bodega, dirigida por Rafael Sandoval, es uno de los pilares del restaurante donde el comensal puede disfrutar íntegramente de los vinos más exclusivos y degustarlo en copas con excelentes cualidades técnicas y de cata.

SOBRE KRYSTATM

Krysta™, un nuevo cristalino sonoro patentado y desarrollado por Arc International y comercializado bajo la marca C&S, que aporta al profesional un rendimiento excepcional ofreciendo una resistencia superior, una completa transparencia, un brillo de larga duración y una acústica perfecta, en consonancia con las demandas de los profesionales más exigentes.





Seguro. Simple. Efectivo.

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



cada experiencia cuenta™

La revolución del CASUAL FOOD

TENDENCIAS



El casual food no es solamente disfrutar de una hamburguesa o de unas tapas con los amigos, que también. Es, además, uno de los sectores en alza dentro del negocio de la restauración. La demanda de comida informal se ha incrementado en los últimos cinco años, tal y como demuestra el Barómetro de Tendencias en Restauración 2018, elaborado por Facyre y Hostelería de España

con la colaboración de Unilever Food Solutions. Ocho de cada diez españoles ha elevado el consumo del casual food en restaurantes, según indica dicho informe.

Para dinamizar este sector en toda España, la división de restauración de Unilever ha puesto en marcha el Club Hellmann's <https://www.clubhellmanns.com/>, una iniciativa abierta a todos los restaurantes españoles de comida informal que es heredera de la iniciativa Locales Mayoneseros. Esta iniciativa se puso en marcha en 2015 y con ella se han llevado a cabo proyectos como la Ruta Burger y la Ruta Hellmann's, siempre



con el objetivo de escuchar al cliente y al mercado, y servir de catalizador de las últimas tendencias del sector de la restauración.

En la actualidad, el Club Hellmann's cuenta con 3.000 restaurantes adheridos. Esta comunidad ofrece a los restaurantes asociados inspiración y formación, publicidad gratuita y promociones para fidelizar a sus clientes, además de ofertas y material exclusivo.

En los últimos cinco años, la existencia de un consumidor cada vez más exigente y la búsqueda de una buena relación calidad-precio han disparado la demanda de comida informal, a la vez que los profesionales de la restauración han ido proporcionando una oferta cada vez más innovadora y variada en sus recetas de casual food.

El Barómetro revela que los españoles salen a comer fuera de casa una media de entre dos y tres veces por semana, pero teniendo muy en cuenta la relación calidad-precio a la hora de escoger un restaurante. En concreto, un 59% de los consumidores consideran muy importante este aspecto antes de elegir un local.

Además, tal y como indica el Barómetro de Tendencias en Restauración 2018, los españoles salen a comer fuera una media de entre dos y tres veces por semana, principalmente para pasar un buen rato (74,7%), pero también para no tener que cocinar en casa (53,3%).

Un 77% de los encuestados se muestran muy o bastante interesados en introducir cada vez más elementos saludables a sus comidas, un porcentaje

que se eleva aún más entre catalanes (79%) y vascos (78%).

Sin embargo, el servicio sigue siendo, junto con el precio, uno de los factores que hacen decidir a los clientes por uno u otro restaurante. Es por eso que Unilever Food Solutions busca iniciativas como el Club Hellmann's para dinamizar y satisfacer a los comensales. Un 40,3% lo considera muy importante, según el informe, mientras que las recomendaciones de otras personas quedan en un segundo plano: sólo un 19,8% considera muy importantes los comentarios que reciben sobre un determinado local antes de acudir a él.

En los últimos cinco años, la existencia de un consumidor cada vez más exigente y la búsqueda de una buena relación calidad-precio han disparado la demanda de comida informal



El fabricante de ideas de los grandes chefs



Dicen que este tipo tiene mil manos. Su nombre es José Piñero y ha diseñado y decorado espacios para algunos de los chefs más reconocidos del panorama nacional. Quique Dacosta, Dabiz Muñoz, Dani García o los hermanos Adrià son algunos de los nombres que han pasado por su taller en busca de las propuestas más atrevidas.

TENDENCIAS



¿Cómo y cuándo empezó a diseñar vajilla y espacios para chefs?

Somos un negocio dedicado desde sus inicios y principalmente a la decoración de espacios, que al contar con equipo propio de producción de muchos oficios nos ha convertido en fabricantes de ideas aplicables a cualquier sector. En el caso de la gastronomía, todo empezó por una casualidad en la que tiene que ver mucho nuestro "caracol", y en la que la astucia y ver mas allá, que tiene Alber Adrià, le hizo ver que nuestra capacidad y estilo de trabajo podrían convertirse en un gran aliado a la

hora de dar forma a las piezas de vajilla que él tenía en mente.

¿Cómo nacen las ideas que lleva a cabo con los grandes chefs? ¿Quién propone a quién?

Funcionan todas las fórmulas. Desde que el chef viene con la idea clara y nosotros la desarrollamos o, la más habitual, que el chef nos transmita sus necesidades y se hace un trabajo en equipo. Para ello lo más recomendable es visitar yo el restaurante, y el cliente el taller donde al salir de su mundo puede centrarse mas y ver posibilidades de materiales o elegir piezas (que no tienen exclusividad)

entre las más de 350 unidades expuestas en un show room “de lo más original”.

¿Por qué la vajilla forma parte de la experiencia de comer en un restaurante?

Con la evolución tan rápida que esta teniendo la gastronomía, hay que buscar nuevas fórmulas para sorprender. Comemos por los ojos y la presentación se ha convertido en algo fundamental. Si, aparte, esa presentación es sobre una pieza pensada y fabricada para ese emplatado, el resultado es de diez, y más en una época en la que las redes sociales son tan importantes y hemos de transmitir a través de imágenes (ya que es muy complicado decir a través de una foto que algo está muy bueno) que es muy habitual que un cliente cuando le sacan un plato de estas características saque antes el móvil que el tenedor para fotografiar y publicar.

¿Qué chef le ha propuesto la idea más atrevida?

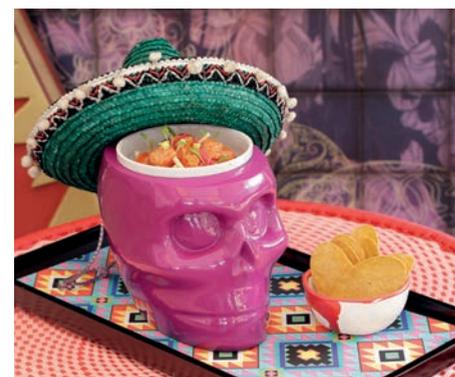
En realidad son piezas por lo general atrevidas. Pero puedo destacar las creadas junto a los hermanos Adriá y el Circo del Sol para la primera temporada de Heart Ibiza. Y por su peculiar estilo las de Dabiz Muñoz.

¿Un objeto que recuerde diseñar de manera especial, o su favorito?

Por su complejidad, quiero destacar el “nou mon” realizado para el Celler de Can Roca. Un pieza en la que sirven snacks de diferentes partes del mundo, que funciona con un mecanismo interior que se activa cuando colocas la barilla que lo contiene en el nombre del país que corresponde, abriéndose por la mitad una bola del mundo que contiene una sorpresa oculta en su interior.

¿Es aficionado a la cocina? ¿Qué vajilla tiene en casa?

Como consumidor, desde que empecé a trabajar en este sector me he convertido en un



apasionado y como cocinero cada domingo hago una paella a la leña para la familia. La vajilla de mi casa es de lo convencional, aunque a veces sorprendo llevando alguna pieza para ponerla a prueba si en un material nuevo.

¿Cuál considera que es la evolución de las vajillas dentro de la gastronomía de ahora en adelante?

En mi modesta opinión pienso que esta tendencia ha llegado para quedarse ya que las ideas no se acaban nunca, y al ser producciones tan limitadas no llegan a “quemarse”. De todas formas, trabajamos piezas de todos los estilos. Por ejemplo, con los hermanos Adriá creamos algunas de las piezas más llamativas para Heart, y para Enigma, las más minimalistas con superficies blancas, lo que quiero decir es que las tendencias funcionan en paralelo dependiendo de la identidad del chef o restaurante



Foodpairing, combinaciones (im)posibles a partir del aroma



¿Por dónde empezamos a comer? Todavía existen quienes piensan que captamos los sabores por el gusto en primer lugar. Sin embargo, es el olfato el primer encargado de enviar la orden a nuestro cerebro de qué estamos comiendo, el detonante de las múltiples sensaciones que experimentamos al probar cada bocado.

¿Los protagonistas de los maridajes? Cuatro de los productos ibéricos Arturo Sánchez.

OLFATO Y FOODPAIRING, DOS COMPAÑEROS INSEPARABLES

El sentido del olfato es el responsable en un 80% de nuestro sentido del gusto, por lo que es una herramienta imprescindible para que los cocineros realicen sus maridajes. Y este podría ser

el germen de Foodpairing, un proyecto que ayuda a nuestros chefs a decidir las combinaciones de los productos con los que trabajan y de darles la textura correcta, la temperatura ideal... junto a más resultados que el cocinero pretende conseguir con cada receta.

Foodpairing es una especie de "cuaderno de notas" abierto para que cada cocinero interprete luego las diferentes combinaciones de sabores y aromas a su manera, una herramienta de inspiración que está sirviendo a chefs de todo el mundo que analiza las moléculas aromáticas de los alimentos y las organiza en categorías reconocibles. A partir de ese perfil aromático es cuando los chefs obtienen las diferentes sugerencias de maridajes con otros alimentos o bebidas con los que comparten moléculas aromáticas.

CIENCIA AL SERVICIO DE LA GASTRONOMÍA

Foodpairing surge como una herramienta que, basándose en principios científicos, es toda una "pizarra" de la que partir para crear nuevas recetas o renovar las que ya existen en las cartas de los chefs.

Foodpairing es juego, es viaje gastronómico, es experiencia y sentidos y sobre todo, es descubrir nuevos mundos que han pasado de la (im) posibilidad a la realidad



El germen surge en Bélgica en la empresa homónima, con el objetivo de dar un paso más allá, proponiendo a chefs y comensales ser disruptivos y pensar en las diferentes combinaciones aromáticas del jamón, salchichón, chorizo y grasa ibéricos. Una manera de dar rienda suelta a los sentidos jugando con matices, aromas y sabores de estos cuatro productos Arturo Sánchez.

LOS DIFERENTES UNIVERSOS DEL IBÉRICO
ARTURO SÁNCHEZ

Con diferentes ediciones en Madrid y Barcelona a lo largo de 2018, Foodpairing ya ha empezado a descubrir nuevos mundos a los que "viajar" gastronómicamente a partir de las diferentes combinaciones aromáticas del ibérico.

En ambas ediciones se ha llegado a conclusiones como que el jamón tiene notas a frutos secos o a carne, pero también a frutas o a miel. Una forma de preservar los aromas dulces que tiene la carne de bellota.

En cuanto a la grasa de jamón ibérico, uno de los descubrimientos es que su alto contenido en moléculas aromáticas nos lleva a notas de hierba o a vegetales de hoja verde.

Con los "juegos aromáticos" del salchichón comprobamos como su complejidad viaja entre lo picante, lo ahumado y lo frutal; mientras que de nuestro chorizo ibérico concluimos que tiene notas a pimiento rojo ahumado, además de a naranja y a madera.

COMBINACIONES MÁS QUE POSIBLES

Y es que Foodpairing es juego, es viaje gastronómico, es experiencia y sentidos y sobre todo, es descubrir nuevos mundos que han pasado de la (im) posibilidad a la realidad.

INNOVACIÓN



Tanto es así que a partir de los diferentes estudios que nos ha dado este proyecto concluimos que el jamón encaja perfectamente con el erizo de mar, el salchichón con la carne de txangurro, la grasa de jamón en el tartar de vaca, o el chorizo con el chocolate blanco.

Experiencia y disfrute, nuevas posibilidades que son ya parte de la realidad gourmet de las mejores cartas españolas, siempre con filtro Arturo Sánchez.



GRANDES CHEFS PARA UN GRAN PROYECTO

No puede hablarse de Foodpairing sin la contribución de los cocineros embajadores de Arturo Sánchez. María José San Román de Monastrell, Paco Pérez, Andoni Luis Adúriz, Mario Sandoval (Coque), Manuel Alonso (Casa Manolo) y Javier Abascal (Taberna Lalola – Sevilla-) han formado parte de las diferentes ediciones de Foodpairing a lo largo de 2018.

Chefs que han podido sumar esta herramienta a sus diferentes maridajes que realizan a diario en sus restaurantes, creando con todo este material nuevas recetas para sus exclusivas cartas. En el fondo, se trata de abrir la mente junto a ellos, de abrir el mundo ibérico y "catarlo" como si fuera un vino, obteniendo tras cada conclusión las diferentes notas de cata y aportando a los productos ibéricos Arturo Sánchez sus compañeros más idóneos.





MADE TO YOUR STANDARDS



NESTLÉ PROFESSIONAL LANZA NUEVA GAMA PREMIUM DE AYUDAS CULINARIAS

para que los chefs puedan añadir sabor en cualquier fase de la creación culinaria y desarrollar su propio toque distintivo.

Para más información:



Contáctanos:

T. 900 50 52 54

Nestle.Professional@es.nestle.com

<https://www.nestleprofessional.es/>



guzmán

Guzmán Gastronomía
Mercabarna. Longitudinal 5 nº53
Barcelona 08040. España
info@bidfoodiberia.com



El decorador de alimentos eXpression es capaz de plasmar sobre alimentos planos o bebidas densas cualquier imagen o texto en segundos. Basta con tener un smartphone o tablet, seleccionar el mensaje o imagen que quieres “plasmar” y enviarlo a la máquina. Ella se encargará de transferirlo ya sea en negro o a todo color a la consumición.

La tinta que se come



INNOVACIÓN

El decorador tiene una pantalla táctil de fácil manejo con imágenes predefinidas, las cuales se pueden cambiar para personalizar cada decorador, donde llegan las imágenes de los clientes enviadas a través de la app.

Los clientes pueden personalizar rápidamente su pedido con la app realizando una fotografía en el momento o eligiendo una fotografía de su smartphone y en pocos segundos envían su ticket de impresión a eXpression.

Se puede decorar en todo tipo de alimentos como galletas, pasteles, tartas o tortillas. Pero también, en tipos de bebidas como cerveza, chocolate o cócteles.

SIN RASTRO DE OLOR O SABOR

Con los cartuchos de tinta totalmente comestible homologadas por Salud en la U.E. y EE.UU. de eXpression, se puede imprimir a todo color sin dejar rastro alguno de sabor u olor.

En el mercado español el decorador está siendo aceptado a un ritmo más lento que en el mercado internacional. Se ha exportado a varios países de la UE, a Sudamérica (Chile, Perú) e incluso a Oriente Medio (Arabia Saudí). Actualmente se está llevando a cabo un proyecto para su introducción en el mercado Australiano.

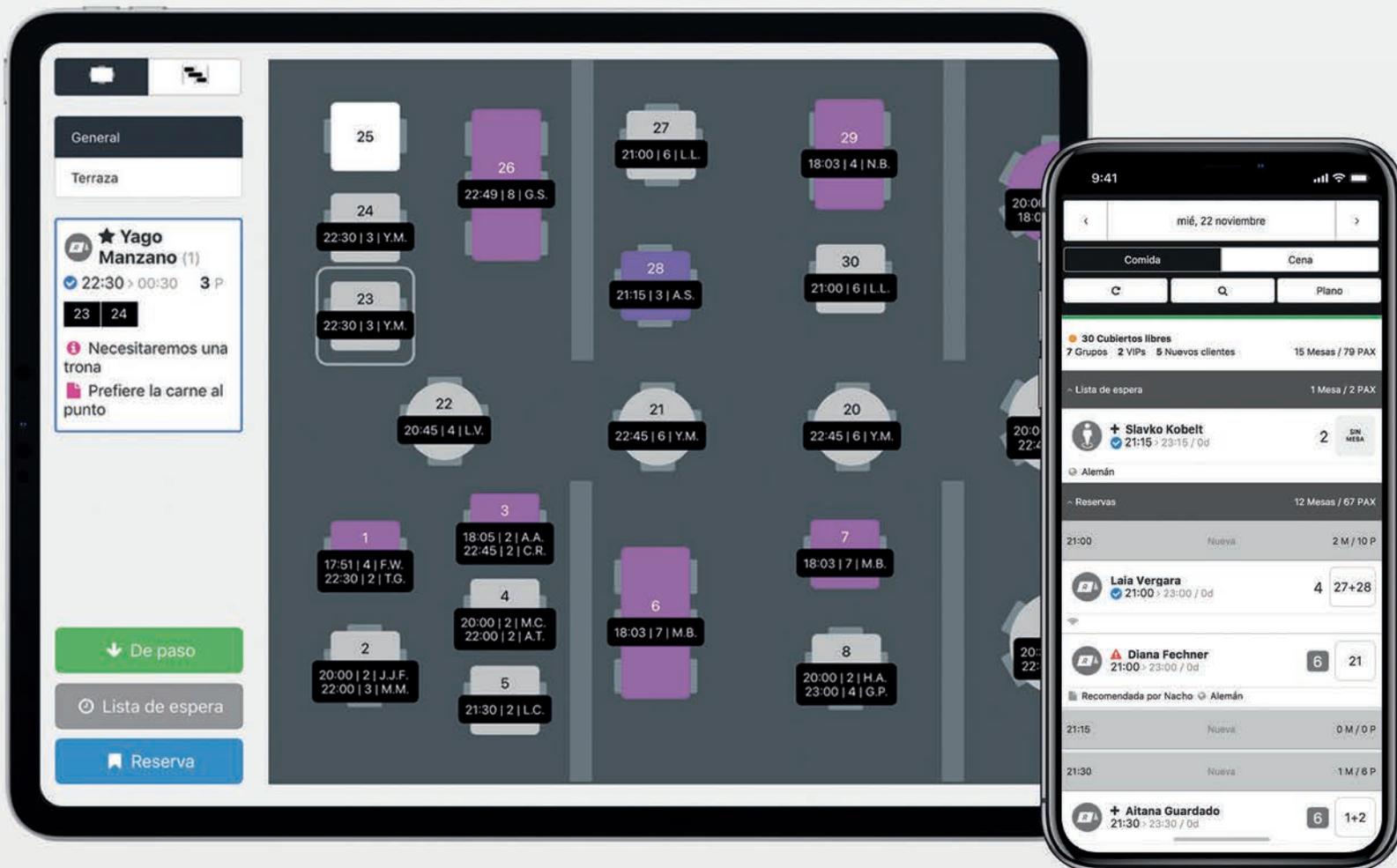
Cuenta con diferentes tipos de clientes, desde cafeterías y bares, pastelerías, cadenas hoteleras hasta empresas de eventos que las utilizan como elemento diferenciador alquilando el decorador.



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

¿Conoces el menú engineering?



INNOVACIÓN

La ingeniería de menús es una metodología que consiste en analizar la rentabilidad y popularidad de los platos de la carta en un restaurante para colocarlos de forma estratégica. De esta forma nos puede ayudar a planificar nuestra carta, elaboración de escandallos, fijar precios, focalizar ventas, etc.

Luis Miguel Manzano, Director Comercial de IGT

¿CÓMO ANALIZA EL MENÚ ENGINEERING GLOBALMENTE TU CARTA?

Analizamos la clasificación de los platos en función de la rentabilidad y la popularidad.

RENTABILIDAD

Para calcular la rentabilidad de cada plato se siguen una serie de pasos:

- Se calcula el margen de cada plato: Margen = Precio de Venta - Precio de Coste.

- Se calcula el margen medio de todas las ventas: suma (Márgenes de todos los platos) / Suma (Ventas de todos los platos)
- Con estos dos valores se puede ver qué platos son más o menos rentables: Todos los platos cuyo margen esté por encima del margen medio se puede decir que son más rentables. Por el contrario, los platos cuyo margen estén por debajo del margen medio se puede decir que son menos rentables.

Ejemplo: Imaginemos una carta con dos productos uno cuyo precio de venta son 15 € y tiene un coste de 6,50 €, y otro cuyo precio es 9 € y precio de coste 3,50 €, el Margen de cada producto sería de $15 - 6,5 = 8,50$ € y $9 - 3,50 = 5,50$ €. El margen total de los productos, si se han vendido 85 y 35 unidades respectivamente, sería $85 * 8,50 = 722,50$ € y $35 * 5,50 = 192,50$ €. Ahora se calcularía la media ponderada de los márgenes contributivos $((722,50 + 192,50) / (85 + 35) = 7,66)$ y se clasificarían los productos en base a su rentabilidad, por ejemplo el primer producto sería de rentabilidad alta al estar por encima de 7,66 € de margen y el segundo producto sería de rentabilidad baja.

POPULARIDAD

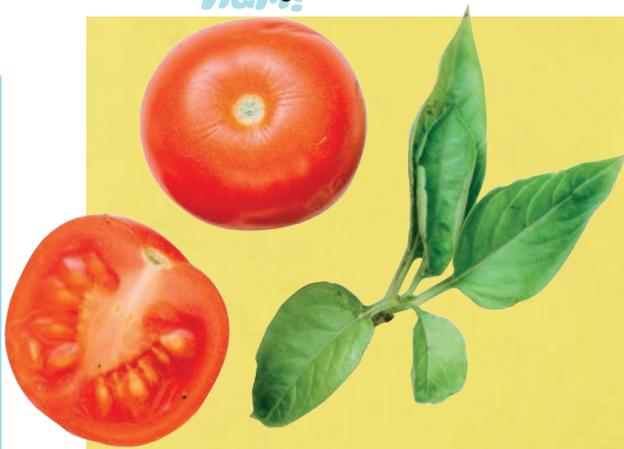
También se necesita calcular la popularidad de cada plato, siguiendo una serie de pasos:

- Se calcula primero el llamado "Mix Ideal" dividiendo el 100% entre el número de platos de la carta: $100/N^{\circ}$ de Platos.
- Se corrige el Mix Ideal reduciéndolo un 30% y se consigue el "Mix Ideal Corregido": $\text{Mix Ideal} \times 0.7$.
- Se calcula la Popularidad de cada plato: N° de Ventas de cada plato / N° de Ventas totales $\times 100$.
- Comparando la Popularidad de cada plato con el Mix Ideal Corregido se puede ver qué platos son más o menos populares: Todos los platos cuya popularidad esté por encima del Mix Ideal Corregido son altamente populares. Por el contrario, todos los platos cuya popularidad esté por debajo de este Mix Corregido son poco populares.

Ejemplo: Si nuestra carta tiene 4 platos, se espera que cada plato contribuya con 25% de las ventas ($100/4 = 25\%$). A este porcentaje se le conoce como mix ideal = $100\%/N^{\circ}$ Platos. Por tanto el Mix Ideal Corregido será $25\% * 70\% = 17,5\%$. Ahora en base al Mix Ideal Corregido se calcularía el Mix Real de cada producto, imaginemos que de cierto producto se han vendido 25 unidades y que el total de productos vendidos es 205, el Mix Real sería $25/205 * 100 = 12,19\%$ que al estar por debajo del 17,5% sería un producto de popularidad baja.

“El menú engineering es la técnica interdisciplinaria utilizada en los restaurantes para estudiar la rentabilidad del negocio mediante el análisis de los márgenes de beneficio de cada artículo, así como de la popularidad de cada plato”





CLASIFICACIÓN

Una vez calculada la popularidad y rentabilidad de los productos se pueden clasificar los productos en cuatro tipos: Platos estrella, Caballo de batallas, Puzzle y Perro.

- Rentabilidad ALTA y Popularidad ALTA = Plato Estrella
- Rentabilidad BAJA y Popularidad ALTA = Plato Caballo de Batalla
- Rentabilidad ALTA y Popularidad BAJA = Plato Puzzle
- Rentabilidad BAJA y Popularidad BAJA = Plato Perro

¿QUÉ DEBEMOS HACER EN CADA UNA DE LAS SITUACIONES ANTERIORES DE CLASIFICACIÓN?

Plato estrella: Son platos que aportan una alta popularidad y alta rentabilidad. Merecen la máxima atención ya que son los más provechosos para vender, deberían ser los más promocionados.

Plato Caballo de batalla: Son platos con buena popularidad pero de rentabilidad baja. Sería interesante no ponerlos muy a la vista o tratar de reducir costes para hacerlo rentable.

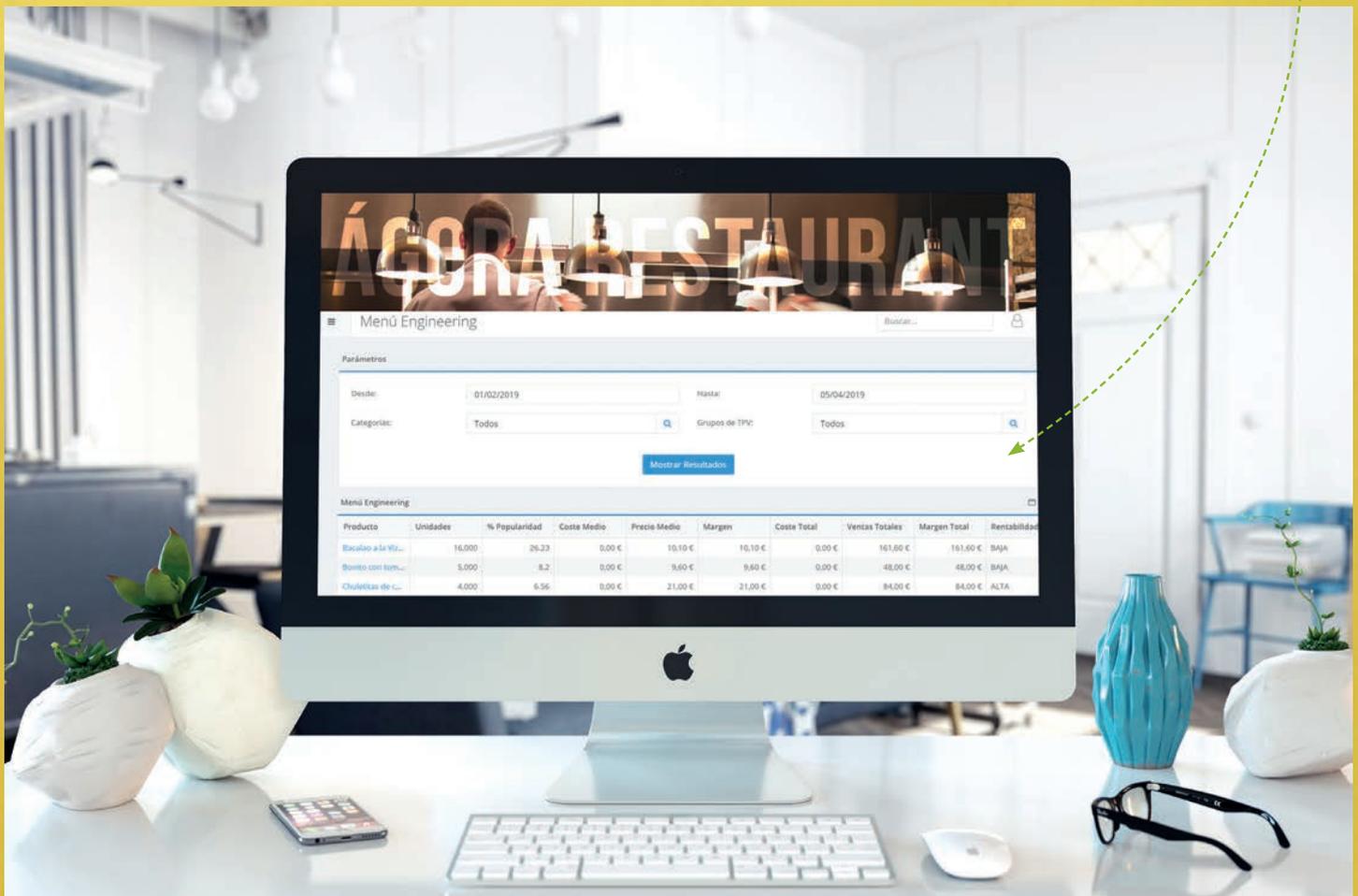
Plato Puzzle: Son platos con baja popularidad pero de rentabilidad alta. Para estos productos habría que tratar de estudiar porque no son populares y tomar las medidas correspondientes, incorporarles una guarnición, implicar al personal en las ventas de este producto, etc.

Plato Perro: Son platos con baja popularidad y baja rentabilidad. Estos serían productos candidatos a ser eliminados de la carta.



Ejemplo:

La solución Ágora Restaurant ayuda a gestionar los establecimientos de restauración, no solo con herramientas de venta de TPV, también dotamos de herramientas de gestión y análisis, como es el caso del menú engineering.





INNOVACHEF

Gastronomía Selecta



Para Cocineros Exigentes



Atención al cliente: 980 576 336

innovachef.com

1. ¿Qué es Innova Chef?

Es una marca de productos de alimentación, especializados en productos gourmet, que además, da nombre a nuestra empresa. Somos fabricantes y distribuidores, con más de 30 años de experiencia en el sector. Vendemos nuestros productos a hostelería, colectividades y próximamente también a particulares, a través de nuestra tienda online.

2. ¿Qué alimentos comercializa Innova Chef?

Se comercializan una amplia gama de productos, tanto congelados, como refrigerados y a temperatura ambiente. Contamos con más de 2.000 referencias en stock de productos locales, regionales, nacionales e importados de varios países de la Comunidad Económica Europea (CEE).

3. ¿Cuáles son las especialidades que se pueden encontrar en su catálogo?

Podéis encontrar productos selectos como: caviar, ahumados, boletus de la Sierra de la Culebra, quesos de Zamora, aceites, carnes selectas, pulpo gallego, foie francés, alcachofas gourmet, repostería y helados vanguardistas, etc.

4. ¿Y las últimas novedades?

Desde hace unos meses, en Innova Chef seleccionamos e importamos caviar de esturión de alta calidad y productos relacionados con el caviar, y lo distribuimos por todo el territorio nacional.

5. ¿A dónde llega su distribución?

Con nuestra flota de vehículos distribuimos

en Castilla y León y Madrid. Además, vendemos a todo el territorio nacional y fuera de España en países como Andorra, Portugal, Alemania y Suecia, y seguimos en continua expansión. Tenemos una delegación en Madrid, y otra en el País Vasco, y distribuidores de nuestra marca Innova Chef en toda España.

6. ¿Por qué se diferencia Innova Chef?

La Calidad y la Innovación son nuestras máximas. Uno de nuestros puntos fuertes es el gran equipo humano, siempre dispuesto a ayudar y asesorar a nuestro cliente. Además realizamos análisis de las tendencias y necesidades del mercado, y en base a ello desarrollamos nuestros propios productos.

7. ¿Qué pueden encontrar los profesionales de la hostelería y la cocina en Innova Chef?

Un colaborador, calidad de productos, y un asesoramiento gastronómico adaptado a las necesidades personales de cada cliente.

8. ¿Cuál es el objetivo de Innova Chef?

Conseguir la confianza de nuestros clientes, mediante la mejora de la calidad, el servicio y ofreciendo las últimas novedades del mercado.

9. ¿Qué proyectos de futuro tiene la empresa?

Como nuevo proyecto, está en marcha la ampliación de las instalaciones centrales en Zamora, con lo que dispondremos de un centro logístico de más de 4.000 m², con la adquisición, hace unas semanas, de una nueva nave de 1.000 m² en la que ampliaremos nuestras cocinas centrales. En el del País Vasco, hemos inaugurado hace un mes una delegación para dar cobertura a la zona Norte de España. Y otro proyecto nuevo, es la ampliación de las instalaciones frigoríficas en nuestra delegación de Madrid, con el objetivo de mejorar la calidad y el servicio ofrecido a nuestros clientes. Para nosotros seguir creciendo y ofrecer la mejor calidad es primordial, y para ello ofrecemos siempre las últimas novedades dentro del sector.

Más información en:

www.innovachef.com



TU NEGOCIO DE HOSTELERÍA EXPLICADO CON REACCIONES DE FACEBOOK

Bienvenidos a un nuevo artículo de la revista más deliciosa del momento. Nuestro equipo de redes sociales trabaja a diario con una gran cantidad de restaurantes. Por ello, hemos decidido explicar la digitalización de los restaurantes usando las reacciones de Facebook; En este artículo explicaremos qué cosas nos gustan de los hosteleros, qué cosas nos encantan, cuáles nos hacen reír, las que nos asombran, las que nos enfadan y las que nos ponen tristes. Amigos hosteleros, que nadie se enfade ¡Es solo un artículo! ¿Preparados? ¿Con miedo? Vamos allá.

Pablo Bellenda,
Director de Comunicación de Aplus Gastronoming

REDES SOCIALES



COSAS QUE NOS GUSTAN DE LOS HOSTELEROS.

Desde hace ya algún tiempo el entorno digital de la hostelería ha ido cambiando. Los hosteleros cada vez os preocupáis más por tener una buena imagen en redes sociales. Nos gusta el esfuerzo y tesón que tenéis. Madrugones, gestión con los proveedores, paciencia con los clientes, actualizaciones de la carta, el menú del día. Sin duda, tenéis mil cosas en la cabeza y no mucha gente podría hacer el trabajo que hacéis. Nos gusta el trabajo que hacéis, por eso muchos dicen lo de "Una cervecita, jefe" porque vosotros sois los jefes de nuestras ciudades.

¡Enhorabuena, jefes!



COSAS QUE NOS ENAMORAN DE LOS HOSTELEROS.

Nos encanta que seáis unos todoterrenos. Sabéis de cocina, de gestión de sala, de TPVs (Terminales de Punto de Venta), sois psicólogos (Hay cada cliente...), sabéis de fotografía. Sí, sabéis si una foto refleja la esencia de vuestro restaurante. Sois diseñadores, vosotros tenéis la última palabra sobre vuestro logo. Sois decoradores, cada centímetro de vuestro restaurante lo elegís vosotros. También sois contables, sabéis si el negocio va bien y cómo mejorarlo. Sois reyes del marketing; utilizáis pizarras para vuestras promociones, Google, redes sociales y os adaptáis a todo. ¡Estáis hechos de otra pasta!

COSAS QUE NOS HACEN GRACIA DE LOS HOSTELEROS.

Nos hace gracia que no paréis ni un minuto. Abrir el bar, atender a los distribuidores, peleas con el ayuntamiento por las terrazas y el sonido. ¡Nosotros no podríamos hacerlo! ¿No os falta el aire? Nos hace gracia que cuando vamos a hacer sesiones de foto tengáis la agenda más ocupada que el presidente del gobierno. ¡No paráis! Y es que sois un buen ejemplo para el resto de la sociedad, lo que conseguís no es porque os llevéis bien con el jefe, no. Es porque cada triunfo de vuestros negocios de hostelería es por cada gota de sudor que habéis derramado dando el 100% de vuestro esfuerzo. ¡No hay quien os pare!





COSAS QUE NOS SORPRENDEN DE LOS HOSTELEROS.

Sabemos que el trabajo en hostelería es sacrificado. A nadie le gusta tener a su familia lejos o no tener el fin de semana para relajarse. Los negocios de hostelería son como un hijo, desde el momento que nace tienes que estar ahí para lo bueno y para lo malo. Nos sorprende la psicología que tenéis con los clientes. Si a uno ya le pone nervioso ver una mala crítica por internet no me quiero imaginar si te lo dicen a la cara. Y encima, ¡en vuestra propia casa! ¡Nosotros no tendríamos paciencia!



COSAS QUE NOS ENFADAN DE LOS HOSTELEROS

Vamos a ver, amigos hosteleros, las redes sociales no obran milagros. Todo tiene un tiempo. Si tienes 200 seguidores en Facebook no pretendas que mañana vayan 200 personas a tu restaurante. Las redes sociales son un escaparate de tu negocio. Con el tiempo vas ganando seguidores y cuando tengáis muchos seguidores, un porcentaje de ellos (Cuando ellos quieran) visitarán tu negocio. Es un trabajo del día a día que no se consigue ni en un mes ni en tres. Las redes sociales son solo uno de esos ingredientes que tiene que tener tu restaurante para que funcione. Hay otras cosas muy necesarias y aconsejables que puedes hacer; una página web, posicionamiento natural (SEO) posicionamiento de pago (SEM), contestar a las reseñas y de esa manera conseguir que el cliente que está contento vuelva (y el que no, también), buzoneo, botón de reservas, influencers ¡hay mil cosas que ayudan a mejorar tu negocio! Así que paciencia, despacito y buena letra.



COSAS QUE NOS ENTRISTECEN DE LOS HOSTELEROS

Nos entristece que algunos hosteleros vean las redes sociales como una moda. Las redes sociales tienen un potencial increíble. Facebook, hoy en día, tiene un público cada vez más adulto, cada vez hay más usuarios de 50 y 60 años. En Instagram hay un público más joven, sobre todo de 20 a 35. Seguro que en tu restaurante tienes gente de estas edades. Estas personas están en redes sociales y reciben muchos impactos de tu competencia. Y tú, ahí sentado, leyendo esto, decidiendo si las redes sociales son útiles o no. Nos entristece que un porcentaje masivo de negocios de hostelería no tenga correo electrónico. Increíble, ¿verdad? Cada día, los responsables de comunicación digital nos esforzamos por inculcaros estos consejos. Digitaliza tu restaurante y verás que hay muchos clientes contentos de poder conocerte "digitalmente".

BIENVENIDOS A LA DIGITALIZACIÓN.

Esperamos que este humilde artículo no haya ofendido a nadie. Nuestro objetivo siempre es poner lo mejor de nosotros en cada negocio de hostelería. Trabajemos juntos para que la hostelería y la digitalización para que pongamos la guinda a este trabajo tan bonito que es hacer feliz a la gente los mejores platos y las mejores bebidas. Si somos de los países con más bares del mundo es por algo. Amigos hosteleros, la digitalización ya está aquí, solo faltas tú.



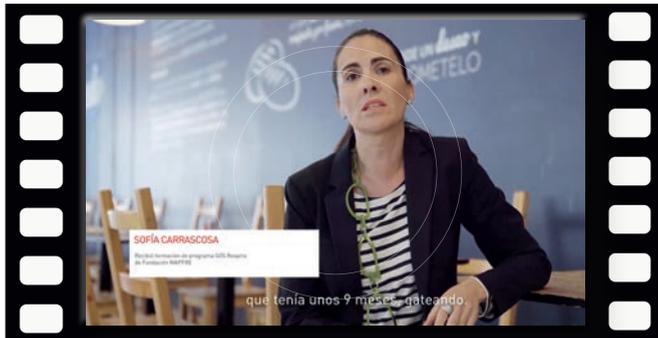
SOS RESPIRA: UNA HISTORIA REAL

Cada año fallecen en España más de 2.000 personas por causa de atragantamiento. Son accidentes fatales que, en algunos casos, se pueden evitar con las medidas oportunas. SOS Respira es una campaña de sensibilización promovida por Fundación MAPFRE, la Sociedad Española de Medicina de Urgencias (SEMES) y la Federación de Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE).

Sofía Carrascosa vivió una experiencia que pudo haber terminado de la peor manera posible. Su hija de nueve meses comenzó a atragantarse tras haber ingerido una moneda de 50 céntimos. Por suerte, Sofía había recibido una sesión formativa del programa SOS Respira que le ayudó a reaccionar a tiempo. "Me la puse en el antebrazo, como nos dijeron, boca abajo. Le di tres o cuatro golpes secos y, de repente, veo como cae una moneda de 50 céntimos al suelo", recuerda Sofía con emoción aquel momento en el que le salvó la vida a su hija.

La historia de Sofía es un caso más de la importancia que tiene saber actuar frente al atragantamiento. De la misma manera, es importante que todos los profesionales de la hostelería y restauración reciban este tipo de formaciones, ya que gran parte de estos incidentes se producen en bares, restaurantes y otros locales de hostelería.

SALUDABLE



KITCHENING®



ALQUILER DE EQUIPAMIENTO DE COCINA PROFESIONAL

- Sustitución de cocinas en procesos de reforma o siniestro
- Ampliación de instalaciones existentes
- Soporte logístico en lugares remotos
- Situaciones de emergencia • Eventos y ferias

900 104 558 - info@kitchening.es - www.kitchening.es



Carmencita®

Lo mejor
de las especias



www.carmencita.com



ñam!
ñam!

ALIMENTACIÓN Y DEPORTE

Practicar actividad física de forma regular es un hábito notablemente beneficioso para el organismo y, principalmente, para el corazón. El objetivo del deporte a cualquier edad es estimular la percepción sensorial, la coordinación motriz y el sentido del ritmo. Se debe fomentar, sobre todo, la agilidad y flexibilidad del organismo.

*Por Belén Castro
(Fundadora -Ceo OlivoleaSkin Lab)*

Un programa de entrenamiento personalizado y adaptado es la mejor opción y en líneas generales, una combinación de ejercicios aeróbicos y anaeróbicos se presenta como la mejor alternativa. Todo movimiento, ya sea correr, nadar, montar en bici, necesita una fuerza de contracción muscular, por lo que resulta conveniente compaginar un entrenamiento cardiovascular con un entrenamiento de tonificación muscular. Algunas veces nos fatigamos no por agotamiento del sistema cardio respiratorio, sino por agotamiento del sistema muscular.

El **ejercicio aeróbico** sirve para trabajar la resistencia y la capacidad pulmonar, pero ambos ejercicios, aeróbico y anaeróbico, hacen trabajar el sistema circulatorio y el corazón. El **ejercicio anaeróbico** obliga al corazón a bombear la sangre rápidamente durante un breve periodo de tiempo, y esto ayuda a fortalecer el sistema circulatorio. Combinar y alternar ambos ejercicios es muy beneficioso para el organismo.

A largo plazo, el aumento de masa muscular contribuye a eliminar el exceso de grasa y a controlar el peso.

LA CLAVE DE LA ALIMENTACIÓN

Para poder practicar cualquier deporte sin cansar excesivamente al organismo, es necesaria una alimentación adecuada. En general, una dieta equilibrada y sana que incluya proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales es una dieta adecuada. En cuanto a la distribución de los alimentos, los **carbohidratos** deberán proporcionar un aporte energético del 55 al 60% del total de las calorías ingeridas; la proporción de **grasas** se sitúa en el 30% del total del aporte energético diario; y las necesidades de proteínas deben constituir del 12 al 15%. Se debe respetar una proporción de, al menos, el 50% de proteínas animales para asegurar un aporte suficiente de aminoácidos esenciales.

Los **hidratos de carbono** son esenciales para mejorar el rendimiento deportivo: aumentan el glucógeno hepático que proporcionará la glucosa a la sangre y de ahí a la síntesis de glucógeno hepático. Es conveniente ingerirlos antes y durante el ejercicio, especialmente si éste es prolongado. La fuente principal debe ser los hidratos de carbono complejos (cereales, hortalizas, verduras, patatas...) que permiten realizar esfuerzos prolongados. El 12-15% deben ser azúcares simples (glucosa, miel, fruta fresca y su zumo, fruta desecada (uvas pasas, ciruelas pasas, higos secos...) útiles en esfuerzos intensos, que se han de tomar durante e inmediatamente después de la realización del ejercicio, para aumentar los niveles de glucosa en sangre y la recuperación del glucógeno muscular, que es fundamental si se quiere mantener un rendimiento óptimo en sucesivas sesiones de entrenamiento. Por tanto, la ingesta de alimentos post-ejercicio tiene como finalidad la recuperación de las reservas y las pérdidas.

Las **proteínas** pueden obtenerse del pescado, huevos, lácteos y carne. Las **grasas** necesarias deben proceder de aceites vegetales como el de **oliva**, girasol, etc. Las saturadas son las que debemos evitar, pero el resto son necesarias para un correcto funcionamiento celular, ya que son una importante fuente de energía junto al glucógeno para hacer frente a la actividad física. Así debe haber un consumo mayor de ácidos grasos monoinsaturados presentes en el aceite de oliva y de ácidos grasos poliinsaturados del pescado, frente a los saturados que contienen alimentos como carnes, embutidos, snacks, bollos... En deportes de resistencia prolongada, el consumo de grasas debería suponer el 20-25% de las calorías totales. Es importante que tengamos unos niveles adecuados de grasa para evitar que se consuman los tejidos musculares para obtener energía.

El aporte de **vitaminas** y **minerales** es fundamental ya que juega un importante papel estructural y funcional, principalmente a nivel metabólico. Se requiere un aumento de los micronutrientes implicados en el metabolismo proteico, energético y de carbohidratos (vitaminas del grupo B presentes en verduras, frutas, carnes, cereales etc.) debido a la pérdida excesiva por sudor.

Por otro lado, el aporte de **fibra** es imprescindible ya que ayuda a los procesos de desintoxicación y, por tanto, de recuperación.

Y algo que no podemos olvidar nunca es una adecuada **hidratación**, ésta es la mejor ayuda ergogénica. El agua es esencial antes, durante y después del ejercicio. Al sudar, se pierde agua y el cuerpo puede llegar a deshidratarse. Puede reponerse simplemente con agua o con suero glucosado, ingiriéndolo en cantidades pequeñas y repetidas durante los entrenamientos y la competición. La mejor bebida es el agua ya que no contiene ni calorías ni azúcares.

Las marcas de calidad aterrizan en las Aulas “Formación desde el Origen”



Un producto de calidad es garantía de resultados excelentes. En la restauración, la materia prima es clave para una buena oferta gastronómica. Por ello, cada vez más, las empresas proveedoras de alimentos buscan establecer sinergias, no solo, con el canal HORECA, si no con los futuros profesionales “prescriptores y futuros clientes” de sus productos.

*Raquel Contador,
Directora de la Escuela de Hostelería
y Turismo MasterD*

Saber usar los productos adecuadamente y cómo conservarlos en óptimas condiciones son dos aspectos primordiales para disfrutar de todas sus propiedades organolépticas.

Por ello, la Escuela de Hostelería y Turismo MasterD, línea formativa especializada del Grupo MasterD, líder en formación

abierta con 25 centros en España y, actualmente, en su 25 aniversario, trabaja con distintas entidades para promocionar la importancia de la calidad del producto. Según el origen del producto y sus posibilidades, se diseña un plan conjunto didáctico y de utilidad para los alumnos, que aglutinan distintos talleres y actividades en todo el territorio nacional.

Actualmente, merecen especial mención los acuerdos de colaboración que MasterD tiene con la DOP Azafrán de la Mancha y la DO Sierra Mágina por el modelo formativo establecido.

En ambos casos, el programa incluye clase teórica y práctica. Por un lado, el experto introduce a los alumnos en los aspectos fundamentales del producto-marca, desde el origen hasta la mesa. Por otro, se realiza una cata donde el docente pone de manifiesto los atributos a tener en cuenta para distinguir un aceite o azafrán de calidad, aportando consejos de utilidad e informando de todas sus posibilidades culinarias. Finalmente, se cuenta con la participación activa de los alumnos a través de un concurso.

En el caso del Azafrán, se les pide una receta dulce o salada con la especia; en el 2018, los alumnos sorprendieron con sus elaboraciones, desde un tocino de cielo al azafrán a unos bombones de crema de azafrán. Este año, la acción se realizará en 20 centros MasterD con la misma dinámica y seguro que nuestros alumnos nos siguen sorprendiendo.

Por su parte, junto con la DO Sierra Mágina, recientemente, se ha celebrado el Primer Concurso Tapas con AOVE Sierra Mágina, en MasterD Madrid, donde siete alumnos participaron con recetas de alto nivel donde la presencia del AOVE era notoria.

La Escuela de Hostelería y Turismo MasterD apuesta por iniciativas como estas para enseñar a cocinar con valores, con una visión sostenible y de proximidad.





Uno más de la familia

En ELPOZO ALIMENTACIÓN sabemos que las familias se construyen a base de confianza y en la nuestra, todo lo que hacemos es para merecer la tuya. Por eso estamos a tu lado para lo que necesites.

En esta familia se mira al futuro con la convicción y la ilusión de quien lleva preparándose para él toda la vida.



Contamos con las más exigentes certificaciones.



www.elpozo.com

PASTELERÍA ULTRACONGELADA PARA RESTAURACIÓN, HOSTELERÍA Y CATERING

Ctra. León km 26 Santa María del Páramo, León
 Tlf./Fax 987 360 191
 lojacb@tartasdonjose.com
 www.tartasdonjose.com

Embajadores de **MAKRO CHEF**



RAFAEL MARTÍNEZ,
DEL RESTAURANTE CAN
XURRADES (BARCELONA)

Recomendación: "La ventaja de Makro es que hay unos productos y una selección de Makro Chef muy interesantes, desde un lácteo hasta una pasta o legumbre. Tenemos la confianza que son productos seleccionados de la máxima calidad".



JAVIER Y LUIS CARCAS,
DE CASA PEDRO (ZARAGOZA)

Recomendación: "Usamos todo el abanico de Makro pero nos gustan mucho las conservas porque tienen una gran variedad y de calidad están muy bien. Makro tiene un abanico de formatos que se adaptan a cada establecimiento y para nosotros el gran surtido de formatos es muy adecuado a nosotros".





MARÍA SALINAS,
DEL RESTAURANTE MARÍA
SALINAS (PALMA)

Recomendación: "Convertí mi casa en un restaurante y eso es lo que me pone las pilas todos los días; eso y ser embajadora de Makro. A mi me gusta muchísimo trabajar con potajes con recetas de cuchara. Valoro los años de experiencia, la excelencia en sus productos y el trabajo personal. Me siento como en casa cada día que voy a Makro".



MIKEL GARCÍA,
DE ATEA (BILBAO)

Recomendación: "Del producto de Makro Chef utilizamos prácticamente todo, sobre todo para elaborar la base de nuestra cocina. Recomendaría la marca a todo el mundo porque si nosotros hacemos la base de nuestra cocina gracias a Makro creo que cualquier hostelero puede hacerlo de la misma manera".



DAVID PÉREZ,
RESTAURANTE EL RONQUILLO
(SANTANDER)

Recomendación: "Utilizo mucho los aceites y las verduras que tienen como ensaladas, cogollos, endivias y las hacemos con proteínas de pescado diferentes y nos da mucha versatilidad. En Makro Chef tienes desde unos precios asequibles hasta unos precios de mayor gama y creo que es lo que busca el hostelero".



PABLO TERRÓN,
DEL RESTAURANTE PUERTO
ESCONDIDO (CÁDIZ)

Recomendación: "Trabajamos mucho con las verduras de temporada y también trabajamos mucho los envasados como los pimientos, la mayonesa porque consideramos que tiene una textura bastante importante sobre todo para ensaladillas o salsas. Recomiendo Makro por su profesionalidad y el apoyo que dan a los hosteleros".



PABLO VIÑAS,
DE NEXT DOOR (A CORUÑA)

Recomendación: "El producto de Makro Chef que suelo utilizar es el producto Makro fresh, que es de cercanía local. Nosotros el restaurante que tenemos es de Km 0 y los productos que tenemos, por trazabilidad, son productos locales comprados en el entorno de 100 km y Makro los tiene siempre".



ALEXANDER SANTANA,
DE LA BODEGA DE LA AVENIDA
(TENERIFE)

Recomendación: "El producto que más me gusta de Makro es el Rodaballo debido a su jugosidad y textura porque mis clientes lo aprecian mucho, lo hacemos al papillón o al horno. Los productos son súper correctos por su calidad, precio y la cantidad de productos nuevos que lanzan, la verdad es que lo recomiendo".



JUANJO RUIZ,
DE LA SALMORETECA (CÓRDOBA)

Recomendación: "En Makro encuentro un servicio muy integral porque cuando vas puedes encontrar todo. Me gustan mucho los vegetales y las conservas. Lo usamos en La Salmoreteca por la versatilidad, la calidad y sobre todo para controlar los costes. Es muy importante en cocina saber el escandallo, los precios y tener el control sobre la materia prima".



MIGUEL ÁNGEL AVELLANEDA,
DE TOMEU (PAMPLONA)

Recomendación: "Recomendaría todos los productos de Makro Chef para restaurantes, cafeterías y bares porque tienen un precio muy adecuado y una calidad bastante buena. Suelo utilizar varios productos de Makro Chef pero uno en especial; que es el salmón ahumado que lo utilizo para uno de los platos de mi restaurante y para aperitivos".



MOHAMED QUAUCH,
DE EL TERRAT (TARRAGONA)

Recomendación: "Suelo utilizar muchos productos de Makro Chef: aceites, verduras, lácteos.... Recomendaría Makro por muchas cosas: primero por el trato que hay en Makro, muy familiar, muy cercano. A partir de ahí la calidad del producto y la tranquilidad que nos da como restauradores que vamos allí y encontramos de todos los productos y frescos, puestos al día".



MAKRO CHEF



BLANCA SANCHEZ,
DE PUESTO 43 (GRANADA)

Recomendación: "La verdad que en Makro siempre te encuentras los tamaños adecuados según los productos que necesitas: por la confianza, por la calidad, porque siempre están contigo y te ayudan a crear platos y seguir prosperando."



MITXEL SUAREZ,
BORDA BERRI (VITORIA)

Recomendación: "Utilizo de todos los productos de Makro Chef, desde conservas, producto perecedero y fresco pero me decanto por las baby leaf que son un conjunto de lechugas variadas y me parece un producto excepcional. Recomiendo Makro porque llevo siendo cliente habitual 8 años y siempre me han tratado como si fuese de la familia".



GEMMA GIMENO,
DE EL CID (CASTELLÓN)

Recomendación: "Compro verduras y frutas frescas de Makro Chef porque son imprescindibles en mi cocina. Los productos tienen fácil almacenaje, son cómodos y rentables. Es una gran empresa, te sientes muy cómodo comprando en Makro y tienes una gran cantidad de productos pero destaco sobre todo su calidad".



ÍÑIGO LAVADO,
DEL RESTAURANTE SINGULAR
(OIARTZUN)

Recomendación: "Yo utilizo ya como referencia Makro Chef, creo que se ha conseguido un equilibrio de calidad y de precio que te da gran rentabilidad en el restaurante. No utilizo un único producto porque los uso todos, directamente Makro Chef es la gama que utilizo".



JOSÉ ANTONIO GARCÍA,
DE 12 TAPAS (BORMUJOS)

Recomendación: "Nosotros usamos de Makro todo, vamos todos los días. Pero sobre todo utilizamos las verduras. El servicio y el personal de Makro es único. Además lo bueno que tiene Makro es que tiene todos los formatos".



RODRIGO DELGADO,
DE LA CASA DEL CARMEN
(TOLEDO)



ÁLVARO ÁVILA,
DE LA ALVAROTECA (MÁLAGA)



JUAN ANTONIO GARCÍA,
DE EL CHURRA (MURCIA)



ISIDRO ÁLVAREZ,
DEL RESTAURANTE SAN DIEGO
(LA LAGUNA)



Torry Harris

¡ La marca para la hostelería !

Novedad: langostinos rebozados con sabores a coco, curry y chile.



Editorial MIC
902 271 902
www.editorialmic.com



LÍDERES EN SEPIA Y CALAMAR

www.torryharris.es · 963 678 855 · clientes@torryharris.es



TorryHarris



TorryHarrisEs



TorryHarrisEs



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



De la granja a su mesa con toda su *Frescura*

**HUEVOS
VELASCO**

OVONOVO
Huevo líquido pasteurizado
Huevococido sin cáscara

www.ovonovo.es



AVÍCOLA VELASCO, S.L.

Carretera Nacional VI Km. 84,600
40150 Villacastín, (Segovia)

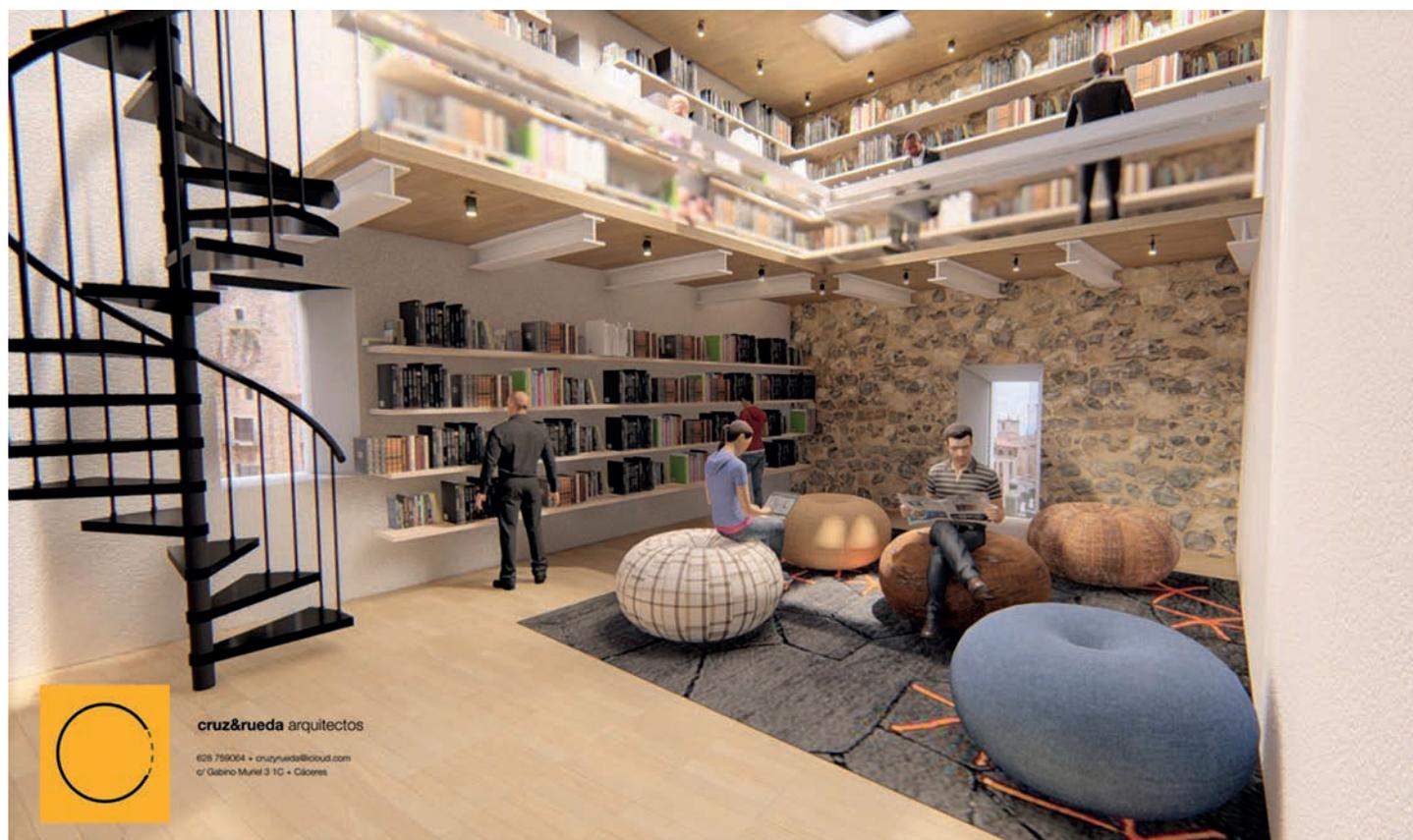
Tel: 921 028 200 - Fax: 921 028 201

www.huevosvelasco.com



La biblioteca

Gastronómica promovida por Acocyrex, una realidad en el año 2019



ACYRES



cruz&rueda arquitectos

©28 759004 + cruzrueda@icloud.com
c/ Gabino Muriel 3 1C • Cáceres

El objetivo principal del proyecto “Biblioteca Gastronómica de Extremadura” es la de salvaguardar el patrimonio gastronómico de Extremadura como parte fundamental de la Dieta Mediterránea, declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

En la actualidad no existe ningún espacio físico que acumule la tradición gastronómica de un lugar. No existe un emplazamiento divulgador de la cultura gastronómica configuradora de la identidad de un territorio. Con este proyecto la Asociación de Cocineros y Reposteros de Extremadura pretende **difundir, divulgar y salvaguardar la cultura del buen comer**, aquella parte de

la cotidianidad de nuestras vidas que se encarga del deleite de uno de nuestros sentidos más importantes. El sentido del gusto.

En Extremadura la cocina tradicional es un arte autóctono, transmitido de generación en generación desde hace siglos. Las distintas civilizaciones que trazaron nuestra historia nos dejaron un legado rico tanto en aromas como en sabores, colores

y técnicas que son el origen de nuestra gastronomía.

La cocina de Extremadura es una cocina singular, auténtica y con unos productos considerados “la despensa de Europa” aglutinados entorno a diez DENOMINACIONES DE ORIGEN y dos IGP’S. No obstante, en la actualidad, la cultura gastronómica de nuestro territorio, aquella que pasa de padres a hijos, la receta



ACTIVIDAD DEL LOCAL

Las actividades que se proyectan para el emplazamiento se han definido en la estructuración de espacios del epígrafe anterior, no obstante procedemos a listarlas de nuevo en este epígrafe.

Biblioteca (Archivo + Sala de lectura + Sala de consulta + almacén)

Sede de la Asociación de Cocineros y Reposteros de Extremadura (Despacho administrativo + sala de juntas)

Cocina-Taller-aula polivalente. Para el desarrollo de acciones formativas destinadas al sector de la hostelería y al público en general.

Aprovisionamiento de fondos bibliográficos

Así mismo nuestra entidad solicitará su integración en la **red de centros bibliotecarios municipales del sistema extremeño**. Además, nuestros socios, actualmente unos 150, cuentan con unos extensos fondos bibliográficos que donarán a las estanterías de la biblioteca. La biblioteca también recepcionará fondos bibliográficos de personas físicas que deseen aportar sus fondos a nuestra entidad bajo el objetivo de promover y difundir el patrimonio gastronómico de nuestra región.

tradicional, sufre un retroceso debido fundamentalmente a elementos como la globalización en la fabricación de productos en cadena obviando la calidad del producto de kilómetro cero. El cambio de hábitos y de gustos entre los consumidores o el elevado precio de los productos poco demandados son, entre otras, las razones que contribuyen a esta situación, en la que corremos el riesgo de perder la "cocina de la abuela", recetas que constituyen las bases de nuestra afamada Alimentación Mediterránea.

OTROS PROYECTOS, NINGUNO COMO ESTE

En la ventana que supone Internet nos acercamos a otros proyectos similares en cuanto a objetivos pero ninguno goza de entidad física, ninguno comparte un espacio en el que los libros son

protagonistas. Nuestro proyecto quiere mantener la esencia del "olor a libro" e impregnar a la gastronomía de cultura.

Inevitablemente en la búsqueda de estos objetivos contar con un espacio patrimonial, en el que divulgar el patrimonio gastronómico nos parece fundamental, y qué mejor emplazamiento que la ciudad monumental de Cáceres, **el tercer conjunto monumental de Europa y el sexto del mundo**.

Nuestra pretensión es convertir este lugar en un espacio en el que disfrutar de la cocina, la literatura y la gastronomía pueda hacerse posible ofreciendo a ciudadanos y turistas un lugar con encanto con una ventana siempre abierta a nuestra ciudad monumental. Un rincón en el que leer y poder aportar conocimiento están al alcance de la mano.

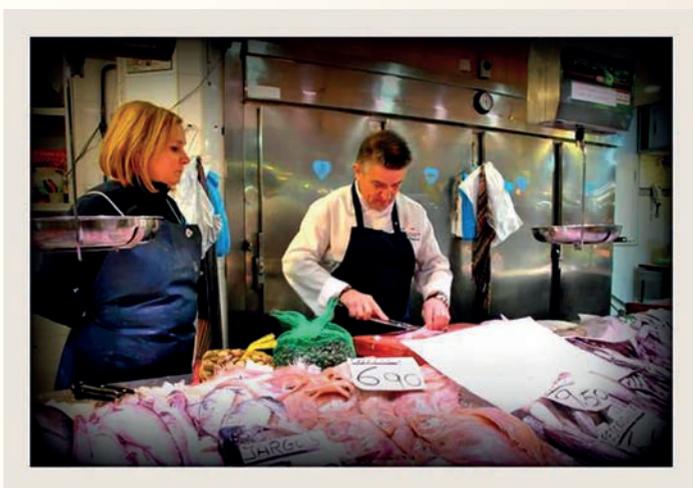
ACYRE CANTABRIA

AULA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE



Aula alimentación saludable en el Mercado de la Esperanza de Santander

Hace seis temporadas, logramos instalar en el mercado de la Esperanza de Santander, en la planta del pescado, un aula de cocina. Y desde entonces todos los miércoles lectivos se imparte un aula de alimentación saludable, dirigido a alumnos de 1º y 2º de la ESO.



Este año, estamos operativos desde abril y son nueve los colegios que nos van a acompañar, también realizaremos seis aulas de cocina itinerantes, dirigida a colegios en las zonas más lejanas de Cantabria. Los chefs que los impartimos somos Emiliano Martín y Floren Bueyes, presidente de Cocineros de Cantabria.

Durante el curso escolar, en el aula, se trabajan con más de 100 productos naturales. Se tocan, huelen, catan y se transforman con los alumnos, los cuales nos transmiten una experiencia positiva en su trato.

Desde los sesos a la romana, la lengua con tomate o el hígado de rape, son ingredientes trabajados y probados.

Al llegar al aula, les invitamos a tomarse un vaso de leche de Cantabria, entera y sin lactosa, para que prueben y sepan diferenciarlas.

De entrada, un arroz con siete verduras (cebolla, zanahoria, calabacín, pimientos verde y rojo, ajo, puerro). Nugget de todo tipo, desde elaborados con ojitos (gallo) sarda (verdel) merluza del Cantábrico o los tradicionales de pollo.



Y como postre, una brocheta de frutas naturales (fresas, kiwi, plátano, manzana, arándanos, melón, piña, en temporada sandía y cerezas) son las que ellos mismo van insertando en las brochetas, para al final degustarlas.

Siendo Cantabria una comunidad con tres DOP de quesos, les damos a catar las tres variedades: Picón Bejes/Tresviso, Quesucos Lebaniegos y el de Nata o Cantabria.

Tenemos especial atención con los niños que padecen intolerancias, como la celiaquía, los alérgicos a la lactosa, alérgicos al pescado y marisco y también a los niños con religiones que no pueden comer cerdo u otros ingredientes.

FERIA DEL ESPÁRRAGO Y LA TAGARNINA

Floren Bueyes, invitado por Acyre Extremadura se desplazó a la localidad pacaña de Alconchel, para impartir un taller sobre el espárrago triguero silvestre. El plato que eligió fue una tostada de sobao, queso cremoso de Río Deva con DOP Quesucos lebaniegos, anchoas de Santoña

Durante el curso escolar, en el aula, se trabajan con más de 100 productos naturales. Se tocan, huelen, catan y se transforman con los alumnos, los cuales nos transmiten una experiencia positiva en su trato.





Bueyes de sus postres más famosos, el sobao y la quesada, el día 19 de Abril.

Para el taller, utilizó los productos presentes en la feria, sobaos y quesadas de los seis productores, queso de Los Tiemblos y helado de Las Nieves.

El público asistente degustó las recetas presentadas.

Durante la jornada se presentó y puso en escena la cofradía del Sobao y la Quesada Pasiega, que preside Adolfo Gómez, también presidente de la IGP Sobao pasiego. El día 20 se nombró embajador del sobao pasiego a Roberto Brasero, el presentador de El Tiempo en Antena 3.

de La Reina del Cantábrico y aromatizado con hinojo. Se sirvieron 160 tapas en el recinto de la fiesta.

También participó como jurado de los platos presentados a nivel popular, elaborados con los dos ingredientes mencionados.

FERIA DE LA CAZA EN LIÉBANA

En Potes, capital de Liébana y Picos de Europa, desde hace cinco años, Floren Bueyes colabora en la preparación de un taller de caza y pesca, siendo la caza mayor la más solicitada, dado que aquí la caza del jabalí es de lo más practicada. También cocina platos con salmón, pescado desde antiguo en el río Deva, que desde aquí empieza a recorrer esta parte de Cantabria.

Con la presencia del presidente de Cantabria, Miguel Ángel Revilla, y el escritor Antonio Pérez Henares "Chani", que presentó su libro "La Canción del Bisonte". Floren Bueyes cocinó sus platos de caza y pesca, elegidos para el día, para que posteriormente los asistentes degustasen los platos.

FERIA DEL SOBAO Y LA QUESADA PASIEGA

Vega de Pas (Cantabria), acogió un taller impartido por Floren



3ER CERTAMEN DE VERDURAS Y OLI DE MALLORCA PARA ESCUELAS DE LAS ILLES BALEARS

El triunfo de las verduras



ACYRES

La Escola d'Hoteleria de les Illes se convirtió en el escenario elegido por ASCAIB para la celebración del 3er Certamen de verduras y Oli de Mallorca para escuelas. Un esfuerzo y gran labor de difusión de la gastronomía y los productos de las Islas, llevado a cabo por los cocineros asociados de ASCAIB y el equipo de profesores de la Ehib.

En su tercera edición, la alquimia de la cocina y la música presentaron los trabajos más originales de los alumnos de las ocho escuelas finalistas de Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera, con las verduras y el aceite de Mallorca como elementos imprescindibles.

Tras una larga y ajustada competición, los ganadores del 3er Certamen de verduras y Oli de Mallorca 2019 fueron:

3er PUESTO Y PREMIO A MEJOR PLATO CON BRÓCOLI:

IES Sa Serra. Samir El Ouade Y Mohamed Habib-Allah. **Orillas de Mar Rojo.**

2o PUESTO:

IES Angels Cardona. Juan Adrià Olives y Mariona Torres Pons. **Canelones de brócoli, acelga y shiitake con salsa de brócoli, tofu y naranja.**



1er PUESTO:

IES Calvià. Albert Mena Y Alejandro Gómez. **Sopas mallorquines silvestres.**

El jurado estuvo compuesto por María Tugores, Indi Ce Dulce, Carlos Duran, Kike Erazo, Margarita Alemany, Julián Fajardo (Cuiner), Vanesa Sánchez, Umberto Lombardi, Lydia del Corral (Ultima Hora), Bernabé Caravotta, Sebastian Grimalt, María Cano, DO Oli de Mallorca, Irene Martínez, Rebeca González (BapLin), Marina Marcos, Kike Martí Cerdà, Manuel Manzanaro, Shequian Ye y Silvia Anglada como presidenta del mismo.

A lo largo de la jornada fueron homenajeados por su labor en el mundo de la alimentación y la gastronomía, Margarita Pizà y su marido, Llorenç Cerdà, María Angeles de Frutas Daniel y Manuel Manzanaro.



¿Qué es “Gastronomía es Femenino”?

*Carta de Carmen Fúnez,
presidenta de Mujeres en Igualdad*

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

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.

Y la gastronomía es un ámbito que refleja a la perfección la historia de las mujeres y la igualdad, tanto en el origen como en su evolución.

Las mujeres siempre hemos estado en un segundo plano. Asumimos, con total naturalidad, aquello de “detrás de un gran hombre hay una gran mujer”. Las mujeres están, trabajan, dan lo

mejor de sí mismas, pero no son conocidas ni reconocidas.

La gastronomía nos traslada una imagen muy pedagógica de esa situación. A lo largo de toda la historia, independientemente de la época, cultura o civilización, las mujeres hemos cocinado y hemos alimentado a todas las generaciones. Sin embargo, los chefs, cocineros o sumilleres más reconocidos han sido hombres.

Afortunadamente esto está cambiando: las mujeres estamos siendo protagonistas y queremos serlo aún más.



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 promocionar en esta carrera?

Gastronomía es Femenino nace para reconocer el talento femenino.

Gastronomía es Femenino nace como movimiento reivindicativo ante el "siempre ha sido así".

Gastronomía es Femenino quiere 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, Mujeres en Igualdad y Facyre (Federación de Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España) 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.

Durante 2017, 2018 y, ahora, en 2019, realizamos foros para aprender, disfrutar y reflexionar sobre las mujeres en la restauración. Son muchas las 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 hombres y mujeres puedan vivir la pasión por la gastronomía y hacer de la gastronomía un nuevo medio de vida, en condiciones de igualdad.

Nuestro proyecto ha crecido.

Hemos sido conscientes de que podíamos y debíamos dar un paso más, porque así nos lo piden desde el sector y así lo demanda nuestro objetivo de igualdad efectiva 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.**

Queremos fortalecer las acciones que nos permitan aumentar el **reconocimiento y el protagonismo de la mujer** en el ámbito gastronómico. También realizaremos un estudio sobre la realidad de las mujeres en

el ámbito de la gastronomía, elaborando un informe preciso.

Haremos de las mujeres chefs, cocineras, sumilleres y el resto de profesionales del sector referentes para la juventud española, a través de visitas a centros escolares. No solo necesitamos más mujeres en las escuelas de gastronomía, sino que es preciso que asuman el liderazgo de montar su propia empresa gastronómica, siendo las chefs y profesionales actuales su mejor referente.

Y, para terminar, tenemos muy claro que no solo debemos predicar la igualdad, sino construir en igualdad. Para ello, las empresas quieren asumir un compromiso con la igualdad en el ámbito de su competencia. Es preciso afrontar el debate de los horarios laborales, la conciliación y corresponsabilidad. Igualdad desde dentro hacia fuera.

Este programa quiere que no solo nos pongamos el mandil para cocinar en casa, sino que, además, podamos llevar la chaquetilla de chefs, haciendo de nuestra vocación una profesión y un proyecto empresarial.

Reescribiendo el relato: El papel de la mujer en la gastronomía

Por tercer año consecutivo, celebramos el Encuentro Gastronomía es Femenino, un espacio creado con tres objetivos: reflexionar sobre el papel de la mujer en la gastronomía, conocer los retos a los que se enfrenta y reconocer el talento femenino. El proyecto sigue creciendo, y cada vez podemos contar con más personajes de referencia de nuestro sector que no quieren perder la oportunidad de participar en el evento.

Para dar a conocer el papel de la mujer en la gastronomía, se organizan cuatro mesas redondas. Cada una de ellas, con diferentes temas y ponentes de auténtico lujo para debatirlos.

LOS RETOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS CHEFS Y SUMILLERS EN ESPAÑA

La gastronomía refleja la historia de las mujeres y la igualdad, tanto en el origen como en su evolución. En los últimos años, se han logrado muchos avances en esta línea, pero todavía quedan

muchos retos por superar. Para dialogar sobre todo ello, contamos con diferentes chefs y sumillers de prestigio en el panorama nacional.

En concreto, son tres chefs y dos sumillers las que participan en la mesa redonda 'Los retos a los que se enfrentan las chefs y sumillers en España'. **María Salinas**, chef y propietaria de **Restaurante María Salinas**, **Teresa Gutiérrez**, chef y propietaria de **Restaurante Azafrán**, además de ser conocida por su participación en el programa televisivo TopChef y **Yolanda León**, chef



y propietaria de **Cocinandos**, galardonado con una Estrella Michelin, representarán a todas las cocineras. Por su parte, también contamos con **Cristina de la Calle** y **Sara Fort**, sumillers de **Etxeko** y **La Borda del Mentidero** respectivamente.

NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN GASTRONÓMICA

Las nuevas vías de comunicación digital y, sobre todo, las redes sociales, han supuesto un cambio enorme en la divulgación y difusión de los negocios de hostelería y toda la información relacionada con la gastronomía.

Para charlar sobre estos cambios y valorar el camino que tomará en su futuro más próximo, contamos con **Mapi Hermida**, directora de Comunicación, periodista e influencer, también conocida como **La Gastrónoma** y **María Llanos**, de **Directo al Paladar**.

VOCES DEL ÉXITO EMPRESARIAL EN EL SECTOR

El número de mujeres emprendedoras y en cabeza de grandes empresas relacionadas con el sector gastronómico sigue en aumento. Sus historias son importantes para seguir



cambiando la norma e inspirar a futuras líderes.

La mesa redonda 'Voces del éxito empresarial del sector' cumple con este objetivo a través del debate entre tres directoras de referencia: **Mariela Olivares**, fundadora de **linkers.es**, **Nicoletta Negrini**, CEO de **Negrini Gastronomía Italiana** y **Belén Castro**, fundadora y CEO de **Olivolea**.

EL PAPEL DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD GASTRONÓMICA

La importancia de la mujer en el mundo de la gastronomía

también se traslada a la publicidad. Cada vez son más las marcas que deciden apostar por las mujeres como imagen de sus campañas.

Pepa Muñoz, de **El Qüenco de Pepa**, y **Susi Díaz**, del Estrella Michelin **La Finca**, además de reconocidas chefs de prestigio y propietarias de sus restaurantes, son la imagen de distintas campañas de publicidad y, por lo tanto, voces autorizadas para debatir sobre 'El papel de la mujer en la publicidad gastronómica'. Les acompañará el director de Marketing de **Makro**, **José Manuel León**.



Gastronomía e innovación, unidos en HIP 2019



Expo HIP se consolidó por tercera edición como el mayor evento de innovación para hostelería. Tres días, del 18 a 20 de febrero, llenos de eventos, ponencias, demostraciones y reconocimientos por parte de profesionales y personajes célebres del sector que no quisieron perderse la gran cita que tuvo lugar en IFEMA.

EVENTOS

Entre todos los actos celebrados, destacaron los siguientes:

II CONGRESO EUROPEO DE DERECHO Y GASTRONOMÍA

La gastronomía necesita un marco legal, y esa fue la idea que se debatió en el II Congreso Europeo de Derecho y Gastronomía. Un espacio organizado por el Despacho Cremades & Calvo-Sotelo, la Real Academia de Gastronomía y la Asociación Europea de Derecho y Gastronomía.

En la presentación participaron personalidades como **José Américo Alonso**, secretario general del Ministerio de Justicia, **Rafael Ansón**, presidente de la Real Academia de Gastronomía, **Rafael Catalá**, ex ministro de Justicia o **Mario Sandoval**, presidente de FACYRE, entre otros.

PRESENTACIÓN MEJORES ARROCES 2019

El Cook Room de HIP albergó la presentación del concurso Mejores Arroces 2019 de Unilever

Food Solutions. El chef Peio Cruz junto a la ganadora del año pasado, Catalina Pons, fueron los encargados de conducir el evento.

Además, tuvo lugar un show cooking de arroces en directo con el chef **Kiko Moya**, jefe de cocina del restaurante L'Escaleta de Alicante, ganador de dos estrellas Michelin.

No fue la única demostración de un chef que tuvo lugar en el Cook Room en HIP2019, ya que Unilever también organizó los

“En pequeños grandes chefs, los grandes cocineros pasaron el testigo a sus hijos para que diesen auténticas lecciones de gastronomía”

dos días posteriores. El martes, la chef Dana Cohen realizó un showcooking y habló sobre las tendencias norteamericanas. El miércoles, pudimos disfrutar de la sesión ‘Reinventando la Casquería’ con el chef Javi Estévez de La Tasquería, galardonado con una estrella Michelin.

AULA MAKRO

En los talleres de Aula Makro se cocieron grandes ideas a lo largo de los tres días gracias a todos los grandes cocineros que participaron. Los alumnos pudieron disfrutar de maravillosas lecciones además de degustar los mismos platos que los chefs iban preparando al momento.

El primer día participaron los ponentes **Luke Jang, Íñigo Lavado, Dani García, Pepa Muñoz, Firo Vázquez e Iván Muñoz**. Los encargados de impartir los talleres del martes fueron **Enrique Pérez, Susi Díaz, Fran Vicente, Yolanda García y Begoña Rodrigo. Aurelio Morales,**

Rodrigo de la Calle y Miguel Ángel Mayor fueron los cocineros encargados el último día.

Además de todos los talleres, el Aula Makro también albergó la convención de embajadores Makro Chef. En ella, Susi Díaz entregó las chaquetillas a todos los embajadores MakroChef de todas las comunidades autónomas.

PEQUEÑOS GRANDES CHEFS

Uno de los momentos más emotivos de HIP se vivió con el evento ‘Pequeños Grandes Chefs’. Los grandes cocineros pasaron el testigo a sus hijos para que fuesen los más pequeños los encargados de dar auténticas lecciones de gastronomía. Participaron **Pepa Muñoz** con su hija, **Lola, Íñigo Lavado** con su hija **María y Andrea Tumbarello** con su hija **Carlotta**.

PRESENTACIÓN DEL DÍA DE LA HOSTELERÍA 2019

Tras el éxito del año pasado, Makro presentó el Día de la Hostelería 2019. La jornada de reconocimiento a todos los hosteleros de España tendrá lugar el próximo 8 de octubre con el objetivo de superar el impacto conseguido en la edición anterior.

Además, durante el acto, se hizo entrega del World Guinness Record a Estrella Galicia, Diageo y Unilever obtenido gracias a La Barra de Tapas más Larga del Mundo formada en Sevilla por el Día de la Hostelería en octubre de 2018.

PRESENTACIÓN PROYECTO GASTRONOMÍA ES FEMENINO 2019

Gastronomía es Femenino es un proyecto que busca dar una mayor visibilidad y protagonismo de las mujeres



en el ámbito gastronómico y está siendo impulsado por Mujeres en Igualdad, FACYRE y Banco Santander, que sirvió su stand para llevar a cabo la celebración del acto.

“Vamos a reconocer la labor que llevan a cabo todas las mujeres en la gastronomía española y vamos a transmitir el valor de la igualdad”, subrayó **Carmen Fúnez**, presidenta de Mujeres en Igualdad en la presentación.

La presentación contó con la presencia de la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, que reivindicó que la gastronomía “también tiene rostro de mujer”. Además, en el acto también participaron dos de las chefs más reconocidas a nivel nacional como **Pepa Muñoz y Begoña Rodrigo**.

WORK CAFÉ DE BANCO SANTANDER

Banco Santander apostó por mostrar el lado más innovador de la hostelería en su Work Café. Un

espacio que protagonizó un robot especializado en preparar todo tipo de cafés, cócteles y zumos de manera mecánica. Pero no fue la única sorpresa. Además, este stand contó con una impresora de cafés capaz de grabar las fotos que los mismos asistentes a HIP iban enviando desde sus móviles en cuestión de segundos.

Mario Sandoval también visitó el Work Café y protagonizó una demostración sobre cómo realizar una transacción con ‘Soluciones TPV Santander para clientes’ a la que también asistió **Rami Aboukhair**, consejero delegado de la compañía.

SOS RESPIRA

¿Cómo debemos actuar en caso de atragantamiento? La campaña SOS Respira de Fundación Mapfre organizó un taller en el Aula Makro de HIP para concienciar a todos los asistentes sobre la importancia de saber cómo actuar si en esas situaciones.

La divulgación de este tipo de campañas es muy importante

para la prevención de los atragantamientos en el sector de la hostelería y ayudar, de esta manera, a salvar vidas de posibles víctimas.

PREMIOS BEST DIGITAL RESTAURANT

HIP 2019 concluyó por todo lo alto con la entrega de los Premios Best Digital Restaurant que reconocen a los mejores restaurantes y chefs digitales del panorama nacional.

El premio a mejor chef digital fue para el presidente de FACYRE, **Mario Sandoval**, por su innovadora gestión del Restaurante Coque. El galardón fue entregado por Álex Viñeta y Peio Cruz, responsable de Marketing y responsable del equipo de cocina de Unilever Food Solutions.

El restaurante El Pimpi de Málaga se llevó el Premio a Mejor Restaurante Independiente, y el premio a The Best Digital Group fue para Goiko Grill.



**Un tándem
imbatible**
para una cocina
a la vista en
el mínimo
espacio

 MERRYCHEF®

 CONVOTHERM®



iberia@welbilt.com
welbilt.es/masterclass

Welcome to the Yacht Cruise Experience

¿QUÉ ES UN CRUCERO BOUTIQUE?

UN CRUCERO BOUTIQUE ES PODER NAVEGAR A BORDO DE UNO DE NUESTROS YATES O VELEROS, PARAR EN UNA PLAYA VIRGEN PARA DARSE UN BAÑO, ATRACAR EN EL CORAZÓN DEL DESTINO Y DISFRUTAR DE UN SERVICIO ÍNTIMO Y PERSONALIZADO...

LE PROPONEMOS
CRUCEROS A BORDO
DE YATES Y VELEROS
EN ESTOS DESTINOS:

Adriático | Caribe | Cabo Verde | Caribe (Antillas)
Costa Rica y Panamá | Cuba | Egipto, Israel y Jordania
España y Portugal | Indonesia (Bali y Borneo) | Islas
Griegas | Islandia | Senegal y Gambia | Seychelles

Cruceros a partir de

950€

 VARIETY CRUISES

Web: www.varietycruisesspain.com Email: varietycruises@discoverspain.net
Teléfono: 93 217 15 74 Dirección: Vía Augusta, 42-44 1º 4ª 08006 - Barcelona



Una herramienta fundamental para el éxito de tu negocio

Aprovecha todas las ventajas del TPV Santander

Contrata ahora la tarifa plana TPV, y podrás disfrutar de 3 meses sin cuotas cumpliendo condiciones*



- Soporte Santander TPV
365 días al año: 91 050 34 04
- Rapidez y movilidad para cobrar en servicios a domicilio
- Información de tus clientes y tu competencia con la App Mi Comercio
- Tarifa Plana adaptada a tu negocio

Infórmate en bancosantander.es o en tu oficina

* Oferta válida para los clientes nuevos o reactivados (9 meses sin facturar) que se den de alta hasta el 30/06/2019 y que cumplan las condiciones establecidas en las bases legales de la promoción que podrán encontrar en www.bancosantander.es Servicio ofrecido y sujeto a la previa aprobación de Santander España Merchant Services, Entidad de Pago, S.L.U.

