

# ñam! ñam!

A food magazine by **FACYRE**

Número 06 MAR 22



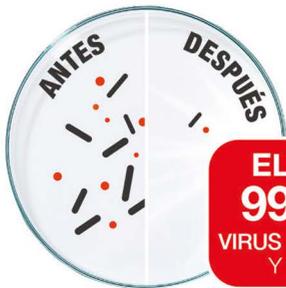
Campeonato de España  
de Cocina y Repostería p.58

La economía  
circular p.14

Makro, 50 años al lado  
de la hostelería p.22

# OPTE POR UNA LIMPIEZA PROFUNDA Y PROFESIONAL

**APPCC**

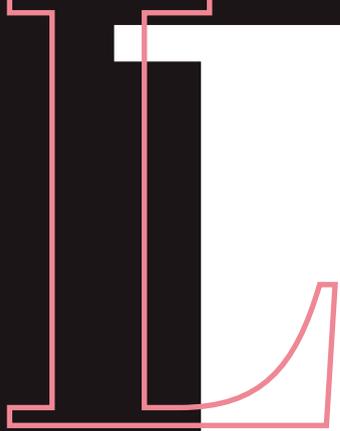


**ELIMINA EL  
99,99% DE  
VIRUS ENCAPSULADOS  
Y BACTERIAS\***

cada experiencia cuenta™

**P&G  
Professional™**

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



# a era de la gastrorevolución

Desde hace unos años, la hostelería está teniendo un gran problema. El **Sector está atomizado** y se ofrecen **soluciones parciales**. Por un lado, están los distribuidores queriendo introducir sus productos; alimentación y bebidas. Por otro lado, empresas que ofrecían sus servicios financieros y, otros, soluciones digitales (TPVs, redes sociales, influencers, páginas web...)

**Además, por estas tres razones la situación se complica todavía más:**

1. Si a los grandes players de la gastronomía les cuesta llegar al hostelero, incluso al cliente final ¿Os imagináis al resto?
2. Los negocios de hostelería no tienen una base sólida de gastromarketing.
3. Se hace necesario desarrollar una huella digital que muchos no tienen; digitalización y tecnología son dos herramientas clave para sacar el máximo provecho de la presencia digital de negocios y marcas relacionadas con la hostelería

¿Sabíais que hay más de **380.000 puntos HORECA** en todo España y solo el **18%** tiene correo electrónico? La pandemia ha creado una terrible situación en la hostelería. Pero ¿Sabéis qué? No es todo negativo. **Según algunos estudios, el Sector se ha digitalizado en 2 años lo mismo que lo haría en 10.** Afortunadamente los hosteleros y marcas de hoy en día han entendido todas las posibilidades que le brinda la digitalización.

Por ejemplo, en Aplus gastromarketing hemos trabajado para empresas propiamente relacionadas con la hostelería y, otras que, no estando relacionadas con la gastronomía desean un posicionamiento firme en este Sector. Si os fijáis, Michelin no da Estrellas Michelin ni vende guías de viaje como negocio principal. **Michelin vende ruedas.** ¿Entendéis por dónde voy?

Ahora se abre todo un abanico de posibilidades **¿Pagaremos en los restaurantes con criptomonedas? ¿Nos traerán la comida los drones?** Ahora ya se pueden realizar **pedidos por voz mediante Alexa** y el aumento de las Dark Kitchen y el delivey es un hecho. **Captar y seguir estas tendencias solo es posible si vives por y para la gastronomía** y te mueves en 3 entornos diferentes. 1) Como consumidor final captando todo lo nuevo que hay alrededor 2) conociendo al hostelero 3) conociendo a las marcas y trabajando con ellas. **Vivimos momentos que van a cambiar la historia de la restauración y las marcas.** Y eso, es algo apasionante.

## #GastroRevolucionarios

PIONEROS DEL MARKETING GASTRONÓMICO

*Aceleradora de marcas y restaurantes*



### DIEGO OLMEDILLA

Director General de FACYRE  
Presidente de Aplus  
Gastromarketing



# Sumario



**ñam!**  
**ñam!**

LA ERA DE LA GASTROEVOLUCIÓN .....	03
HABLAMOS CON NUESTRA PRESIDENTA, PEPA MUÑOZ .....	05
CONOCE A NUESTRA JUNTA DIRECTIVA .....	06
APLUS PROTAGONIZA LA ERA DE LA GASTRONOMÍA 10	
HIP2022DESCUBRIRÁ LAS NUEVAS TENDENCIAS, CONCEPTOS Y MODELOS DE NEGOCIO .....	12
LA ECONOMÍA CIRCULAR: EL FUTURO DE LA HOSTELERÍA .....	14
NUEVAS TENDENCIAS EN EL MUNDO DULCE .....	16
DEL POBLE PIZZERÍA .....	18
ALEJANDRO SERRANO .....	19
VICKY SEVILLA .....	20
RUBÉN AMOR .....	21

MAKRO, 50 AÑOS AL LADO DE LA HOSTELERÍA .....	22
KITCHEN ACADEMY .....	23
MASTER D, CREANDO TALENTO A MEDIDA .....	26
NUEVAS FÓRMULAS DE PAGO CON TARJETA .....	28
MARCA LA DIFERENCIA EN TU RESTAURANTE .....	30
¿PARA QUÉ SIRVE DIGITALIZAR TU RESTAURANTE? .....	31
CUATRO ESTRATEGIAS PARA MANTENER EL ÉXITO DE TU RESTAURANTE .....	33
MÁSTER EN INNOVACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS .....	34
AGROCHEF, UN PROYECTO PARA PONER EN VALOR EL CAMPO .....	36
EL 8 DE MARZO LA VOZ ES DE TODAS .....	37
INNOVACIÓN Y VALOR AÑADIDO, LAS CLAVES PARA LA REACTIVACIÓN DEL CANAL HORECA .....	40
LAS ACEITUNAS DE MESA, EL NUEVO IMPRESINDIBLE DE LA GASTRONOMÍA .....	42
EL LOGOTIPO 100% RAZA AUTÓCTONA, UN SELLO DIFERENCIADOR .....	44
LA BARRA DIGITAL .....	46
TENDENCIAS PARA 2022 .....	48
APLICACIONES PARA MEJORAR LAS FOTOS DE TU RESTAURANTE .....	52
LA DIGITALIZACIÓN DE LA COMIDA RÁPIDA .....	56
CAMPEONATO DE ESPAÑA DE COCINA Y REPOSTERÍA 2022 .....	58
HOMIE BY SERGIO SANZ .....	60
GALA DE ENTREGA DE ESTRELLAS MICHELÍN 2022 .....	62
ALIMENTEMOS EL MAÑANA CON LOS GESTOS DE HOY .....	64
LA ASOCIACIÓN .....	65
PERFUMANDO CADA BOCADO CON AOVE .....	66
XANDRA LUQUE, GANADORA DEL CONCURSO LA MEJOR ENSALADILLA RUSA DE MADRID .....	67
MENÚ NAVIDEÑO COCA COLA .....	69
LA PERRUNILLA EXTREMEÑA TRABAJA PARA CONSEGUIR UNA INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA .....	70
ACYRE CANARIAS: BELÉN DE CHOCOLATE SOLIDARIO EN ADEJE .....	71
ASOCIACIÓN DE COCINEROS DE PARADORES .....	72
ANDEKA GONZÁLEZ, MEJOR COCINERO DE LA COMUNIDAD DE MADRID .....	73

Producción editorial:



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

Edita:

**FACYRE**



## Hablamos con nuestra PRESIDENTA, Pepa Muñoz, para que nos dé su opinión de cara a un nuevo DÍA INTERNACIONAL de la MUJER

**¿Qué haces como profesional para poner en valor a la mujer?**

En nuestro sector lo que más hago es trabajar por apoyarlo e impulsarlo. Por supuesto no solo apoyando a mujeres chef, sino haciendo muchas iniciativas para darles visibilidad y para posicionarlas; bien sea una mujer chef o una pequeña pastora que haga un queso en nuestra España. Dar visibilidad a esas mujeres que están menos presentes.

Eso para mí es muy, muy importante. Y, por supuesto, luchar cada día por estar ahí, para que se nos vea. Además, en origen, la gastronomía era más femenina que masculina (aunque ahora nos hemos quedado más atrás, pero estamos luchando con nuestro trabajo día a día).

En nuestro negocio, en El Qüenco de Pepa, sí tenemos paridad: 50% mujeres y 50% hombres. Además, las mujeres de nuestro restaurante tienen cargos de alta responsabilidad. La directora es una mujer, la sumiller es una mujer y Mila y yo somos las dueñas y socias del restaurante (ella es la CEO y yo soy la chef). Para nosotros la paridad es muy importante.

**Como mujer, ¿a qué profesional de la hostelería admiras?**

Admiro y quiero muchísimo a Lucio Blázquez (Casa Lucio). Para mí es un referente. Es una persona muy trabajadora y que ha hecho muchísimo por la gastronomía de este país. Un gran embajador del producto, de la buena cocina, de la cocina tradicional.

Como mujer siempre he admirado mucho a una mujer que yo siempre he valorado y que ha sido un referente para mí: Mey Hoffman. Todavía su restaurante y escuela de cocina siguen operativas en Barcelona. Para mí ha sido una mujer que me ha inspirado muchísimo.

**Dinos tu plato favorito.**

Mi plato favorito son los huevos fritos con patatas. Me encanta un buen huevo frito con patatas; luego le puedes poner un buen jamón ibérico nuestro, una chistorra, unas angulas. Lo que quieras. Pero como esencia el huevo con patatas me parece maravilloso.

# Conoce a nuestra JUNTA DIRECTIVA

**PABLO TORTAJADA** | Community Manager en Aplus Gastromarketing

JUNTA DIRECTIVA



Nombre: **PEPA MUÑOZ**

Cargo: **Presidenta**

ACYRE: Madrid

“Si tengo que destacar hobbies, sin duda nombraría el organizar viajes con mi familia, comidas de fines de semana con amigos en casa y fuera de casa, sembrar y cuidar mi huerta y el flamenco.”

Nombre: **DIEGO OLMEDILLA**

Cargo: **DIRECTOR GENERAL**

“En Aplus gastromarketing y FACYRE estoy rodeado de restaurantes, marcas y marketing. Por ello, y no quiero ser tópico, me encanta la gastronomía en todas sus vertientes. La disfruto tanto que para mí es un hobby. “Elige un trabajo que te guste y dejarás de trabajar toda tu vida”, como decía Confucio. Pero estar con mis hijos es realmente mi verdadero hobby favorito.”



ÑAM nº 5



Nombre: **PEDRO LARUMBE**

Cargo: **VICEPRESIDENTE PENINSULAR**

“Siempre me ha gustado moverme, tanto dentro como fuera de la cocina. Ahora que dispongo de más tiempo para mí estoy aprovechando para hacer todo el deporte posible, una de mis mayores pasiones desde hace muchos años”



Nombre: **PABLO PASTOR**

Cargo: **Vicepresidente Insular**

ACYRE: Canarias

“Al margen de mi día a día en la cocina, lo que más me agrada y llena como profesional es la solidaridad para con los demás. Yo creo que hay que devolver de alguna manera la suerte de pertenecer al colectivo de los cocineros para ser solidarios. Actualmente estoy inmerso en varios proyectos tanto de formación como de ayuda para transformar alimentos y crear sinergias con diferentes ONG´s”

Nombre: **CRISTINA PÉREZ-SALA**

Cargo: **Secretaria**

ACYRE: APAREX

“A pesar de ser mi trabajo, la gastronomía también forma parte de mis actividades de tiempo libre. Es maravilloso poder conocer nuevos sitios y productos asociados al territorio. Aprovecho una ruta motera o un paseo en bici para visitar nuevos restaurantes y tiendas y comprar productos locales y de temporada”



Nombre: **FLOREN BUEYES**

Cargo: **Tesorero**

ACYRE: Cantabria

“Uno de los hobbies que más que gusta es leer a los grandes chef y viajeros, ir de trekking a alta montaña, bucear en el mar Cantábrico, conocer productores artesanos que hacen sus productos sin grandes maquinarias. Pero, sobre todo, me sigue gustando cocinar en cualquier lugar, haya o no cocina, lo mismo en el monte, que en la playa o en casa de cualquier amistad”





Nombre: **JOSE LUIS INAREJOS**

Cargo: **VOCAL**

ACYRE: Madrid

“¿Mis Hobbies e inquietudes? Mi Asociación (ACYRE Madrid), ayudar a los necesitados como hicimos durante la pandemia desde todos los frentes que pudimos abrir y mi Real Madrid. Pero mi mayor hobby es, sobre todo, mi familia.”

Nombre: **DOMINGO MANCHO**

Cargo: **VOCAL**

ACYRE: Aragón

"Lo que empezó como una tímida admiración se ha acabado convirtiendo en auténtica afición. La verdad es que al ser un deporte de invierno lo podía compaginar perfectamente con mi trabajo al ser temporada baja. Se puede decir que estoy entrenado para sufrir ya que tanto mi profesión de cocinero como el esquí son las dos cosas muy duras y a la vez súper reconfortantes."

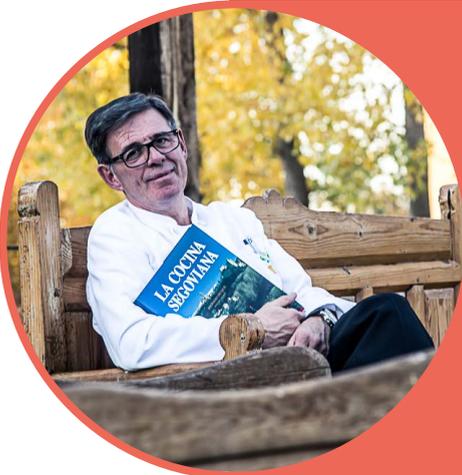


Nombre: **JULIÁN DUQUE**

Cargo: **VOCAL**

ACYRE: Segovia

“Para mí, por pura tradición familiar, mi hábitat natural son los fogones. Disfruto cada segundo que paso en la cocina preparando cualquier receta. Es mi gran pasión.”



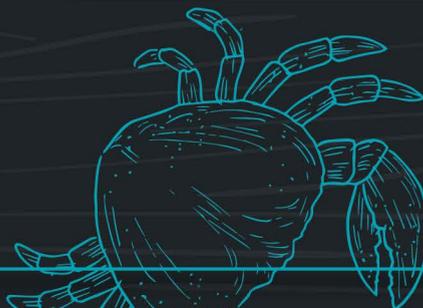
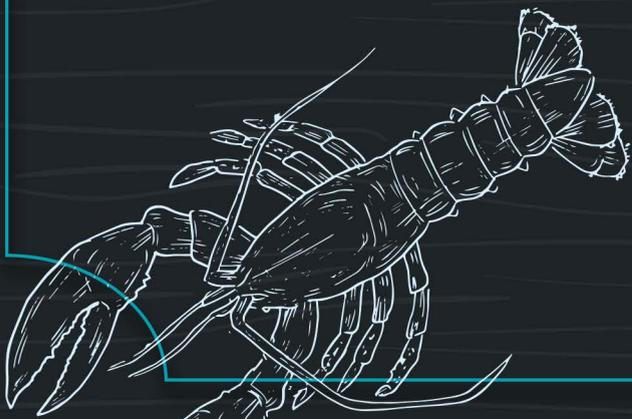
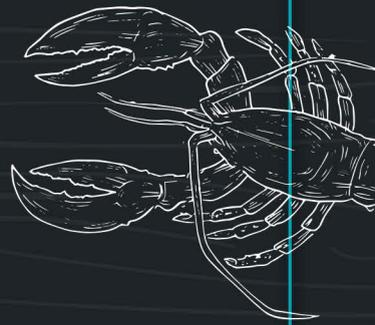
Nombre: **IGNACIO GARCÍA**

Cargo: **VOCAL**

ACYRE: Segovia

“Mi gran pasión, aparte de cocinar, es mi familia. He recorrido toda Europa con mi mujer y cada día disfruto más y más de estar con mis nietos. Pero siempre que puedo y hay fiestas disfruto mucho preparando los corderos churros asados.”





**Pescados**<sup>®</sup>  
**Basiliso**  
Pastor

**PESCADOS BASILISO**

C/ Fuentecilla, 24

45340 Ontigola, Toledo

☎ 665 950 997-8-9

info@pescadosbasiliso.com

# Aplus

## protagoniza la era de la gastronomía

APLUS GASTROMARKETING

Aplus gastromarketing es una agencia pionera del marketing gastronómico en España que trabaja con el Sector HORECA y restaurantes por todo el territorio nacional. En este 2022 inicia una nueva corriente llamada gastro revolución que habla de la evolución de la gastronomía y el marketing y cómo se puede ayudar a las empresas del presente y del futuro. Los clientes y negocios están cambiando y se hace necesaria una revolución que aporte soluciones.

Desde hace unos años, la hostelería está teniendo un gran problema. El **Sector está atomizado** y se ofrecen **soluciones parciales**. Por un lado, están los distribuidores queriendo introducir sus productos; alimentación y bebidas. Por otro lado, empresas que ofrecen sus servicios financieros y, otros, soluciones digitales (TPVs, redes sociales, influencers, páginas web, etc.)

**Además, existen tres razones que complican la situación todavía más:**

1. Incluso a los grandes players de la gastronomía les cuesta llegar al hostelero.
2. Los negocios de hostelería no tienen una base sólida de gastro-marketing.
3. Se hace necesario desarrollar una huella digital que la mayoría no dispone todavía de ella; digitalización y tecnología son dos herramientas clave para sacar el máximo provecho de la presencia digital de negocios y marcas relacionadas con la hostelería





**España cuenta con 380.000 puntos HORECA. De ellos, solo el 18% cuenta con correo electrónico.**

La etapa pandémica no ha sido un gran empuje para el sector gastronómico, si bien, ha brindado digitalización. Según algunos estudios, **el sector se ha digitalizado en estos 2 años lo mismo que lo haría en 10.** Afortunadamente los hosteleros y marcas de hoy en día han entendido todas las posibilidades que le brinda la digitalización.

**Aplus gastromarketing** ha sido desde el principio una **agencia pionera en el marketing gastronómico** trabajando para empresas propiamente relacionadas con la hostelería y, otras que, no estando relacionadas con la gastronomía desean un posicionamiento firme en este Sector. Un ejemplo de esto último sería el caso de la empresa de neumáticos Michelin. La cual, pese a que su modelo de negocio se centre en lo automovilístico, desarrolla toda **una estrategia de posicionamiento** en el sector de la gastronomía a través de sus guías y premios.

Ahora se abre todo un abanico de posibilidades **¿Pagos por criptomonedas? ¿Comida traída por drones?** Ahora ya se pueden realizar **pedidos por voz mediante Alexa y el aumento de las Dark Kitchen y el delivey** es un hecho. **Captar y seguir estas tendencias solo es posible si vives por y para la gastronomía** poniendo foco en los tres tipos de entornos clave 1) Consumidor final captando todo lo nuevo que hay alrededor 2) conocer al hostelero 3) conocerá las marcas y trabajando con ellas.

Página web:  
[www.aplusmk.com](http://www.aplusmk.com)

Correo de contacto:  
[digital@aplusmk.com](mailto:digital@aplusmk.com)

La revolución que se está viviendo en el sector, además de tecnológica, habla de **nuevos momentos de consumo y de la revolución de la sala. Ya no vale con tener unos platos deliciosos**, la experiencia en sala lo es todo para la completa satisfacción del cliente. Además, los clientes también quieren saber de dónde viene el producto. De ahí que las nuevas estrategias de los negocios de hostelería deban ir en línea con las 4S de la **gastronomía** que ha abanderado Aplus Gastromarketing estos últimos 10 años. **La gastronomía es una actividad Saludable, Solidaria, Sostenible y Satisfactoria.** Y esta, es la gastronomía del Siglo XXI.

Hoy en día, el hostelero se encuentra perdido entre tanto abanico de opciones y no disponen de una visión de su negocio 360°. Por eso, **Aplus gastromarketing** desarrolla una huella digital de cada negocio o marca con las soluciones que necesita, pero en un solo pack. Es decir, un traje a medida.

Por todo ello, **Aplus gastromarketing** pone en valor su estrategia realizando un cambio de **claim, imagen y web.** Esta agencia de marketing gastronómico pasa de ser una agencia experta en marketing "*Aplus. Expertos en gastromarketing*" a una **agencia revolucionaria en el Sector.**

**Aplus gastromarketing** es una agencia que se encarga de **acelerar empresas y restaurantes con un equipo 100% especializado en marketing gastronómico.** Todos los clientes de Aplus Gastromarketing están, de alguna manera u otra, relacionados con la gastronomía. De hecho, se encargan de gestionar **FACYRE (Federación de cocineros de España) y Revolución en Sala.** Es decir, **son el propio sector.** De ahí que **entiendan tan bien tanto al hostelero como a las marcas.**

Para todas aquellas empresas, restaurantes y negocios de hostelería que se quieran unir a la gastroevolución, ahora es el momento perfecto.

Sobre **Aplus gastromarketing**

Agencia de marketing gastronómico que ha trabajado con más de 600 restaurantes y 400 empresas multinacionales: Makro, Santander, Heineken, Irinox, Fundación Mapfre, Pascual, Mahou San Miguel, Unilever Food Solutions, Danone, Ferrero Rocher, Prodemar, Le Cordon Bleu, Upfield, Universidad Francisco de Vitoria, Monza, Ecoembes, GinMare, DIAGEO, Business France, Campofrio.

# HIP 2022

descubrirá las nuevas tendencias,  
conceptos y modelos de negocio que  
marcarán el futuro de la restauración

Madrid reunirá del 7 al 9 de marzo  
a los profesionales de la hostelería y la restauración  
para conocer las últimas innovaciones y soluciones  
para el sector y definir la nueva Horeca

HIP

**Del 7 al 9 de marzo de 2022 HIP – Horeca Professional Expo**, vuelve a IFEMA para acercar a los profesionales de la hostelería y la restauración las últimas soluciones, tendencias y modelos de negocio para mejorar la competitividad de esta industria. Durante tres días, Madrid reunirá a más 450 expertos internacionales para descubrir de qué manera el sector Horeca se va a transformar a partir de ahora.

Tras una última edición en la que se ha convertido en el mayor instrumento de apoyo a la hostelería durante la crisis sanitaria, HIP vuelve en su sexta edición con más de 500 firmas expositoras que presentarán las últimas soluciones en alimentación y bebidas, vino y espirituosos, equipamiento, interiorismo y mobiliario, tecnología, nuevos conceptos y franquicias, delivery y Food as a Service, seguridad e higiene, y sociosanitario para cualquier segmento de la industria Horeca: restauración, alojamiento, bar y cafeterías, distribución, colectividades, restauración organizada y ocio.

En esta nueva edición, HIP2022 hace un llamamiento a todos los profesionales de la hostelería para no quedarse atrás y coger el tren de esta nueva Horeca que ha llegado con la pandemia bajo el lema

*Ready?  
A new Horeca is coming*

## Claves para el restaurante perfecto, y nuevos modelos de negocio basados en el delivery

En este momento transformador y de cambio que está viviendo el sector Horeca, el **Hospitality 4.0** Congress abordará las nuevas tendencias, conceptos y modelos de negocio que marcarán el futuro del sector.

Uno de los Summits ya recurrentes del congreso es el **Perfect Restaurant Project**, que se centra en identificar las claves, estrategias, y buenas prácticas para crear el restaurante perfecto, basado en el modelo de restaurante independiente. Este año, el Summit analizará las principales tendencias que han surgido a raíz de la pandemia y su impacto en los restaurantes, además de dar a conocer el caso de éxito de grupos de restauración que han sabido adaptarse a este entorno cambiante y a las nuevas demandas de los consumidores, como es el caso de los restaurantes Nou Manolín y Piripi, del grupo Gastronou.



Por otro lado, el delivery y el take away está cada vez cogiendo más peso y son muchos los restauradores que deciden apostar por esta vía de negocio. El **Delivery & Food as a Service** presentará datos actualizados de la incidencia del Food on Demand y del mercado del delivery en los Estados Unidos, de la mano de **Carl Orsbourn y Meredith Sandland**, referentes del delivery en USA y coautores del libro "Delivering the Digital Restaurant". Además, ponentes como **Aleix Puig**, CEO de Vicio, **Guillem Ontiveros**, CEO de Telemaki, **Jaime Martínez de Velasco**, CEO de Cuyuna, **Angelo Di Placido**, CMO de Booh! Food, o **Julio Zhang**, socio de Soy Sohho Delivery, entre otros, desvelarán sus estrategias para impulsar negocios basados en el delivery o las dark kitchens.

HIP 2022 acogerá una nueva edición del **CEOs Summit**, el foro en el que los líderes de la nueva hostelería compartirán sus procesos de pensamiento y cómo planean transformar y adaptar sus negocios para recuperar las ventas. **Ángeles Orantes-Zurita**, CEO de La Cueva de 1900, **Carlos Gelabert**, co-fundador de The Fitzgerald Burger Company, **Charlie Sáez**, CEO de Grupo Larrumba, **Manuel Robledo**, Presidente de Comess Group, **Marcos de Quinto y Paloma Fang**, co-fundadora de Grupo Bellacio, son algunos de los 24 CEOs que participarán en la jornada.

El congreso también celebrará una nueva edición de Restaurant Trends, el encuentro anual de directivos de restauración organizada en España que se ha convertido ya en uno de los máximos encuentros internacionales de profesionales con negocios que nacen de la fusión entre el mundo retail y la restauración.

## Showcookings en directo y otras actividades de networking

Además, como cada año, HIP también realizará varios showcookings en directo en los que chefs reconocidos prepararán sus platos en directo. Es el caso de Carlota Claver, chef y propietaria de La Gourmanda Barcelona, quién ofrecerá una propuesta de

nueva cocina tradicional, esa cocina heredada de la tradición y en la que muchos cocineros europeos se están volcando para elaborar una oferta gastronómica más próxima y con legado. Otro de los showcookings de HIP2022 mostrará como se puede viajar diferentes ciudades a través de la cocina y los sabores, pero sin salir de Madrid.

Por segundo año consecutivo, el Hospitality 4.0 Congress acogerá una nueva edición del **Asian Food Summit**, un espacio dedicado al gran crecimiento que está teniendo la cocina asiática en nuestro país (japonesa, china, coreana, etc.), junto con los Asian Culinary Awards by UDON, un concurso con las recetas más originales e innovadoras de la fusión gastronómica oriente-occidente.

Más de 30 foros repartidos en 8 auditorios en paralelo en los que descubrir cómo aprovechar las nuevas oportunidades de mercado y nuevos modelos de negocio que han aparecido a raíz de la pandemia en el sector de la hostelería de la mano de expertos de renombre como **Eduard Xatruch**, chef y co-propietario de Disfrutar Barcelona\*\*, **Martina Puigvert**, jefa de cocina de Les Cols\*\*, **Javi Olleros**, chef y propietario de Culler de Pau\*\*, o **Jordi Barri**, cofundador y CEO de Grupo Teresa Carles, entre muchos otros.

Además, HIP2022 contará con diferentes actividades de networking como los **Horeca New Business Models Awards 2022**, que ya se han convertido en uno de los reconocimientos con más prestigio del sector y que reconocen el trabajo, el liderazgo y la transformación de aquellas empresas que apuestan por la innovación en el sector Horeca; **Digital Gastronomy & Hospitality Startup Forum**, una competición entre las startups con los proyectos y soluciones más innovadoras para el sector Horeca; el **Leadership Summit**, un almuerzo de directores generales de los principales operadores, fabricantes y stakeholders; y los premios **The Best Digital Restaurants de diegocoquillat.com**, que reconocen el esfuerzo y trabajo en la gestión digital de los mejores restaurantes y chefs de España.

**FACYRE te invita a HIP 2022**  
con un Business Pass **gratuito** o un **50%** de **descuento** en el Premium VIP.  
Utiliza el código **NX585** en [www.expohip.com](http://www.expohip.com)

# LA ECONOMÍA CIRCULAR:

Si tienes un negocio de **hostelería** y apuestas por la **sostenibilidad** te interesa seguir leyendo. Te traemos las claves para entender y aplicar en tu negocio el modelo sostenible del que todo el mundo habla...porque querido hostelero **¡el planeta te necesita!**

Si hay un concepto que está revolucionando la economía y especialmente el sector hostelero es la llamada **economía circular**. A priori, este conjunto de palabras engloba una filosofía ligada a la sostenibilidad en todos los ámbitos. Esto implica desde la economía doméstica, hasta las grandes marcas o empresas. Un nuevo modelo que, en el caso de la hostelería, llega con fuerza y afán de reformar el sector y sentar los cimientos del **negocio del futuro**: sostenible y comprometido con el medio ambiente.

Pero vayamos por partes. Primero sería sensato definir la economía circular, pero para que esta se entienda mejor lo haremos definiendo su opuesto: la economía lineal. Este es el modelo que se ha venido explotando desde la Revolución Industrial y que, tristemente, ha prevalecido en la mayor parte del planeta. Se basa en limitar la vida útil de bienes y productos: la cadena es extraer-producir-usar-tirar. Una cadena sencilla, pero que engloba una gran cantidad de males para el planeta: recursos desaprovechados, energía malgastada y una mayor contaminación generada. Durante años este sistema ha funcionado sin problema, pero actualmente está desfasado. Es **parte del pasado**.

Es así como nace la economía circular: un **modelo económico y social que busca ante todo ser responsable con los recursos**. Por ello, su objetivo es optimizar la producción de bienes con la premisa de reducir el consumo y desperdicio de recursos (energía, agua o materias primas). Esto aplicado a la hostelería implica una concienciación que lleva al hostelero a ser responsable, minimizar los daños, optimizar productos y alargar la vida útil de los materiales. En conclusión, la economía circular en la hostelería es respetar el medio-ambiente aplicando técnicas de prevención, reutilización, reparación y reciclaje.

# El futuro de la hostelería

**Mauro Solanes.**  
Community Manager  
en Aplus Gastromarketing



Quizás te suene todo muy complejo, pero lo vamos a simplificar mostrándote todos los beneficios que implica este cambio trascendental de lo lineal a lo circular. Aquí te dejamos **6 motivos** con suficiente peso para que entiendas todo lo que engloba este cambio revolucionario y como lo puedes aplicar para beneficiar a tu negocio:

**- El planeta nos necesita:** La economía circular es actualmente la opción más eficaz para garantizar nuestra supervivencia. Los recursos son cada vez más limitados y si no cambiamos nuestro modelo de producción estaremos abocando a las nuevas generaciones a un futuro incierto. Ya no hablamos de pérdidas económicas, sino de nuestra propia existencia.

Os dejamos un dato para reflexionar: si se implantase la economía circular, en 2030 habremos reducido un 48% de las emisiones de CO2 y en 2050 en un 83% en Europa (Fuente: Fundación Ellen MacArthur).

**-Minimizamos los costes y aceleramos el crecimiento económico de nuestro negocio:** Minimizar costes es un básico en cualquier manual de gestión empresarial, pero si se aplica desde la filosofía de la economía circular no

implica hacer recortes, sino aprovechar los recursos. Como hosteleros podemos reducir gastos y aumentar beneficio mediante acciones tan sencillas como el intercambio y reutilización de productos o la gestión correcta del reciclaje. Fácil y sencillo si se trabaja desde la organización y el compromiso.

**-Aumentamos nuestro nivel de innovación:** “Renovarse o morir” es un dicho que funciona muy bien en la hostelería. Por ello, otra ventaja de la economía circular es que nos permite ponernos a la cabeza de la innovación en cuanto a desarrollo sostenible. Además de minimizar costes y fomentar el desarrollo económico, tenemos la posibilidad de ampliar las miras de nuestro negocio y mostrar a la sociedad nuestro compromiso con el planeta.

**-Nos beneficiamos de una cadena de suministros más segura:** La crisis de la COVID-19 ha demostrado la fragilidad de la cadena que suministra a los negocios del sector HORECA. Escasez, variación de precios, dependencia de productos concretos...no podemos dejar la calidad de nuestro servicio en manos de un modelo volátil. Por eso la economía circular, mediante la reutilización de productos y el reciclaje alargan los tiempos de la cadena de proveedores y, por tanto, eliminan la dependencia de unos recursos cada vez más limitados. Ser sostenibles es positivo para el hostelero, para su negocio y para su cliente.

**-Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes:** Cada vez son más las personas que están concienciadas con el reciclaje y la sostenibilidad. Es por ello que basan sus decisiones de consumo en estos criterios. Packaging reciclable, productos de cercanía, campañas contra el hambre...este tipo de acciones cada vez son más valoradas por los clientes e influyen a la hora de decidirse por un restaurante u otro. Esto sitúa al hostelero como un engranaje clave dentro de la economía circular, que como ya hemos comentado, no solo beneficia al planeta sino a la percepción de la marca por parte de nuestro cliente. Podemos contribuir, pero también concienciar.

**-Ponemos la hostelería a la cabeza de la innovación europea:** El Parlamento Europeo, mediante los objetivos de la Agenda 2030, lleva tiempo promoviendo y demandando la implantación de la economía circular como principal estrategia sostenible para generar crecimiento y empleo. Ponernos al día con los principios de la economía circular situará a nuestro negocio en la primera línea del cambio, de la revolución que Europa espera y necesita.

En conclusión, la economía circular permite al hostelero mejorar su economía, pero también su imagen y ser pioneros en la innovación y el desarrollo sostenible. La mejor forma de empezar con ello es mediante algo tan sencillo y eficaz como el **reciclaje**. Aprovechar nuestros residuos para convertirlos en recursos o crear productos a los que se les pueda dar una segunda vida es el objetivo principal de este tipo de economía. En ese sentido invitamos al hostelero que nos lee a **amplificar el reciclaje**, viéndolo como un poderoso activo que ejemplifica la filosofía de la economía circular.

Reciclar, ya sea desde lo doméstico o desde lo corporativo, y concienciar sobre el reciclaje es una de mejores formas de dar a conocer este nuevo modelo. Especialmente en España, donde gracias a iniciativas como la de **Ecoembes**, la organización ambiental sin ánimo de lucro que coordina el reciclaje y el ecodiseño de envases domésticos en España, se ha conseguido integrar el reciclaje en la sociedad española. Así se consiguen avances que luego son buenos hábitos, como el reciclaje de los envases en los contenedores amarillo y azul. Un gran logro social que ya practican ocho de cada diez españoles.

Es más, **Ecoembes ayuda al hostelero** a formarse en sostenibilidad y a diseñar la mejor forma de implantarla en su negocio. Mediante **TheCircularCampus**, plataforma de conocimiento y formación, Ecoembes impulsa la innovación y las buenas prácticas de reciclaje junto a sus empresas asociadas. Es así como el hostelero encuentra un espacio colectivo con cientos de recursos a su disposición. TheCircularCampus lo mantiene actualizado al tiempo que le ofrece formación en reciclaje y fomenta su participación activa mediante foros que dan visibilidad a su compromiso.

En definitiva, querido hostelero, no hay excusas. **Implantar en tu negocio la economía circular es toda una oportunidad**. No solo para aportar tu grano de arena en la sostenibilidad que puede salvar al planeta, sino también para convertirte en motor del cambio. Una oportunidad para que la hostelería traslade ese compromiso que ha calado en el ámbito “doméstico” a su propio modelo de producción. Y de esta forma contribuir a que el reciclaje siga siendo la principal vía por la cual la economía circular se implante en todos estratos de la sociedad.

Así que ya sabes: **el planeta te necesita y reciclar es la respuesta.**

# Nuevas tendencias en el Mundo Dulce

**Matías González Beldi.**  
Chef Ejecutivo en  
Upfield Professional

UPFIELD

**A**

Los cambios de hábitos en la alimentación de la población son un hecho que viene gestándose desde hace ya varios años.

El consumidor final demanda productos cada vez de mayor calidad, que le den un alto grado de satisfacción pero que también se adapten a sus necesidades nutricionales o restricciones alimenticias. El consumo inteligente de productos con un alto atractivo, nutricionalmente más equilibrados y que incluso permitan un consumo más frecuente, seguirán siendo sin duda, una de las tendencias para este año.

Los comensales están cada vez más informados sobre los alimentos que consumen, preocupándose por conocer su procedencia y el impacto que tienen en la salud humana y el medio ambiente, buscando muchas veces, además, que contribuyan a la salud física y a la conservación de los recursos naturales.

Continúa también en aumento, el desarrollo y la oferta de productos sin gluten y sin lactosa, y crece además la demanda de una repostería menos dulce y más natural.

En pastelería podemos utilizar jarabes de frutas o especias para potenciar el sabor dulce sin edulcorar o azucarar, como alternativas al azúcar refinado. Harina de arroz, yuca, soja o coco, con mayor contenido proteico y bajo índice glucémico, son algunas de las alternativas sin gluten a las harinas tradicionales.

Esto representa un gran desafío para los Hosteleros, ya que estos ingredientes son las bases de prácticamente todas las preparaciones, lo que complica la posibilidad de contar con una variedad de opciones dulces aptas para todos los públicos:

celiacos, intolerantes a la lactosa y otros alérgenos e incluso veganos; los cuales en muchas ocasiones deben conformarse solo con una fruta o yogur como postre.

Con el fin de ayudar a los Chefs y Pasteleros a cubrir esta necesidad en sus negocios, Upfield Professional ha desarrollado las **Nuevas Cremas Dulces Violife**: libres de los 14 alérgenos, sin aceite de palma y adecuadas para veganos y vegetarianos.

Esta nueva gama de ingredientes versátiles cuenta con 3 variedades: sabor cacao, sabor caramelo y sabor queso, las cuales son ideales para todo tipo de aplicaciones dulces tales como postres (tartas, mousses), decoraciones, bebidas, helados, dips y mucho más.

Utilizando estas cremas dulces, lograremos adaptar nuestra carta para así atraer nuevos clientes con intolerancias o dietas especiales, ofreciéndoles opciones variadas



y deliciosas tanto para ellos, como para sus acompañantes y diferenciarnos de la competencia de una forma rápida y sencilla, ya que no hace falta incluir nuevas preparaciones, solo adaptar las que ya tenemos.

Un ejemplo de esto, es esta increíble receta de fácil preparación, que te presentamos a continuación.

# araven

FOOD SAFETY INNOVATION

## Carrot cake con Crema de Caramelo Violife, pistachos y granada

### Ingredientes (10 raciones.)

Crema dulce de Caramelo Violife 400 g.  
Bizcocho vegano de zanahoria 300 g.  
Pistacho pelado 200 g.  
Granada 300 g.

### Preparación

- Cortamos el bizcocho vegano de zanahoria en cubos y picamos los pistachos.
- Colocamos la Crema Dulce Sabor Caramelo directamente en un manga.
- Desgranamos la granada.

### Presentación

Colocamos 4 cubos de bizcocho de zanahoria vegano y realizamos puntos intercalados con la Crema dulce de Caramelo Violife. Acabamos con la granada y el pistacho picado.



Descubre todos nuestros productos en:

**IIP** Horeca  
Professional  
Expo  
HOSPITALITY INNOVATION PLANET



Stand nº 3E533

**madridfusión**  
alimentos de España



Stand nº 14.0D130E

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

# Del Poble Pizzería

DEL POBLE PIZZERÍA

Del Poble nace en el año 2015 de la forma más impensable que podíamos haber imaginado. Y es que montamos nuestra primera pizzería en la pequeña localidad del Real de Gandía sin saber que este negocio terminaría siendo una empresa.

Detrás de esta curiosa historia estamos Rubén Santos, CEO & co-fundador de la marca y yo, Isa Fayos, CMO & co-fundadora de la misma, dos apasionados de las pizzas que lo único que dominábamos hasta el momento de ellas era el placer de comerlas.

Después de vivir en Brasil durante una larga temporada, regresamos a España y nos instalamos en una pequeña localidad cercana a nuestra ciudad natal, Gandía. Un domingo por la tarde, después de varios intentos en pedir una pizza a domicilio, comprobamos que las opciones en los pueblos cercanos a la ciudad eran escasas y prácticamente inexistentes. Acostumbrados al ritmo frenético de Río de Janeiro, fue chocante descubrir que algo tan simple como pedir comida a domicilio fuera tan limitado e inaccesible: la gran mayoría de establecimientos no hacían envíos a la localidad, y los que sí lo hacían, incrementaban los precios y el suplemento por ello era desmesurado. Ahí surgió la idea, entendimos que la gente residente en los pueblos merecía una oferta de comida rápida y de calidad que satisficiera sus necesidades sin tantas barreras.

Y así empezamos, sin nociones del oficio pero con la férrea convicción de que cada día al levantar la persiana íbamos a dejarnos la piel para aprenderlo y llegar a ser, si no los mejores, estar cerca de ellos.

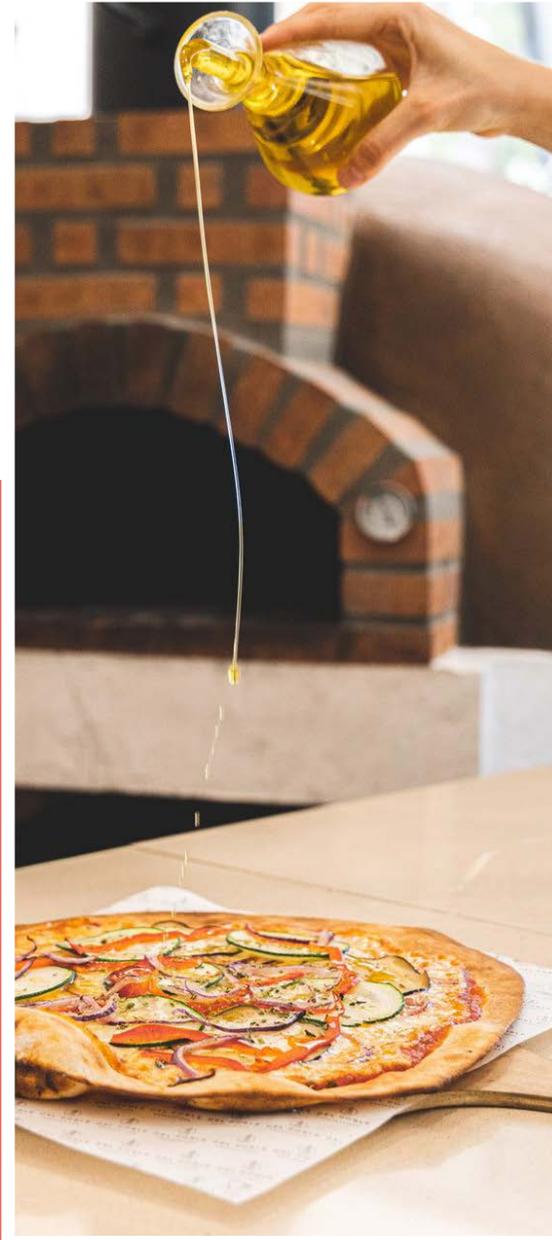
Durante los primeros meses costó muchísimo que la gente viniese: estábamos en un pueblo de 2000 habitantes en el que la mayor parte del vecindario era septuagenario no consumidor de pizza, y la poca gente joven que había estudiaba fuera, por lo que estaba ausente durante la semana. El cerco

se estrechaba tanto que ahogaba. Fue ahí, en esos momentos tan difíciles y desesperanzadores, donde pusimos todo el foco en la condición de nuestro producto y en el carácter que nos definía: valencianos y de pueblo.

¿Cómo íbamos a conseguir que la gente se molestara en coger el coche para venir a un pequeño y viejo garaje convertido en pizzería sin la posibilidad siquiera de poder comer allí?. La condición de nuestros ingredientes tenía que ser la mejor, y la oferta de pizzas única y diferente. La mejor harina, el mejor queso, la carne de nuestra carnicera de toda la vida, el aceite de oliva virgen extra en toda nuestra producción, y la verdura de primera categoría. Además, apostamos por las tiendas de confianza, las del barrio y cercanía, la seguridad que éstas nos daban no la conseguimos en ningún otro lugar.

Ese es nuestro origen, así surge Del Poble, y así es como hemos querido ir creciendo, respetando hasta donde hemos podido hacerlo nuestra propuesta de valor y la promesa a nuestros clientes, y a nosotros mismos, de defender y preferir el producto de La Terreta.

Por ello, somos "La pizza de caràcter valencià", porque nuestro clima hace que dispongamos de una de las mejores huertas, y nuestra cultura gastronómica nos posibilita elaborar pizzas tan deliciosas y propias como la Espencat, plato típico valenciano, o La Esmorzaret compuesta por morcilla, longaniza blanca, allioli y guindilla, con la que hacemos especial guiño a algo que va más allá de una simple comida convirtiéndose en culto propio de nuestra tradición.



# D

Entrevista a

# Alejandro Serrano



ENTREVISTA

**Desde pequeño has vivido rodeado de fogones. ¿Qué aprendizaje o momento recuerdas de esa época que te haya ayudado a llegar hasta aquí?**

Desde que nació el ámbito familiar ha sido rodeado de fogones, el restaurante de mis padres se llama Alejandro por mí, justo cuando nació lo abrieron, parecía que estaba predestinado a seguir su camino.

**¿Qué crees que es más importante en un negocio? ¿Un buen líder o un buen equipo?**

Hace falta un 50% 50% . Un buen Líder es importante ya que es el que pone la esencia del restaurante. Un buen equipo es el cual sabe transmitir la esencia del líder.

**El delivery fue un salvavidas durante la pandemia, pero ¿crees que ha llegado para quedarse? ¿Estamos perdiendo la experiencia en sala en favor de otro tipo de momentos y formas de consumo?**

Creo que el delivery ha llegado para quedarse como cientos de conceptos que vendrán y se quedarán. Eso es bueno. Cuantas ideas nuevas haya en nuestro sector, más rico será y todos seguramente que aprendamos de ellos, hoy en día en mi propuesta que me hizo ganar una estrella Michelin se pueden ver las ideas que tuve en la pandemia cuanto tuve que cerrar y dar de-

livery, lo dedique cada fin de semana a un país, hoy en día en mi menú tengo guiños a países que me encantan y lo traigo a mi terreno de una forma holística.

**Los chefs y propietarios estáis en constante creatividad en la cocina, pero también hay quien defiende la cocina más tradicional. ¿Cuál es tu postura? ¿Tradicción o evolución?**

Partiendo que la tradición en su momento fue evolución, siempre hay que seguir evolucionando. Habrá conceptos que se olviden del arraigo a la tradición y otros no, eso no es malo. Tenemos que ser diversos, eso es lo que hará de nuestra gastronomía algo especial. Soy partidario revolucionar lo impuesto, hacer siempre tradición es algo aburrido.

**Eres el chef más joven con una Estrella Michelin en España. ¿Motivador o intimidante?**

Es muy motivador saber que han confiado en mí y esto me da pie a pensar en el futuro. Es super motivador tener un respaldo en este caso de Michelin. Eso quiere decir que estamos haciendo las cosas bien y que tenemos toda la vida por delante para hacer lo que nos da la gana con una propuesta diferente. No damos nada de carne, cocinamos pescado y marisco en Castilla con mucha belleza.



ÑAM ÑAM nº6

Entrevista a

# Vicky Sevilla

ENTREVISTA

**De no saber freír ni un huevo a tener una Estrella Michelin y el reconocimiento del sector. ¿Cómo lo has conseguido?**

Con mucho trabajo. Desde que me metí en una cocina me empeñé en intentar ser cada vez mejor, en aprender, y en intentar no conformarme con lo que tenía. Es lo bonito de esta profesión es que puedes aprender cada día.

**¿Qué consejos darías a los chefs que están empezando?**

Que sean humildes y trabajadores. No hay otro camino. Con trabajo y constancia pueden conseguir lo que se propongan.



**El delivery fue un salvavidas durante la pandemia, pero ¿crees que ha llegado para quedarse? ¿Estamos perdiendo la experiencia en sala en favor de otro tipo de momentos y formas de consumo?**

Creo que el delivery ha venido para quedarse, pero no para sustituir al restaurante.

La gente visita un restaurante para vivir una experiencia completa, no solo para comer.

Creo que el delivery es un complemento perfecto para un restaurante.

**Los chefs y propietarios estáis en constante creatividad en la cocina, pero también hay quien defiende la cocina más tradicional. ¿Cuál es tu postura? ¿Tradición o evolución?**

Para una evolución tiene que haber tradición. Creo que cuanto más variedad de cocina haya mejor. Se puede aprender de las dos cocinas, y disfrutar de ellas sin tener que elegir una o la otra. No hay que ser radicales en nada ni cerrarse la oportunidad de ir a uno o a otro.

Hay un restaurante para cada momento.

**Eres la chef más joven con una Estrella Michelin en España. ¿Motivador o intimidante?**

Ni una cosa ni la otra. Estoy simplemente agradecida. Seguimos trabajando igual, pensando en el cliente, en que venga al restaurante y disfrute y quiera volver. Ese es el objetivo y es el que ha sido siempre.

**¿Cuál es tu plato favorito? ¿Y el que más te gusta cocinar?**

La Pizza. Podría comerla todos los días! Me encanta cocinar con pescado o con verduras.

El pescando es tan frágil y tan elegante que me motiva. Si te pasas lo has arruinado, pero si le clavas el punto puede ser el mejor plato del menú. Y la verdura. ¡ Es tan versátil ¡ Me encanta!

Entrevista a

# Rubén Amro



ENTREVISTA

## ¿Qué hizo que te quisieras convertir en chef?

Me cuenta mi madre que ya con dos años cogía mi silla y me subía a la encimera para verla cocinar. Más tarde empecé a cocinar cosas sencillas y a ver a Arguiñano incluso antes que los dibujos. Entre mis amigos de toda la vida siempre estaba presente mi pasión por la cocina. Ya en el instituto y en los campamentos de verano siempre era voluntario para cocinar, incluso me gustaba dirigir lo que se fuera a hacer porque ya empezaba a ser maniático con ciertas elaboraciones que yo pensaba que hacía perfectas.

## ¿Quién ha influido en tu filosofía y manera de cocinar?

Sin duda en un comienzo mis padres, mi entorno y los cocineros que veía en televisión, pero más tarde el Chef Joaquín Felipe, gran cocinero y maestro de maestros. Joaquín sigue un poco la estela de Luis Irizar y no se conforma solo con que cocines muy bien, sino que además te enseña valores: a ser tolerante, buen compañero y en definitiva, a ser mejor persona. Y sobre todo a equivocarte y a aprender de ello. Se podría decir que Joaquín ha sido el padre de muchos y muchas.

## ¿Método o técnica culinaria preferida?

Me gusta la cocina de sabores puros, todo potenciado por concentración o reducción. Me gusta dar protagonismo al producto que cocino. Toda técnica o método que ayude a ello está en mi cocina o sino es que aún no la he aprendido, cosa habitual, ya que nunca dejamos de aprender.

## ¿Tienes algún consejo para los chefs más jóvenes?

Solo uno: que hagan lo que quieran. Si se quieren ir a un restaurante a trabajar doce horas sin cobrar y sin librar que lo hagan, que sean libres. La sociedad te dicta e impone cosas e incluso el cómo debes pensar o amar. Pero somos nosotros mismos los que decidimos qué hacer. Haz lo que quieras sin importarte lo que piensen, joven cocinero.

## ¿Cómo motivas a tu equipo?

Principalmente desde la enseñanza. Me encanta enseñar y hacer que la gente se sienta importante dentro del equipo. Me gusta dar protagonismo a toda la cadena para que se sientan un jefe de su zona de mando, que es la única forma de alcanzar la excelencia.

## ¿Qué cambiarías en la industria de la restauración?

Creo que es una necesidad vital regular los horarios. Cada vez tenemos más problemas para que los jóvenes decidan dedicarse a ello por este tema y los que somos mayores llevamos años soñando con ver a nuestros hijos despiertos al llegar a casa. Creo que con adaptarnos al resto de Europa sería suficiente para que los jóvenes se animaran.

## ¿A que Chef actual admiras más y por qué?

Admiro a los hermanos Roca. Esa unidad, esa energía y evolución continua de los hermanos es admirable y unido a su humildad, son un regalo para la hostelería y para el mundo.

# Makro, 50 años al lado de la hostelería

**Makro cumple 50 años al servicio del hostelero, 50 años en sus fogones escuchando sus necesidades y atendiendo sus demandas.**



En 1972 Makro abre sus puertas en España, en aquel momento como autoservicio mayorista, un concepto innovador para la época y único en aquellos tiempos. 50 años después, y con el foco puesto en el sector hostelero, Makro se ha convertido en la principal empresa de distribución a hostelería, con una oferta omnicanal y una serie de soluciones para el profesional Horeca que se adelantan a sus necesidades y a las tendencias del mercado.

Ya no es aquel autoservicio mayorista en el que el cliente llegaba, compraba y pagaba. Ahora ofrece mucho más: una atención personalizada, un servicio de asesoramiento, diferentes canales de compra y una cartera de soluciones digitales. Tan grande ha sido este cambio que Makro ha modificado incluso su razón social para adaptarse a su nueva realidad, pasando de Makro Autoservicio Mayorista a Makro Distribución Mayorista.

La compañía celebra su 50 aniversario mirando hacia el futuro y con perspectivas de crecimiento. Coincide con un momento en el que el sector va saliendo de una fuerte crisis provocada por la situación de pandemia y todas las restricciones a las que se ha visto sometida. Makro ha estado al lado del hostelero en todo momento y ahora le ofrece todo lo que necesita para su recuperación:

- **Omnicanalidad:** La omnicanalidad y la digitalización han sido los pilares

estratégicos de la compañía en los últimos meses. Como socio de la hostelería, el objetivo de Makro es que su cliente tenga todas las facilidades a la hora de comprar para su negocio y elija el canal que más le convenga en cada momento.

- **Makroplus:** Un programa 100% personalizado que ofrece múltiples ventajas para los profesionales que trabajan en el sector y así facilitar su vuelta a la normalidad tras la reapertura de bares y restaurantes.
- **Digitalización de la hostelería:** La compañía ofrece soluciones propias y de terceros para guiar al hostelero en su camino de transformación digital, brindando ventajas exclusivas a sus clientes.
- **ADN Local:** Dentro de su estrategia de sostenibilidad, Makro no se olvida de los productores locales y de los productos de proximidad, que ayudan al hostelero a diferenciarse y a ofrecer lo que sus clientes demandan.
- **Marcas Propias:** En su compromiso por ofrecer los mejores productos y servicios de calidad, la compañía cuenta con sus marcas propias que engloban un surtido de más de 5.400 referencias cuidadosamente seleccionadas para cubrir las necesidades del profesional de la hostelería. Son las marcas Makro Chef, Makro Profesional, Makro Premium, Aro y Rioba.

Además de todos estos productos y servicios de los que ya disfruta el cliente Horeca, todo el sector va a poder celebrar el aniversario de Makro a través de diferentes acciones que pondrá en marcha la compañía.

**A lo largo de todo el año Makro va a festejar su 50 Aniversario con clientes, empleados, proveedores, asociaciones, instituciones y con la sociedad en general.** Para ello ha comenzado a ofrecer ofertas y promociones en todos sus canales de venta y organizará diferentes eventos institucionales a nivel nacional y a nivel regional en las diferentes zonas en las que está presente.

Va a ser un año muy especial para Makro y para la hostelería porque no se trata solo de celebrar el medio siglo de historia, sino de proyectar cómo será el siguiente medio siglo por venir.

# *Kitchen Academy:*

la nueva apuesta de Pascual para impulsar la formación y el negocio hostelero



**Pascual Profesional impulsa la capacitación de los hosteleros y refuerza su estrategia para aportar valor al sector.**



PASCUAL PROFESIONAL

Pascual Profesional, la marca exclusiva para el canal Horeca de Pascual, ha creado Kitchen Academy, un nuevo espacio de formación y gestión de negocios de hostelería en los que la cocina tiene un papel principal, y que combinará presencialidad y formatos online. La nueva escuela de negocios está compuesta por talleres, charlas y eventos formativos con el objetivo de aportar herramientas a los hosteleros que les ayuden a mejorar la gestión de sus establecimientos, aumentar la rentabilidad y alcanzar sus objetivos.

Kitchen Academy es el nuevo lanzamiento estratégico de Pascual Profesional para seguir impulsando su propuesta de valor añadido para el sector hostelero y posicionarse como un referente dentro del canal Horeca y Foodservice. Se suma así a otra de las plataformas estratégicas de la compañía, Mocay Academy, un espacio creado para formar a los mejores maestros del café, aportando así soluciones reales a cada tipo de negocio.

Este proyecto, dedicado a la capacitación y formación de los profesionales del sector hostelero, tiene el objetivo de escuchar y entender las necesidades de los hosteleros y, en consonancia, ampliar el campo de actuación de Pascual Profesional para afianzar la relación con sus clientes, acercando también la propuesta de valor de la marca, que cuenta con un portafolio de calidad más de 900 referencias, entre marcas propias y de socios comerciales.

Este novedoso proyecto de Pascual Profesional va a impulsar el desarrollo de la marca, según Fernando García-Ochoa, director de Distribución de Pascual: “el hostelero profesional toma decisiones basándose en los hechos, no en las palabras. Creemos que Kitchen Academy será crucial para construir de forma sólida nuestra relación con los clientes presentes y futuros.”

### **Cuando el hostelero más lo necesita: una auténtica escuela de negocio**

Pascual continúa afianzando su estrategia de 'Dar lo Mejor' y el papel de Pascual Profesional como marca aliada del sector. Para responder a las necesidades y urgencias de la hostelería, dado el contexto que ha provocado la crisis de la Covid-19, Kitchen Academy ha lanzado su primer curso, llamado "Cocina Rentable", enfocado a la rentabilidad del negocio, donde los asistentes podrán descubrir técnicas y recetas con las que fidelizar al consumidor y aumentar la rentabilidad; así como conocer, de primera mano, la versatilidad y el rendimiento de los productos de la compañía.

La oferta formativa de Kitchen Academy estará orientada a mejorar la relación del hostelero con su propio negocio, aportando herramientas para orientar su actividad hacia el desarrollo y la innovación y en consonancia con las tendencias y demandas del consumidor.

García-Ocha pone el acento en la necesidad de crear un espacio abierto para todo el mundo: "Kitchen Academy es un espacio inclusivo donde toda opinión, conocimiento, experiencia o forma de ver la cocina es bienvenida para sumar y evolucionar como marca. El nuevo espacio y no tendrá una sede fija, ofrecerá sus servicios en todas las ciudades de nuestro país. Se trata de una plataforma de formación online y presencial en temas gastronómicos y gestión de negocio de hostelería, un lugar donde tienen el mismo peso los fogones, la organización, la rentabilidad, la digitalización y otros aspectos vitales del día a día del hostelero profesional".

### **Sobre Pascual Profesional**

Pascual Profesional, es la nueva marca exclusiva dirigida al sector de la hostelería, enfocada a dar soluciones integrales al hostelero: productos adaptados al canal, servicios de valor añadido, soluciones a medida, reparto impecable y respetuoso con el medioambiente, formación y asesoramiento. Porque dar lo mejor es comprometerse a cumplir con toda la entrega, de principio a fin.

Además, ofrece al hostelero una plataforma relacional, más allá del e-Commerce, donde incluimos tanto productos como servicios. Queremos ser un aliado de referencia, seguir desarrollando una propuesta de valor integral (productos y servicios) y aprovechar las oportunidades del entorno digital.

Pascual lleva más de 50 años dando lo mejor para los profesionales de la hostelería, con el propósito de dar toda la entrega y una solución para cada tipo de negocio.

**<https://www.pascualprofesional.com>**

**Kitchen Academy ofrecerá talleres, charlas y eventos formativos para ayudar al hostelero a alcanzar sus objetivos de negocio, mejorando su rentabilidad.**

IIP Horeca Professional Expo

07-09 Marzo 2022  
Pabellón 3 - stand 3C316



ANIMO

Top-Quality  
in Every Cup

Disfrute del café con nuestras  
cafeteras superautomáticas y de filtro.



91 644 81 30

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

tecnimel  
maquinaria para hostelería



CHURCHILL

VAJILLA PROFESIONAL

Visite nuestro Showroom  
en Madrid para ver nuestro  
nuevo Lanzamiento de  
Primavera

Showroom:

Calle Princesa No 2  
7ta Planta  
Puertas 4 y 5  
Madrid 28008  
Tel. 910 004 929

[www.churchill1795.com](http://www.churchill1795.com)



  
EST. 1795

**Formación Continua  
en Hostelería y Turismo**

# Master D, *creando talento a medida*

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

En cualquier profesión la formación continua es un valor añadido, una puerta continuada de avance y de progreso. En el sector de la hostelería es un reclamo, la actualidad se vive al instante, día a día, frente a clientes muy diversos y cada vez más exigentes.

En este sentido, las Escuelas de Hostelería y Turismo tienen que tener flexibilidad al cambio, tener cobertura para todas las habilidades y competencias demandadas por el sector. ¿Podríamos hablar de un nuevo estilo de formación? La respuesta es rotunda: Sí. En todo ello, hay que tener en cuenta el punto de inflexión que ha marcado el COVID19.

## **Requisitos requeridos para ser un profesional TOP en Hostelería y Turismo**

- Formación
- Especialización
- Idiomas
- Actitud y compromiso
- Empatía (atención al Cliente)
- Experiencia

El personal cada vez tiene que estar más formado y esto es crucial en todos los miembros de la empresa, porque, al fin y al cabo, el objetivo es tener un Gran Equipo. Justamente, crear equipo y mantener al personal es una de las cosas que más se echa en falta en el sector. No es fácil crear "familia", fidelizar al personal. Los porqués pueden ser varios, no voy a entrar en los detalles, gran debate al uso. Pero sí destacar que los valores y cómo hay que sentir el sector e incorporarse al mercado laboral debe ser objeto de estudio desde las aulas. He aquí la importancia de la flexibilidad y la evolución natural de la formación.



La **Escuela de Hostelería y Turismo MasterD** con su metodología de formación abierta fue modelo disruptivo de formación hace años y sigue siendo una escuela distinta al resto de escuelas del sector. Destaca justamente por esa flexibilidad que ofrece a sus alumnos y que, tras el covid, se ha tenido que adaptar y reinventar nuevamente. Antes los alumnos reclamaban más talleres prácticos, hoy, eligen quedarse en el streaming a pesar de la existencia de talleres presenciales.

Para una conexión completa con el sector, la escuela de Hostelería y Turismo cuenta con entidades colaboradoras como **FACYRE –Federación de Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España-**, **AEDH Asociación Española Directores de Hotel-**, **AEP –Asociación Española de Protocolo-**, **COCEMFE –Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica-**, empresas del sector y profesionales en activo. Con todos ellos, se planifican anualmente sesiones prácticas y masterclass, para que los alumnos estén completamente integrados en el mercado laboral que les espera.

Además, los cursos que ofrece la escuela se actualizan cada año con **módulos específicos** con materias punteras y actuales a los que el alumno puede optar de forma gratuita para ampliar sus conocimientos y especializarse (sobré café, AOVE, revenue management, neuromarketing, digitalización y un largo etc). Gracias a todas las empresas y organizaciones que trabajan con la escuela, una formación abierta es hoy una formación a medida para quienes eligen evolución y aprendizaje sin límites, sin horario ni ubicación.

MasterD tiene un claro objetivo y este es **conseguir el éxito de los alumnos, entendiendo el éxito como la meta de cada persona al iniciar el curso, el fin buscado y por el cual elige formarse**. Para ello, aparte de los docentes, la escuela cuenta con orientadores y entrenadores que están de continuo con el alumno, con ellos, los resultados, cada vez, más, son casos de éxito. Actitud del alumnado, gran contenido y profesorado, forman un tándem eficiente y orientado al fin y al cabo a la excelencia del servicio, por una mejor restauración, un mejor turismo para todos.

MASTERD

## La iVario Pro.

# Un todoterreno en el Restaurante Martín Berasategui de Lasarte-Oria.

Gana en precisión, flexibilidad y rapidez. Realiza tus guisos, cremas y caldos, con la máxima calidad como los de Martín Berasategui. Sustituye tus marmitas, ollas y freidoras ganando espacio con la mejor tecnología. Descubre el equipo que te hará volver a soñar en la cocina.

Apúntate a nuestras demostraciones de producto en [rational-online.com](http://rational-online.com)



# Nuevas Fórmulas de Pago con Tarjeta

Sofía Galache Urda.

Marketing en Ágora Software TPV

ÁGORA TPV



A estas alturas todos reconocemos el impacto que la pandemia de la COVID-19 ha tenido en la digitalización del sector hostelero. Tendencias que estaban llegando con paso tímido han acelerado su penetración, propiciando un mayor grado de digitalización en ciertos negocios con modelos más tradicionales. Pero esto aún no ha terminado.

El ingenio y la necesidad de adaptación a las nuevas demandas del mercado han favorecido el uso generalizado de cartas digitales, servicios delivery & take away, sistemas de reservas, comandas digitales... Y, a su vez, la familiaridad con estos servicios ha permitido que se erijan los 4 pilares fundamentales sobre los que se sustentan las nuevas fórmulas de pago con tarjeta.

Por un lado, **tenemos el, cada vez, más generalizado pago con tarjeta**: En 2020 ya era una fórmula de pago más que afianzada. Sin embargo, la necesidad de extremar la prudencia de cara a un posible contagio multiplicó de manera considerable el número de transacciones realizadas a través de este medio. Y la tendencia continúa: en 2021 se registraron hasta un 33% más de transacciones con tarjeta respecto a 2020 según BBVA Research.

La necesidad de ofrecer servicios a domicilio, cartas digitales, etc. ha contribuido, además, a que los más rezagados opten de una vez por todas por un **software TPV** que facilite la gestión de estas nuevas fórmulas. Y así, muchos han comprendido la repercusión positiva que estos sistemas de gestión tienen tanto en la mejora del servicio como en el incremento del beneficio.

Y no sólo los negocios se han tornado más digitales. **Los propios usuarios** se han convertido en los principales motores demandando a los locales estas nuevas fórmulas y espacios de relación. Y claro, hay que estar donde está el cliente: "Location, location, location".

Como último pilar tenemos que hablar del casi extinto código QR, que resucitó de sus cenizas cual Ave Fénix de la mano de las cartas digitales.

Una vez asentados estos 4 pilares, podemos explicar cómo, para muchos modelos del negocio hostelero, el futuro pasa por la incorporación de dos nuevas fórmulas de pago: Smart Orders; pedidos en mesa desde móvil y **Scan & Pay**; accedes a tu cuenta por QR y abonas el importe directamente desde tu móvil.

## Smart Orders (Pedido en Mesa)

El cliente puede realizar su pedido desde su smartphone. El funcionamiento es muy sencillo: Accede a la carta digital a través de un código QR, en la que además de consultar la oferta, hace su pedido y paga directamente sin necesidad de esperar la llegada del camarero. La comanda se genera directamente en el software TPV y se envía a cocina o barra para su preparación.

Este sistema ha tenido gran acogida en algunos modelos de negocio como terrazas, locales de copas, cines al aire libre, festivales e incluso, en eventos deportivos.

## Scan & Pay (Pago en Mesa)

En el caso de Scan & Pay, la primera toma de contacto con el cliente es más tradicional: El camarero atiende la mesa y ordena la preparación de la comanda, hasta ahí todos estamos familiarizados con el proceso. La diferencia radica en que el cliente puede consultar su cuenta en su móvil a través de un QR que puede estar ubicado tanto en la mesa, como impreso en ticket. Una vez consultada dicha cuenta, si está conforme, el cliente puede abonar el importe directamente desde su móvil sin más esperas.

Esta solución está empezando a ser demandada en modelos que le dan gran peso al trato personal, pero que, sin embargo, también se caracterizan por una filosofía moderna y una "relación digital" con el cliente.

Ambas funcionalidades, tanto Scan & Pay como Smart Orders permiten el abono de propina.

## Caso de Éxito: Smart Orders en Gymage Madrid.

El sistema Smart Orders fue incorporado en la célebre rooftop terrace de Gymage Madrid el pasado verano. Más de medio año después hablamos con Carmine D'Anna, director ejecutivo y socio en Gymage.

## ¿Cómo ha aceptado el público esta nueva fórmula?

Ha tenido muy buena aceptación ya que a causa de la pandemia hay más temor al contacto y a la cercanía con otras personas. Con este método están más protegidos tanto los clientes como los trabajadores.

## ¿Cuál ha sido la principal dificultad para la puesta en marcha de este sistema?

La implantación de los nuevos protocolos de información al cliente

Al ser un sistema moderno, aquellos perfiles de mediana edad han tenido mayores dificultades para adaptarse a la herramienta, pero en nuestro caso nuestros clientes son mayormente jóvenes de 22-35 años.

## ¿Cómo lo habéis resuelto?

Lo resolvemos dando opciones al cliente, quien no quiera usar la herramienta le damos la opción de pagar en efectivo o atenderles en el modo tradicional sin afectar así al precio ni al servicio dado.

## ¿Cómo ha cambiado la forma de trabajo?

¡Mucho! Hemos mejorado en costes de personal y el cliente ha minimizado su tiempo de espera.

## ¿Se ve mejorado el servicio?

Si, mucho. El cliente ya no tiene que llamar al camarero/a de no ser que tenga una duda. En la mayoría de los casos el cliente es autónomo.

## ¿Se refleja en los beneficios?

Si, como he comentado anteriormente, hemos bajado el coste de personal hasta entre un 8% y 12% en temporada alta (mucho dinero).

# Marca la diferencia en tu restaurante con un vestuario con estilo

**Monza, fabricante de vestuario laboral, te da las claves para seleccionar el vestuario profesional que mejor se adapte al estilo de tu negocio**

## Equipo Monza.

El uniforme profesional se ha convertido en un punto fundamental dentro del estilo de un restaurante. En muchas ocasiones es el primer impacto que tienen los comensales sobre un establecimiento por lo que transmitir buenas sensaciones desde el principio ayuda a marcar la diferencia.

Desde el vestuario del personal de sala a las chaquetillas del equipo de cocina, todas ellas son prendas fundamentales para un establecimiento hostelero. Conforman una parte muy importante de la identidad del negocio, representan sus valores, visión y ayudan a consolidar la marca en las mentes de los clientes.

En Monza diseñamos y fabricamos prendas que reúnan los principales requisitos que los usuarios valoran a la hora de elegir el vestuario profesional para su negocio: comodidad, funcionalidad, durabilidad, diseño y tendencia.

El profesional de la hostelería se merece desempeñar su trabajo en las mejores condiciones y con la mayor comodidad posible. Al estar en constante movimiento durante toda su jornada laboral necesitan prendas que se adapten perfectamente a los movimientos de su cuerpo para desarrollar sus tareas sin limitaciones e incomodidades.

Por eso, los tejidos elásticos, de rápido secado y fácil planchado cada vez están más presentes en el vestuario de equipos de cocina o sala. Aportan el confort que necesitan los profesionales. Además, son muy fluidos y ligeros, lo que ayuda a mejorar la transpirabilidad. En el caso de los cocineros, que están expuestos a altas temperaturas en la cocina, buscan chaquetillas que mejoren su confort térmico.



En Monza incorporamos a una selección de estas prendas aberturas laterales con cremalleras invisibles para que el usuario las pueda abrir y así mejorar su confort.

Asimismo, la funcionalidad se revela clave en la uniformidad de estos profesionales. Necesitan tener diferentes compartimentos que les permite acceder de una manera rápida y sencilla a los utensilios que utilizan en su día. Por ejemplo, bolsillos para pinza en las mangas de las chaquetillas de los chefs o compartimentos en los delantales del personal de sala para bolígrafos, *pda* o el bloc de notas.

Aunque siempre realizan sus tareas con sumo cuidado para evitar mancharse con restos de comida o bebida, resultado complicado llegar a casa con el uniforme impoluto. Por eso, necesitan prendas resistentes y una alta durabilidad del color durante múltiples procesos de lavado. No hay peor imagen que un uniforme con manchas y desgastado.

Sin duda, lo que distinguirá a tu restaurante de los demás es darle al vestuario un punto trendy y de diseño. Cada vez es más frecuente encontrarse con camareros luciendo *jogger* o *leggings* como parte de su vestuario. O prendas de estilo denim, con termosellados o polipiel. Y, por supuesto, la paleta de colores cada vez es más amplia: los tonos pastel o colores "navys" empiezan a llenar de colorido los establecimientos de restauración.

Esta temporada marca la diferencia en tu restaurante con un vestuario con estilo.



# ¿Para qué sirve digitalizar tu restaurante?

## Consejos para digitalizar la hostelería.

Sixto Arias

sixto@talent-class.com



TALENT CLASS



Tripadvisor no es simplemente una web.

Tripadvisor, Facebook, Google Maps, Instagram o Twitter son la solución a una gran parte de los problemas de tu restaurante que, si corriges a tiempo, puedes hacer viable o aumentar tus ingresos.

En muchos casos, las críticas o las valoraciones negativas son producto de la envidia de un competidor anónimo o de algún enemigo de tu infancia. Pero en otros casos son la identificación de puntos de mejora que es posible que no hayas detectado. Muchos comentarios hablan sobre mejoras en la calidad, falta de innovación, trato poco correcto de alguna de las personas de tu equipo (normalmente con su nombre), dificultades para aparcar, sabores, preparación u otros problemas que pueden estar provocando que tus clientes no vuelvan más.

Otras valoraciones son muy positivas y también te van a permitir reforzar aquellas características de tu oferta que más gustan. Fidelizar a los empleados mejor valorados por tus clientes, o seguir siendo fiel a los proveedores que te venden buena materia prima.

Un ejemplo básico de tu digitalización ha sido el sustituir las cartas de los menús por códigos QR.

### Para conseguir clientes

Cómo gestionas la imagen digital de tu empresa y los comentarios que publican en tu perfil puede hacer que conviertas clientes en embajadores o que causes un gran daño a tu negocio. Todos tus clientes, o la inmensa mayoría de ellos, tienen creados perfiles en las distintas redes sociales.

Que hagan una foto de un plato que les gusta mientras están en tu casa y la suban etiquetándose es un anuncio gratuito que puede conseguir muchos impactos, y algunos nuevos clientes. Esos son los clientes embajadores, te representan, te defienden y te recomiendan. Normalmente sus seguidores o sus contactos son sus amigos, y confían en lo que cuentan en sus redes. No es un juego de cantidad de contactos, es más bien, calidad, reputación y credibilidad.

Nunca en ningún restaurante me han sugerido o incentivado que publique contenido de su decoración, su vajilla o sus platos; deberían. Aún así, lo hago de vez en cuando.

Las fotos igual que las buenas valoraciones traen nuevos clientes. No lo dudes, quizá no te lo cuentan cuando entran por la puerta, pero no subestimes el poder de tener más de cuatro estrellas y media en la ficha de tu negocio en Google Maps.

Tú también conduces, viajas y paras en restaurantes de carretera o decides abandonar la autovía y circular por una carretera secundaria en la que se encuentra un restaurante cuya valoración es extrañamente positiva, por dónde se encuentra, por su tamaño, por su desconocimiento y la curiosidad va a hacer que lo descubras. Creo que somos muchos los que nos gusta que nos sorprendan.

## Para investigar el mercado y la competencia

Que no tienes suficientes comentarios, pregúntales directamente. Tú también tienes vía libre para crear tus perfiles en las redes sociales y gestionarlos con cariño. Seguramente ya estás y estás cuidando tu imagen o quizá no, porque es agotador estar pensando que subir y que publicar.

Observa a tus seguidores como a un equipo de expertos que conocen tu negocio y el negocio de tu competencia y envíales mensajes para descubrir que puedes mejorar. Consúltales tus dudas, pídeles comentarios y te sorprenderá la cantidad de respuestas que vas a conseguir.

## Para identificar tendencias

A nadie le amarga un buen cotilleo. Muchas de las intenciones se publican en internet antes de ser una realidad y hay una herramienta experta en traducirlo en datos entendibles. Se trata de Google Trends. ¿Quieres descubrir el tipo de cocina más popular? ¿Alimentos de moda? ¿Hacia dónde va el consumo si al delivery o al restaurante? Pregúntale a Google Trends.

## Para descubrir nuevos proveedores

Ellos quieren vender, tú quieres vender, todos queremos vender. Una de las tendencias en alimentación es cada vez más reducir los intermediarios y conectar al productor con el cliente final. Tú casi eres el cliente final. Sus hortalizas, sus pescados, sus ingredientes, sus frutos secos, todo lo que necesitas puedes conseguirlo a través de internet directamente con el productor. Y con el valor añadido de poder consultar las referencias de otros consumidores. Yo me fío de las referencias hasta para cambiar de dentista y funcionan (casi siempre).

## Para ahorrar tiempo

Esas cosas del día a día que te incomodan: consultar el saldo del banco, invertir tus ahorros, la cita en el taller para la revisión del coche, firmar las notas de tus hijos, gestionar una multa en el Ayuntamiento... ¡Ay de ti como no estés digitalizado!

## Para entrar en el bolsillo de tu cliente

El móvil tiene cámara, el móvil tiene internet y el móvil está al lado del tenedor durante todo el tiempo del servicio. Además, ahora es el móvil el que paga la factura, el que graba tu voz cuando explicas una receta, el que escanea el código QR de la carta. Piensa en móvil cuando afrontes tu digitalización. Formato de las fotos, textos cortos, vídeos breves, navegación fácil e intuitiva y redes sociales eminentemente móviles como Instagram.

## Para aprender

Y por último, la más importante de todas. Porque en cuanto te digitalizas has entrado en el túnel del aprendizaje que nunca acaba, como la cocina. Infinitos conocimientos, clases magistrales, trucos para cocinar como los ángeles, consejos como para cambiar vidas, cursos con compañeros que se terminan convirtiendo en amigos a los que nunca conocerás en persona. Me contaba un hostelero que se enfadaba tanto con los comentarios negativos sobre su restaurante que terminaba escribiendo insultos para darles respuesta. Evidentemente se perjudicaba mucho a sí mismo y necesitaba cambio. Entró en Youtube y buscó clases para gestionar comentarios en redes sociales. Afortunadamente, cambió a tiempo.

Pues a eso nos dedicamos en Talent Class, al aprendizaje. Si deseas probarla gratis como un primer paso hacia tu digitalización, escanea el código QR o escríbeme y estaré encantado de facilitártelo.

Feliz digitalización

## Problema continuo con la escasez de recursos

# Cuatro estrategias para mantener el éxito de tu restaurante

La pandemia de COVID-19 ha provocado un cambio en la industria de la hostelería. Muchos restaurantes tuvieron que cerrar, al menos temporalmente, y otros no pudieron acceder a las prestaciones y ayudas estatales, lo que supuso en muchos casos, prescindir de algunos de sus empleados. Ahora que la situación parece recobrar una cierta normalidad, es difícil encontrar a personal cualificado para las cocinas.

### ¿Cómo sobrevivir en un sector con escasez de trabajadores cualificados?

Una buena noticia: la situación no es desesperada. Sin embargo, lo que se necesita son estrategias alternativas, pensamiento creativo, paciencia, tiempo y mucha energía.

#### 1. Retención y cualificación de los empleados

Tu equipo actual es aún más importante en tiempos de escasez de personal. Así que intensifica tus esfuerzos de retención y desarrollo de habilidades. Esto resulta más fácil y económico que buscar en el mercado nuevos candidatos.

#### 2. Recompensar el rendimiento

Tu equipo es tu potencial: cuida a tu gente. Cuestiona las prestaciones sociales que ofreces. Piensa en cumpleaños y aniversarios de la empresa. A corto plazo, esto parece un bloque de costes adicional, pero en realidad, la contratación y la formación son mucho más costosos.

#### 3. Ideas alternativas para las sustituciones

Si tienes que cubrir nuevas vacantes, toma caminos alternativos. Encuentra nuevos métodos además de los canales conocidos. Los portales de empleo, las instituciones sociales, incluso compañeros de profesión, suelen saber quién busca trabajo y está motivado. Quizá merezca la pena considerar un incentivo interno que recompense a los empleados si recomiendan candidatos adecuados de su red y estos puedan ser contratados. También puedes alejarte de las típicas entrevistas cara a cara e invitar a empleados potenciales a reuniones de networking junto a tu equipo para mostrar la cultura de tu empresa.



#### 4. Tecnología

Aprovechar las ventajas de la tecnología moderna tanto en el servicio como en los procesos de cocina. Tu eficiencia mejorará significativamente si tus clientes pueden hacer sus pedidos a través de una aplicación o dispositivo móvil.

Mientras tanto, tu personal de servicio puede atender y asesorar a otros clientes. Pero también hay que hacer algunos ajustes en la cocina para aumentar su eficiencia. En la actualidad existen equipos de cocina que sustituyen a un gran número de aparatos convencionales. Con la iVario, por ejemplo, RATIONAL ha conseguido sustituir ollas, sartenes, freidoras, marmitas, ollas a presión, planchas, cocedores y baños maría en un único sistema de cocción. De este modo se gana espacio en la cocina y se hace más atractivo el lugar de trabajo. Al mismo tiempo, la puesta en marcha y el servicio pueden realizarse con un solo sistema de cocción, lo que hace más sencillos los procesos de trabajo y que se pueda contrarrestar un poco la escasez de personal cualificado.

Puedes encontrar más información en [rational-online.com](http://rational-online.com) y concertar una cita de consulta sin compromiso en [info@rational-online.es](mailto:info@rational-online.es) o llamar al 93 475 17 50.

#### El conocimiento lo es todo.

Una cosa está clara: no será fácil contrarrestar la escasez de trabajadores cualificados. Sigue siendo un reto retener y encontrar empleados bien cualificados y motivados. Pero si sigues nuestros consejos ayudarán a posicionar tu restaurante para el futuro.

# El nuevo Máster en Innovación y Dirección de Empresas Gastronómicas prepara a profesionales de la hostelería para afrentar los nuevos retos del sector



Los profesionales de la gastronomía, tanto chefs como propietarios, se han tenido que adaptar a todo. Esa pasión por la hostelería hoy en día no es suficiente, hay que ir más allá de la cocina y la experiencia en sala. La Universidad Rey Juan Carlos ofrece por primera vez un máster oficial de alta cualificación que capacita íntegramente para afrontar con éxito un mundo cada vez más competitivo como es el de la innovación empresarial gastronómica.

Después del comienzo de la pandemia nos hemos ido digitalizando todos de una manera progresiva y casi obligatoria. Hay varios tipos de profesionales en estos momentos: personas que han enfocado su carrera en la hostelería y han aprendido desde cero, otros que lo han hecho por necesidad y también aquellos que han decidido seguir su camino hacia la universidad y que se han enamorado del mundo de la hostelería ¿Qué sucede en este último caso? Tenemos a un profesional del marketing, administración o de otro tipo de carrera que le falta esa experiencia que tienen los profesionales de hostelería de toda la vida.

Para salvar estos obstáculos, la Universidad Rey Juan Carlos pone en marcha el Máster en Innovación y Dirección de Empresas Gastronómicas. Una titulación oficial cuyo objetivo es compatibilizar la creatividad con un modelo de gestión eficaz y viable que garantice el éxito de los negocios de restauración gastronómica a largo plazo. La estructura del Máster se divide en tres módulos: La industria de la gastronomía, Emprendimiento e innovación de empresas gastronómicas y Dirección y gestión de empresas de hostelería, con un trabajo final de Máster.

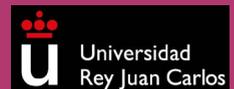
Esta nueva titulación universitaria recoge, además, la esencia de las palabras del empresario y presidente de la Real Academia de Gastronomía, Rafael Ansón: "En un momento en el que

la gastronomía se ha convertido en una actividad que, en el caso de España, representa, desde el punto de vista económico, el 30 % del Producto Interior Bruto, es la primera industria del país, constituye cerca del 15 % del turismo y es el sector que más puede ahorrar en gastos sanitarios, es fundamental que los proyectos gastronómicos que se lleven a cabo sean rentables. En otras palabras, aprender a hacer compatibles la creatividad con un modelo de gestión eficaz y viable que garantice su éxito a lo largo del tiempo".

Y es que, detrás de un servicio óptimo de sala, un emplatado o un plato estrella hay mucho más. Por ello, es esencial aprender casos de éxito de empresas gastronómicas, desing thinking, dirección de operaciones, derecho mercantil, gestión de personas, marketing gastronómico e incluso tendencias gastronómicas. Lo fundamental en la hostelería es estar al día, por ello este máster cuenta con grandes profesionales del Sector que trabajan codo con codo con chefs Michelin, hosteleros de todo tipo de negocios y grandes marcas de alimentación.

Si estás leyendo esto, amas la gastronomía, el mundo HORECA, tienes una carrera universitaria y deseas tener una visión 360° del mundo gastro porque quieres comenzar tu propio negocio o ya lo tienes y quieres acelerar tu negocio, te interesa entonces el Máster en Innovación y Dirección de Empresas Gastronómicas, que ofrece por primera vez la Universidad Rey Juan Carlos. ¿A qué esperas para comerte el mundo?

Más información:  
[master.empresasgastronomicas@urjc.es](mailto:master.empresasgastronomicas@urjc.es)



# CORCUERA

## La Magia del Queso

Cuenta la leyenda que el queso fue descubierto por un mercader que, mientras realizaba un viaje por el desierto, puso leche en un recipiente fabricado a partir del estómago de un cordero y cuando fue a consumirla, la leche estaba coagulada y fermentada. . . ¿Magia?



## Aniversario

# 75

C/ Santa Lucía 8,  
45516 La Puebla de Montalbán, Toledo  
+34 925 75 00 69  
info@quesoscorcuera.com  
[www.corcuera.com](http://www.corcuera.com)



**HARIMSA**  
HARINEROS DESDE 1896

Especialistas en harinas para su cocina



Disponibles  
en varios  
formatos

[www.harimsa.es](http://www.harimsa.es) • [info@harimsa.es](mailto:info@harimsa.es) • Tlf: 968500500

# Agrochef, un proyecto para poner en valor a la despensa de todos: El campo

**Manuel Cascón Galileo.**

Community Manager en Aplus Gastromarketing

AGROCHEF



José Ribagorda presentando el evento de Agrochef

Agrochef es un proyecto amparado y cofinanciado por la Unión Europea que nace bajo el paraguas de El Pacto Verde Europeo (The European Green Deal) y en el que uno de sus puntos contempla la estrategia del Campo a la Mesa (Farm to Fork Strategy). Con ello, se pretende mejorar el sistema alimentario de la Unión Europea haciéndolo más sostenible y respetuoso con el medioambiente.

Este proyecto impulsa una estrategia común que abarca a los pequeños productores y a los hosteleros para estimular las prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Esto es algo que desde la UE han venido buscando desde años atrás y que ahora por fin pueden implementar y apoyar gracias a un cambio de paradigma entre los consumidores, cada vez más resueltos a contaminar lo menos posible y cada vez más convencidos de cuidar la tierra que les rodea.

En esta iniciativa participan y colaboran Alianza Rural, FACYRE (Federación de Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España) y otras asociaciones representativas del mundo rural como la Real Federación Española de Caza (RFEC), la Unión de Criadores de Toro de Lidia (UCTL), La Federación Española de Asociaciones de Ganado Selecto (RFEGAS), La Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (ASAJA) y Abastores Lonja Online que, junto a Aplus Gastromarketing y la Universidad de Córdoba, han unido esfuerzos e intereses para poner en valor un modelo de negocio tan necesario como el rural.

## Agrochef ya es presente

Durante la presentación del proyecto, que tuvo lugar en el Club Financiero Génova de Madrid a finales del año pasado y que contó con José Ribagorda como maestro de ceremonias, se puso en valor la altísima calidad del producto y el territorio español. Además, se habló de la necesidad de poner este proyecto en funcionamiento en nuestro territorio después del delicado momento en el que vive el país.

Como principal objetivo, esta iniciativa trabajará en una estrategia común que abarque desde los pequeños productores a nivel nacional (ASAJA, FEAGAS, AMFAR, UCTL y ALIANZA RURAL) hasta los hosteleros de diversas asociaciones (FACYRE), para estimular las prácticas sostenibles de procesamiento de alimentos, venta al por mayor, minorista, hostelería y servicios de alimentos.

En un mundo cada vez más responsable, las filosofías de km 0 y sostenibilidad ya no son una utopía, ahora son un presente, un presente que Agrochef quiere apoyar. Y con razón: nuestra tierra no solo es amplia

y fértil, sino que en ella crecen productos de altísima calidad.

Entre el resto de los objetivos del proyecto se encuentran:

- Establecer los compromisos entre las empresas y organizaciones alimentarias a nivel nacional para tomar medidas concretas sobre salud y sostenibilidad que permitan establecer un control.
- Proponer un modelo para reformular los productos alimenticios de acuerdo con las directrices de la UE para una alimentación sana y sostenible, al igual que se está haciendo en el resto de la UE.
- Proponer estrategias de marketing y publicidad de los productos teniendo en cuenta las necesidades de los más vulnerables con el fin de comunicar de una manera transparente.
- Promover el consumo sostenible de alimentos y facilitar el cambio a dietas saludables y sostenibles en pos de una mejor calidad de vida para el ser humano.

Agrochef nace con la ilusión y la necesidad de unir a todos los que representan y trabajan con y para el campo. Aquellos que trabajan por dar fruto a un producto de calidad, sostenible y de cercanía. Porque, como indica la campaña publicitaria de Agrochef y, que podréis ver en sus redes, cuando un producto es bueno de sabor, sabe a más.

En definitiva, Agrochef es un proyecto innovador que une campo, gastronomía y productores. Un proyecto ilusionante que pone en valor a la despensa de todos; el campo.



La gente escucha atentamente durante la inauguración de Agrochef

La igualdad lucha por la diversidad, que es la base de la creatividad y el desarrollo.

**El 8 de**

LA VOZ

Gracias a su trabajo cada vez hay más mujeres chefs reconocidas tanto dentro y fuera de nuestras fronteras.

**TO**

Las mujeres debemos estar orgullosas de lo que hacemos y compartirlo

El campo, sin mujeres, se abandona.  
Y nuestra despensa, sin el campo, se vacía.

Que nada ni nadie nos borre la sonrisa.  
Feliz 8 de marzo.

Es fundamental que las empresas empiecen a promover el liderazgo femenino.

Hay muchos motivos por los que celebrar los avances que hemos conseguido. Hagamos que todos los días sean el día de la mujer.



# Marzo

ES DE

# WOMEN

Hoy se valora más el papel de la mujer en la hostelería gracias a la dedicación e influencia de grandes chefs que llevan la gastronomía a otro nivel.

Tenemos que trasladar la rica herencia gastronómica de las casas a las cocinas profesionales. Para ello necesitamos una buena conciliación y un proyecto de cocina equitativa.

La mujer necesita empoderarse y hacerse más visible

El feminismo es realmente útil cuando es transformador y transversal.

Todos tenemos la obligación de exigir igualdad entre mujeres y hombres

onomía  
znino

# Innovación y valor añadido, las claves para la reactivación del canal HORECA

**Silvia Duran.**

Head of Horeca Organizada & OTG, Comercial, Danone Iberia



Comenzamos a andar por este nuevo año con optimismo y con el convencimiento de que avanzamos hacia una notoria recuperación del sector HORECA. Lo hacemos con la vista puesta en que esta tendencia positiva sea sostenida en el tiempo para que, en 2023, podamos por fin recuperar la tan esperada normalidad. Los próximos meses van a ser claves y estamos listos para afrontarlos trabajando junto con nuestros clientes y colaboradores.

La innovación y las propuestas con alto valor añadido son fundamentales para ofrecer una experiencia diferencial. Por eso, desde la industria debemos de colaborar de forma estrecha con el sector para ser capaces de desarrollar soluciones que se adaptan a las necesidades de un consumidor cada vez más exigente. Nuestro compromiso como compañía, pasa por ampliar nuestro alcance con el mejor portafolio adaptado para cada categoría apostando, precisamente, por estos dos pilares, la innovación y aportar valor añadido.



Reflejo de esta apuesta es la integración de nuestros negocios en España, con Aguas -Font Vella y Lanjarón, Yogures y Postres -Danone y alternativas vegetales - Alpro, para dar una solución integral a nuestros clientes. Un cambio de mentalidad que impacta en nuestro portfolio, marcas, canales de distribución, centros productivos, etc. Pero lo hacemos con la convicción de que ser un único Danone nos permite proporcionar soluciones más personalizadas y adaptadas a las necesidades de la hostelería y la restauración.

Al mismo tiempo, debemos de buscar nuevos espacios de crecimiento. Espacios que muchas veces están ligados a los retos que nos plantea el contexto actual, marcado por un consumidor más consciente del impacto de su dieta en el planeta. En este sentido, el flexitarianismo y, por ende, las alternativas vegetales, es un fenómeno en plena expansión al que debemos de dar respuesta. España es líder de consumo de café por cápita y los españoles somos los europeos que más litros de bebidas vegetales consumen por persona, con un volumen total de 246 millones de litros.

En el canal HORECA hay un potencial de crecimiento enorme. Más de la mitad de los españoles ya combinan su café con bebida vegetal. Y, por eso, aspiramos a ser el mejor aliado en este momento de consumo con Alpro Barista, una gama especial para café creada por nuestro panel de Baristas profesionales. Nuestro objetivo es elevar la experiencia al máximo tanto para profesionales, como consumidores por la calidad del producto. Y hacerlo con tres opciones que responden a las tendencias actuales: soja, avena (sin gluten) y almendras. La soja ha sido siempre la bebida vegetal clásica y la más consumida en España. Sin embargo, en los últimos años, otros ingredientes le ganan terreno. La avena es actualmente el ingrediente con más crecimiento, seguido de otros como la almendra.

Para Danone es un año de mucha ilusión con la vuelta de ferias y congresos clave como HIP o Alimentaria, entre otros. Espacios de encuentro necesarios porque nos permiten un contacto más directo y posicionarnos como un referente en el sector. La hostelería y la restauración se han visto impactados en mayor medida que otras actividades por la pandemia de la COVID -19. Pero también han demostrado una gran capacidad de adaptación y reinención.

Nuestro objetivo es acompañar a todos los clientes, apoyándolos con la fortaleza de nuestras marcas como dinamizadoras de sus categorías y de nuestros equipos comercial, de marketing y operaciones. Debemos buscar sinergias y colaborar. Si algo hemos aprendido y demostrado en todo este tiempo es que la unión es la vía para avanzar.

Ahora nos toca recorrer juntos el camino hacia la HORECA del futuro. ¿Comenzamos?

DANONE

ÑAM ÑAM nº6



# Las Aceitunas

## de Mesa: el nuevo imprescindible de la gastronomía

**V**  
**A**

Como la moda, la restauración también tiene sus tendencias de temporada. En la actualidad, la vuelta a los sabores tradicionales y a los productos de toda la vida es una corriente que goza de gran aceptación. Tanto los profesionales como los ciudadanos que llenan a diario los establecimientos hosteleros disfrutan con las recetas de siempre, puestas al día para encajarlas en los paladares del siglo XXI.

El contexto actual demanda mucho más a los elementos que configuran la propuesta de un restaurante, un bar o una cafetería. Los consumidores quieren disfrutar cuando se sientan a la mesa o se acodan a la barra. Disfrutar, pero con la tranquilidad de estar haciendo un consumo consciente, saludable y sostenible.





Los ejes de desarrollo de hoy plantean la necesidad de alimentos que reúnan todas las demandas de la sociedad. Las aceitunas de mesa son un excelente ejemplo de lo que la tradición ha traído hasta nuestros días y que hoy está al alcance de nuestra mano. Si llevan miles de años alimentando a las poblaciones de todo el arco mediterráneo, por algo será. Porque no es sencillo encontrar algo tan variado, tan de aquí, tan saludable, tan ligero, tan accesible, tan fácil de conservar y tan... tan.. como el fruto del olivo.

Para los consumidores que hoy buscan algo lleno de beneficios saludables, sostenible, plant-based y delicioso, las aceitunas, en cualquiera de sus variedades, son la respuesta. Esto permite que sobre este producto se pueda trabajar a lo largo de todo el año, enriqueciendo los menús, impresos o virtuales, con un sinfín de elaboraciones que no hacen otra cosa que situarnos en la vanguardia de la actualidad.

Al tener los cuatro sabores básicos en su interior, dulce, salado, ácido y amargo, estas esferas condensan en su interior toda la esencia del olivar. Una caja de herramientas lista para ser utilizada por los chefs de toda España. Siguiendo una estela que en su día abrieron primeras figuras del panorama nacional como Ricard Camarena, Ramón Freixa, Diego Guerrero, Pepa Muñoz y Pepe Rodríguez. Bajo #ElRetoDeLaAceituna estos grandes apostaron por hacer de sus Aceitunas de Autor las embajadoras de la nueva gastronomía aceitunera.



ACEITUNAS DE ESPAÑA

Entre estas cinco elaboraciones y las 40.000 que se han podido degustar en los diferentes establecimientos adheridos a la mayor ruta puesta en marcha hasta el momento, bajo el nombre de Aceituna Fest 2021, está la unión de dos sectores, el aceitunero y el hostelero. El trabajo conjunto ha hecho posible que tengamos en las seis principales ciudades de nuestro país una **nueva forma de disfrutar** de las olivas.

La esencia de la **Dieta Mediterránea** en un formato que se puede coger con dos dedos, cuyo consumo contribuye a consolidar el futuro de un sector en el que España es un referente mundial, tanto a nivel de **calidad** como de **cantidad**. En concreto, las **principales variedades** sobre las que se ha trabajado en el Aceituna Fest son aquellas que gozan de una mayor implantación a nivel nacional, para facilitar el acceso al producto por parte de profesionales y aficionados a la cocina. Las variedades **Manzanilla, Gordal, Cacereña y Hojiblanca** han sido las grandes protagonistas del Aceituna Fest 2021. Han compartido el papel principal con **cientos de hosteleros** que han sumado su creatividad, su esfuerzo y su experiencia a la confección de los trajes con los que se han presentado en sociedad. En su primera edición, el festival de las aceitunas ha puesto el alcance de los ciudadanos de Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga, Sevilla y Valencia la posibilidad de descubrir las aceitunas de una forma renovada e innovadora.

ÑAM ÑAM nº 6

# El logotipo 100% Raza Autóctona, *un sello diferenciador*

RFEAGAS

Real Federación Española de Asociaciones de Ganado Selecto



El Logotipo 100% Raza Autóctona, impulsado por la Subdirección General de Medios de Producción Ganadera del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, es un sistema que pretende diferenciar, a través de un logotipo, los productos procedentes de animales de razas autóctonas.

Esta marca de calidad tiene como objetivo poner en valor las producciones de las razas autóctonas de nuestro país, que, de forma tradicional, se explotan en sistemas productivos de tipo extensivo, más sostenibles desde un punto de vista económico, social y medioambiental. Además, conviene destacar que las razas autóctonas cuentan con una especial protección por parte de las Administraciones Públicas, pues forman parte de nuestro patrimonio genético y nuestra biodiversidad.

El sector productor de estas razas ha puesto de manifiesto en reiteradas ocasiones, a través de las Organizaciones de Criadores de Raza Pura, la necesidad y la importancia de disponer de distintivos de calidad para sus productos, por lo que es muy adecuado establecer un régimen regulador del uso voluntario del Logotipo 100% Raza Autóctona en su etiquetado y en los lugares donde se pueda comercializar o consumir. Esta marca de calidad goza de una importancia especial para aquellas razas autóctonas en peligro de extinción que, a través de su uso, tienen la posibilidad de contar con un sello diferenciador de sus productos, ya que de otro modo les sería muy complicado disponer de figuras distintivas propias.



Desde la Real Federación Española de Asociaciones de Ganado Selecto, conscientes de la importancia de disponer de este tipo de sellos para nuestras razas, se ha trabajado activamente con las distintas Organizaciones de Criadores interesadas en el asesoramiento en la redacción de los pliegos necesarios, con el objeto de facilitar la concesión de la autorización para el uso de este sello.

Además, se han llevado a cabo distintos actos de promoción del Logotipo y de los productos de las razas autóctonas acogidas a este distintivo, como las acciones realizadas en el Real Jardín Botánico de Madrid, donde, tras una Jornada denominada "El extensivo y las razas autóctonas 100%", hubo una degustación de productos, o la inclusión de platos con productos del Logotipo 100% Raza Autóctona en las cartas de diferentes Paradores nacionales.

Del mismo modo, el Logotipo 100% Raza Autóctona también ha estado presente durante el año 2021, a pesar de las restricciones, en el Salón Gourmets, en el International Cheese Awards, FITUR o en el V Salón Nacional de la Carne de Calidad celebrado en el marco de la Feria de Trujillo.

Actualmente, 64 son las razas acogidas al Logotipo 100% Raza Autóctona 100%, siendo el sector bovino el más numeroso, aunque también encontramos razas de ovino, caprino, porcino, equino y aviar. En cuanto a los productos, aparte de los cárnicos, podemos encontrar quesos y productos lácteos, huevos o incluso productos hechos con lana.

El Logotipo 100% Raza Autóctona es una apuesta firme por los productos 100% nuestros, por uno de nuestros tesoros del que también debemos sentirnos orgullosos: nuestras razas ganaderas y sus producciones, tesoros que nos pertenecen a todos, que forman parte de nuestro patrimonio genético, de nuestra biodiversidad, y que están vinculados a los territorios en los que habitan, modelando el paisaje de forma sostenible.

Las razas ganaderas cuidan de nuestros campos, de nuestros bosques, crean empleo y fijan población en lo que tristemente hoy conocemos como España vaciada. Sin embargo, más del 80% de estas razas autóctonas se encuentra en peligro de extinción y, en la mayoría de los casos, son desconocidas, poco valoradas y casi siempre olvidadas.

RFEAGAS

Hay muchas maneras de realizar tus ideas, nuestras tecnologías y nuestros chefs te pueden ayudar.

[www.arriscateringequipment.it](http://www.arriscateringequipment.it)



Estaremos presentes en **HIP 2022** del 7 al 9 de marzo **Hall 3 stand 3D406**

studioverde.it

# LA BARRA DIGITAL: una iniciativa para impulsar la digitalización del canal HORECA

**Miriam Nadal**  
Community Manager en  
Aplus Gastromarketing

LA BARRA DIGITAL

## Año 2021



## Año 2022



## Digitalización

La digitalización del canal HORECA se ha convertido en un factor clave para la recuperación del sector tras los efectos producidos por la pandemia. Las restricciones, los cambios en los hábitos de consumo o la incertidumbre produjeron un nuevo contexto en el que el sector tuvo que adaptarse para sobrevivir. En este marco, nació La Barra Digital. Una iniciativa liderada por Madrid Futuro que presta apoyos a los hosteleros madrileños en materia de digitalización.

A lo largo de estos casi dos años, en La Barra Digital hemos contribuido a mitigar el impacto producido por la pandemia en la hostelería. Para ello, hemos llevado a cabo diferentes acciones impulsando a un sector clave para nuestra sociedad y que define nuestra forma de vivir en Madrid y en España.

## Nuestros primeros pasos

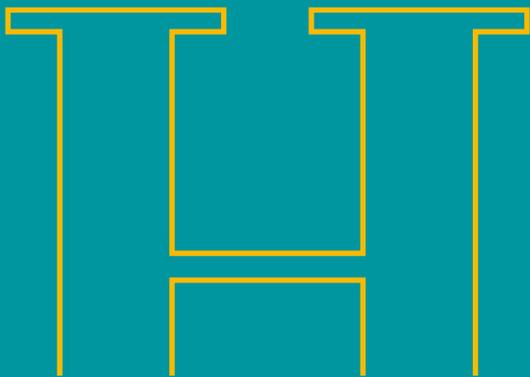
Tras nuestra fundación en enero de 2021, teníamos un máximo: "Con La Barra Digital serás capaz de adaptarte al cambio, sobrevivir a la digitalización y conseguir nuevas palancas para tu negocio. Queremos verte más fuerte y con futuro."

Con este objetivo, creamos nuestra **plataforma digital**. Un espacio en el que ponemos a tu disposición diferentes **herramientas gratuitas** para que tu negocio tenga presencia en Internet y tus clientes te encuentren.

### Impulsa tu negocio

Dentro de la página web de La Barra Digital, los hosteleros pueden visualizar **píldoras de vídeos formativos desarrollados por profesionales del sector**. Estas grabaciones gratuitas responden de forma amena y sencilla a las principales claves y soluciones para digitalizar tu bar o restaurante. En concreto, ofrecen pautas sobre tres aspectos principales:

- Para que tus clientes te encuentren en Internet
- Para recogida de pedidos y envíos a domicilio
- Para gestionar pagos, reservas y que tus clientes repitan



## Voluntarios digitales

En 2021, el equipo de La Barra Digital prestó asesoramiento personalizado a través de más de **500 voluntarios digitales**. El trabajo de estos expertos consistía en asesorar de forma gratuita al hostelero, guiándole en el proceso de digitalizar su negocio y solventando las dudas que a este le surgieran.

El equipo de voluntarios formaba parte de ISDI Foundation y su objetivo fue compartir todo aquello que sabían sobre el sector hostelero, ayudando a los profesionales a adaptarse a este nuevo contexto.

## Ventajas digitales

Además de poner a su disposición materiales especializados y asesoramiento gratuito, en La Barra Digital comenzamos a **adherir ventajas únicas para ayudar a los hosteleros a introducirse en el mundo digital**.

De esta forma, brindamos a los profesionales beneficios exclusivos como descuentos en las plataformas principales del sector -como Glovo, Deliveroo, Stuart, Too Good To Go y Cover Manager-, y la puesta en marcha de 500 páginas web gratuitas en negocios madrileños.

## Presencia en eventos del sector

En su primer año de vida, La Barra Digital estuvo presente en uno de los eventos más importantes para el sector hostelero: **HIP 2021**. Una edición sin precedentes para apoyar la recuperación de la hostelería, en la que más de 500 empresas se dieron cita para presentar sus últimas innovaciones.

Además, participamos en tres encuentros **GastroBusiness Roadshow** realizados en julio de 2021. El objetivo final de estos eventos es ofrecer soluciones para la digitalización de la hostelería. Los actos, organizados por FACYRE en colaboración con Banco Santander España y la agencia de marketing digital Aplus Gastromarketing, contaron con la presencia de reputados chefs y sirvieron de lanzadera de La Barra Digital.

## La profesionalización del proyecto

Después de un largo recorrido en 2021 en el que se sentaron las bases del proyecto y se prestó ayuda a cientos de bares y restaurantes madrileños, 2022 se presenta como el año en el que **La Barra Digital centrará esfuerzos en impulsar la digitalización del canal HORECA**.

Para ello, está siendo de gran importancia la adhesión de nuevas ventajas digitales. Soluciones que ofrecen beneficios en sus tarifas a los miembros de La Barra Digital en materia de gestión de reservas, cartas digitales, take away y delivery, entre otros.

Para Bookline, una de nuestras ventajas, formar parte de la Barra Digital es fructífero para su negocio: "nos permite conocer de primera mano a los restaurantes para ayudarles mejor con nuestros asistentes de voz, que además de automatizar las reservas que entran por teléfono, pueden ofrecerles información de valor añadido."

Además, consideran que La Barra Digital aporta información de interés para aquellos hosteleros que tienen visión de futuro y quieren prosperar, pero que no saben por dónde empezar.

En 2022, La Barra Digital pretende apoyar a más de 10.000 negocios de la ciudad y tener impacto en más de 5.000 puestos de trabajo. Para ello, poner en valor el proyecto y darle visibilidad en encuentros profesionales es una tarea fundamental.

El pasado 13 de enero, el equipo de La Barra Digital realizó una primera **Sesión de Networking** que contó con la participación de expertos en digitalización y en la que se abarcaron diferentes temáticas de interés:

- Problemática en la digitalización del canal HORECA
- Generar interés en el sector sobre la digitalización
- Cómo trabajar en comercialización cooperativa
- Planes de implantación en el proyecto.

La Barra Digital también estuvo presente en el **Gastroday el 3 de marzo**. Un evento en el que pudieron presentar el proyecto, sus avances y ventajas para los miembros de la plataforma.

A lo largo de estos casi dos años de vida, La Barra Digital se ha convertido en una iniciativa pionera en el canal HORECA, mitigando los efectos de la brecha digital y ofreciendo a los profesionales conocimientos y herramientas para favorecer su adaptación a un nuevo contexto para la hostelería madrileña.

# Tendencias para 2022

TENDENCIAS

*Ecofriendly*



El sector horeca está en constante actualización y cambio. Por esta razón es crucial estar al tanto de las tendencias, lo que entra y lo que sale, ya que será una buena forma de llegar a un público más amplio.

Si tienes pasión por la gastronomía y la cocina es fundamental estar al día de lo que sucede en el mundo horeca, de cuáles son las necesidades y deseos de los comensales y qué cosas ponen en valor los clientes. Conociendo lo que sucede en el entorno y aplicando los cambios necesarios en nuestro establecimiento podremos ampliar nuestra cartera de clientes. No olvides que en la capacidad de adaptación está el éxito.

Por esto, en este artículo, queremos hablarte de las principales tendencias para este 2022 en el sector horeca.

## Eco – friendly

No es ninguna novedad que el panorama está cambiando. La población ha ido tomando, con el paso del tiempo, cada vez más conciencia sobre el cambio climático. Los clientes están preocupados por el futuro del planeta y eso les hace adoptar posturas de cambio. Tratan de reducir su consumo, de reciclar y de desarrollar todas aquellas acciones posibles para poder reducir la huella climática.

Este cambio de paradigma se aplica también al sector horeca. La sociedad ha tomado conciencia sobre el cambio climático y no podemos quedarnos fuera de esta tendencia. Es por esto que tu establecimiento tiene que mostrarse como eco-friendly y llevar a cabo acciones que así lo demuestren. Estos son algunas de las más básicas que puedes aplicar en tu restaurante:

- Adiós al plástico. Trata de reducir su uso o de apostar por utensilios fabricados a partir de plástico reciclado.
- Las servilletas de papel se pueden sustituir por otras de papel reciclado.
- Si tienes servicio a domicilio u opción de recogida en el local trata de cambiar los envases por algunos más respetuosos con el medio ambiente. Lo ideal sería optar por los de bambú, aunque también puedes animar a tus clientes a que traigan sus propios tupper de casa.
- Intenta reducir gastos innecesarios de agua o luz en favor del planeta.

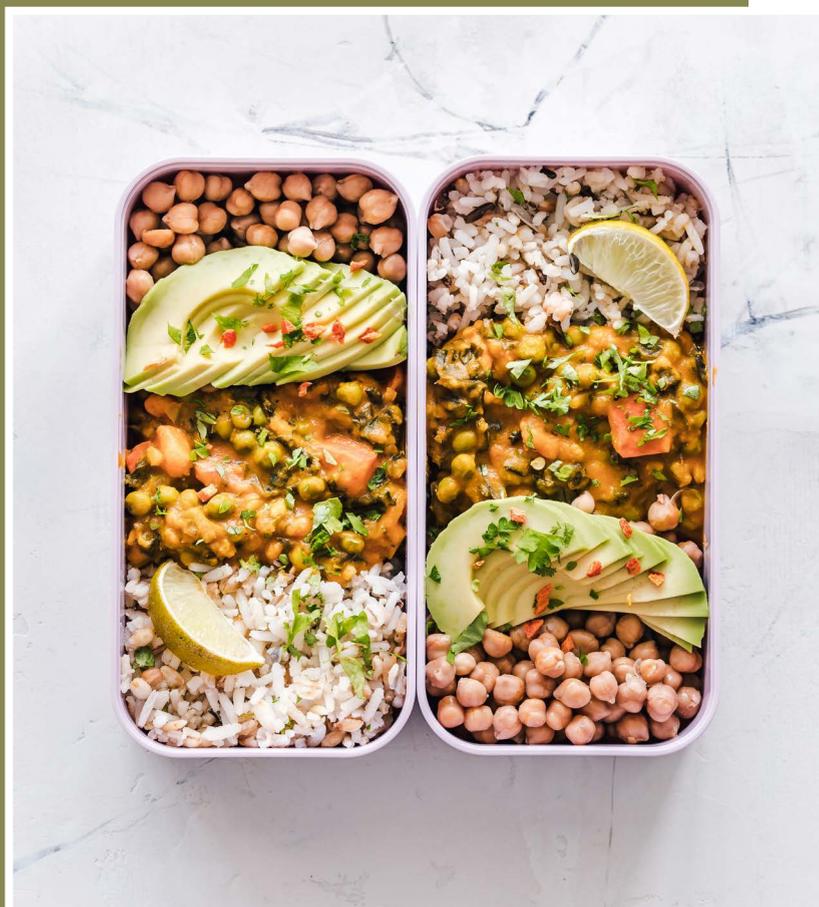
## Apostar por lo vegano

Otra tendencia, también relacionada con lo anterior, es el veganismo o vegetarianismo. Cada vez son más las personas que optan por este tipo de alimentación en favor de los animales y de la salud de la Tierra. Hace unos años se consideraba una moda y ahora se ha instaurado como un estilo de vida adoptado por muchas personas, sin duda, ha llegado para quedarse.

Teniendo esto en cuenta es fundamental que en tu establecimiento le des la importancia que merece, ya que es una de las principales tendencias de este año.

¿Qué es lo que puedes hacer?

- Ofrece a tus clientes la posibilidad de transformar un plato en vegano o vegetariano, quitando y añadiendo algunos ingredientes.
- Si tienes menú diario trata de incluir opciones veganas o vegetarianas.
- Incluye nuevas opciones en tu carta que se adapten a este estilo de vida.
- Es importante tener en cuenta esta tendencia porque te permitirá ampliar tu mercado, podrás llegar a un número de clientes más alto y esto se transformará en beneficios para tu negocio.



## La experiencia en sala, cada vez más importante

Es algo a lo que, en general, no se le ha otorgado la importancia que merece, pero la tiene. No cabe duda de que otra de las principales tendencias de este año es poner en valor lo que sucede en la sala.

Hace años parecía que lo único a lo que había que darle valor era a aquello que sucedía en los fogones, dentro de la cocina. Como si los platos, por sí solos, pudiesen fidelizar al cliente. Todo muy lejos de la realidad. Con el paso del tiempo y la evolución del sector horeca, hemos llegado a un punto en el que la experiencia gastronómica es un conjunto de factores. Los comensales buscan un todo: cocina de calidad, ambiente agradable, comodidad y buen trato.

El personal que trabaja en la sala es la cara visible de la cocina. Son ellos quienes ponen la magia sobre la mesa y es importante poner su trabajo en valor. Quizás te estés preguntando, ¿cómo puedo hacerlo? Estos son nuestros consejos principales para revolucionar la experiencia en sala:

- **Vestimenta:** es crucial que el uniforme del personal de sala refleje la personalidad del restaurante, si es elegante y sofisticado o, por el contrario, informal y canalla, tiene que verse en la forma de vestir del personal.
- **Conocimiento de los platos:** es sumamente importante que el personal de sala conozca a la perfección, y haya probado, los platos que sirve. Es la mejor, y la única manera, en la que podrán explicar y vender el producto de forma honesta y sincera, algo que valorarán extremadamente los clientes.
- **Organización:** a nadie le gusta sentarse en un restaurante y ver que a su alrededor todo es un descontrol, que el personal no sabe hacia dónde dirigirse o que hay fallos en las comandas. Para ello, debemos contar con una buena organización del equipo y del trabajo.
- **Amabilidad:** otro de los grandes puntos importantes de la sala es el buen trato que el personal ofrezca a los clientes. Aunque el plato que estén comiendo sea una delicia, quedará eclipsado, y pasará a un segundo plano, si el trato recibido no está a la altura.

## El delivery, una apuesta segura

Otra tendencia que no es nueva, pero está cada vez más al alza. El delivery se instauró hace unos cuantos años en el canal horeca de nuestro país, pero cada vez coge más fuerza. Es importante destacar que tanto el periodo de confinamiento, como las restricciones posteriores, favorecieron el desarrollo de la comida a domicilio y la recogida en el local.

Esta tendencia podría haber sido pasajera, pero llegó para quedarse y debemos tenerla en cuenta. Eso sí, ya no se trata solo de hacer llegar tu gastronomía a los hogares de los clientes, sino en conseguir trasladar esa experiencia al salón de su casa.

De ahí la importancia del packaging. Debes contar con un envoltorio de calidad, que proteja el producto y consiga que llegue intacto a casa. El objetivo es tratar de replicar la experiencia, que estando en casa, se sientan como en tu restaurante.



## La digitalización: cada vez más importante

Si hay que no se te puede escapar este 2022 es la digitalización de tu establecimiento. Esta tendencia no es nueva, lleva unos cuantos años haciéndose un hueco, pero sin duda, ahora, es crucial.

Lo más habitual hoy en día es que los clientes nos busquen por redes sociales, lean las reseñas que nos dejan y se fijen en las fotos que compartimos. Es el primer paso para tomar la decisión de visitarnos. Si no estamos ahí, para que nos vean, no existimos.

¿Qué es lo básico que tienes que hacer para empezar a digitalizar tu negocio?

- Cuenta con perfiles en redes sociales que sean de interés para tu audiencia. Lo más habitual suele ser abrir un perfil en Facebook y otro en Instagram, pero según a quién te quieras dirigir y cómo sea tu público objetivo, quizás te interesen otras opciones como Tik Tok.
- Apuesta por fotografías de calidad. De nada sirve estar en internet si no desarrollamos una comunicación que merezca la pena. Los perfiles en redes sociales o la página web son nuestra carta de presentación, es importante que los clientes vean un contenido que capte su atención y les anime a visitarnos.
- Cuida tu perfil de TripAdvisor y Google My Business. Otro punto crucial en la digitalización es contar con una ficha tanto en Google como en TripAdvisor. De esta manera los clientes podrán ubicarte, saber dónde te encuentras, ver las fotos que comparten otros comensales y leer las opiniones que te dejan. Pero, estos perfiles deben estar actualizados. Lo ideal es subir fotos nuevas cada pocas semanas y responder a todos los comentarios, tanto los positivos, como los negativos.
- ¡Comunícalo todo! Nuestro último consejo es que aproveches las redes sociales, la página web e internet en general para comunicar todo sobre tu establecimiento. Cambios en la carta, reformas en el local, días especiales, el menú diario, etc. Todo debe estar volcado ahí para que los clientes tengan un acceso rápido y sencillo.

Estas son las principales tendencias que se identifican en el sector de la hostelería para el año 2022. Es cierto que existen otros, como, por ejemplo, la apuesta por productos saludables. No se puede negar que existe un interés creciente hacia la nutrición y una tendencia a optar por productos menos calóricos y con una mejor calidad nutrición. O los platos con alma, un retorno a los orígenes, al sabor de siempre y las comidas de cazuela. Cada vez son más las personas que quieren volver a degustar esos platos de cuchara cocinados con tanto cariños y amor.

Lo fundamental es estar al día de las tendencias para poder elegir qué camino seguir, qué modificaciones hacer o cómo adaptar tu restaurante para abarcar un público más amplio.



**Chef Works**  
SPAIN

[www.chefworks.es](http://www.chefworks.es)



**10%**

**DE DESCUENTO**

 código **FACYRE**

**CHAQUETILLAS**  **DELANTALES**  **PANTALONES**  **CAMISAS**

 Travesera de Gracia 429 - Barcelona

 93 433 45 28

 [ventas@chefworks.es](mailto:ventas@chefworks.es)



**COMPANY**

THE HOME OF T PEOPLE

[WWW.TCOMPANYSHOP.COM](http://WWW.TCOMPANYSHOP.COM)

# A

# plicaciones para mejorar las fotos de tu restaurante

APLICACIONES PARA RESTAURANTES

**Ares Mir**  
Community Manager de  
Aplus Gastromarketing

Con el fin de permitir modificar y optimizar las imágenes tomadas con la cámara del teléfono, se han creado varias aplicaciones para simplificar este tipo de procedimiento. Así que, si accedes a cualquier tienda de aplicaciones (ya sea App Store o Play Store), seguramente encontrarás muchas alternativas que te ayuden con este proceso. Sin embargo, es necesario utilizar las mejores aplicaciones disponibles hoy en día para este propósito, teniendo en cuenta los resultados que producen. Os dejamos con algunas:

## Prisma Photo Editor

Es la aplicación ideal para editar fotos con efectos increíbles que permiten transformar cualquier imagen como si fuera una obra de arte. Para ello, te ofrece más de 300 estilos de su galería de filtros, para que puedas mejorar tus fotos tanto como quieras sin tener que pagar por ello.

Aunque se trata de una solución gratuita, puedes comprar dentro de la aplicación para obtener filtros adicionales, pero esto no será necesario debido a la variedad gratuita. Además, se considera una aplicación que se actualiza constantemente, ya que cada día lanza un nuevo filtro artístico.

Esto significa que, si lo descargas en tu teléfono Android o iOS, podrás descubrir nuevos filtros cada día. Además, para mejorar el resultado, puedes utilizar otras herramientas, ya sea la función de contraste, brillo, nitidez o exposición.

Entre otras características, esta aplicación cuenta con una maravillosa comunidad de personas creativas, que principalmente comparten sus creaciones y pueden inspirarte para crear nuevas ilustraciones, como un profesional. Incluso puedes seguir a otros usuarios, como si fuera una red social, y comunicarte con cualquiera.



## VSCO

Otra aplicación ideal para la edición de fotos, como para los profesionales del sector, es VSCO, que está disponible de forma gratuita tanto para Android como para iOS, y ofrece un completo conjunto de filtros que permiten obtener resultados perfectos incluso cuando se toman directamente con una cámara de cine analógica. Aunque la cámara de tu smartphone no sea la mejor.

Porque estos filtros son muy suaves y dan un gran matiz de profesionalidad. También tiene excelentes preajustes para cualquier dispositivo móvil, y se inspiran en las películas con controles avanzados para ellos.

Además, la aplicación funciona como una especie de red social en la que puedes publicar el número de fotos que quieres compartir con la comunidad.

De esta manera, VSCO también te permite mostrar el trabajo de otros usuarios que aparecen en tu perfil, así como explorar el contenido de otras personas y el contenido editorial exclusivo. Por otra parte, ten en cuenta que puedes pagar para unirse al programa y usar otras herramientas avanzadas y revolucionarias.

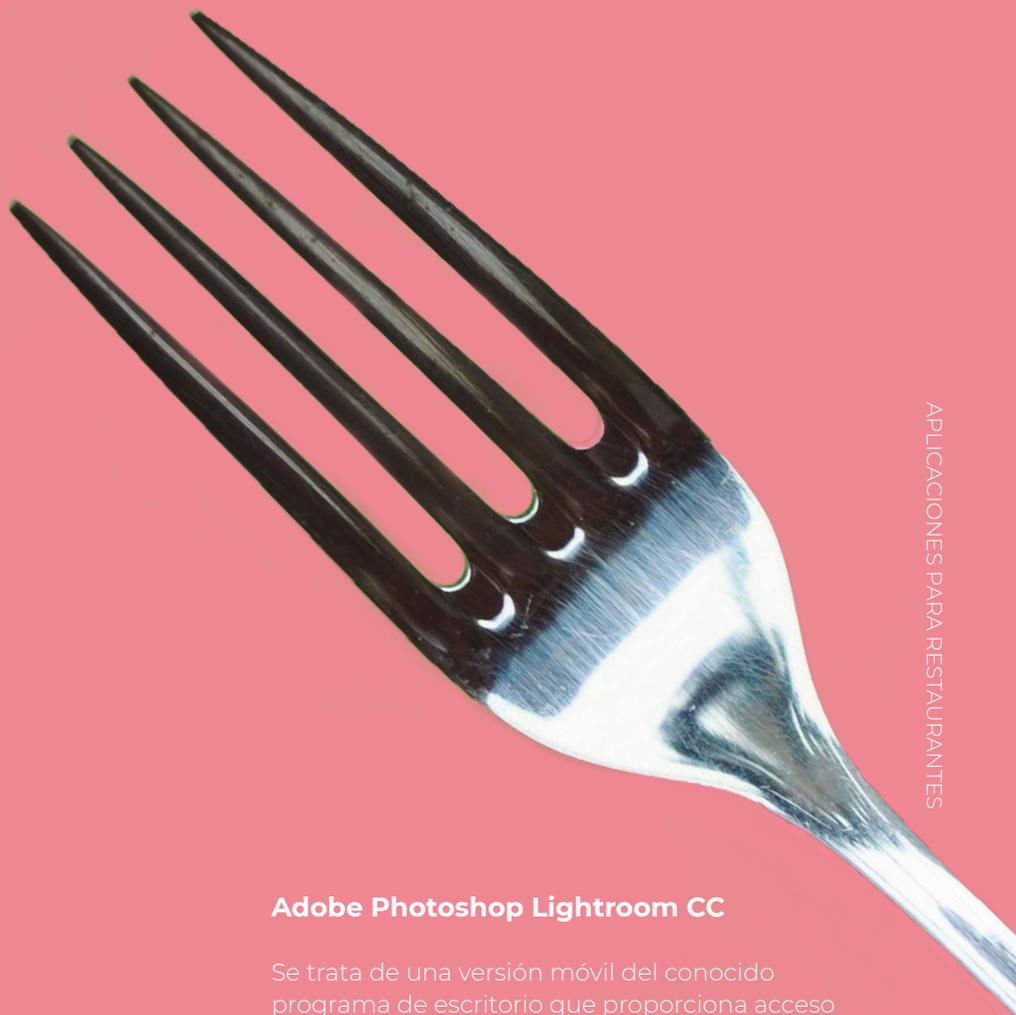
## Snapseed

Otra alternativa, también disponible en el Play Store y en el App Store, es el editor de fotos de Google, que ha ganado fuerza compitiendo directamente con los editores de fotos de escritorio. Esto se debe a la amplia gama de características que ofrece a los usuarios, así como a una interfaz muy intuitiva.

Esto te da más de 29 herramientas y filtros para dar a tus fotos un aspecto absolutamente profesional. En resumen, Snaped se destaca por su HDR, perspectiva, pincel y muchas otras que representan algunas de sus principales características.

También te permite guardar tus propias creaciones y luego aplicarlas a otros proyectos o nuevas fotos. Además, permite personalizar todos los estilos con controles muy precisos y tiene la capacidad de abrir archivos tanto JPG como RAW.

La aplicación de edición también tiene herramientas clásicas para recortar, ajustar, añadir texto, viñetas, enderezar, afilar y más. Entre otras cosas, tiene una herramienta de "ajuste selectivo" que permite seleccionar un área específica de la imagen y ajustar el contraste, el brillo y la saturación en un punto.



## Adobe Photoshop Lightroom CC

Se trata de una versión móvil del conocido programa de escritorio que proporciona acceso a varias herramientas de edición totalmente profesionales. Por lo tanto, entre sus principales características destacamos que cuenta con preajustes desde los cuales se pueden hacer cambios sorprendentes en las fotos sin tener que hacer mucho trabajo.

Con un solo toque, puedes usarlas y obtener grandes resultados. Por otro lado, la aplicación trabaja con archivos RAW, un formato de imagen que ofrece una gran calidad y por lo tanto es muy popular entre los fotógrafos profesionales de todo el mundo.

Cabe destacar, sin embargo, que existe una versión gratuita y otra de pago tanto para Android como para iPhone. Pero entre las características gratuitas, destacamos el hecho de que cuenta con un mezclador de colores que permite ajustar y retocar los colores de las fotos para hacerlas resaltar.

Tiene una función de curva que permite hacer ediciones avanzadas para cambiar el tono, el color, la exposición y el contraste de la imagen. Incluso tiene una opción de Perfiles para que puedas aplicar cambios de impacto visual a todas tus ediciones. También cuenta con modos de cámara de última generación, modos de cámara profesionales, vistas de calidad y textura, reduc-

# A

ción de niebla e incluso tutoriales interactivos.

## Adobe Photoshop Express

Esta aplicación está considerada como una de las más ideales para la edición profesional y gratuita de fotos desde dispositivos Android e iOS. También es un gran mecanismo para crear collages. Por lo tanto, Adobe Photoshop Express combina varias características que vale la pena utilizar para lograr grandes resultados.

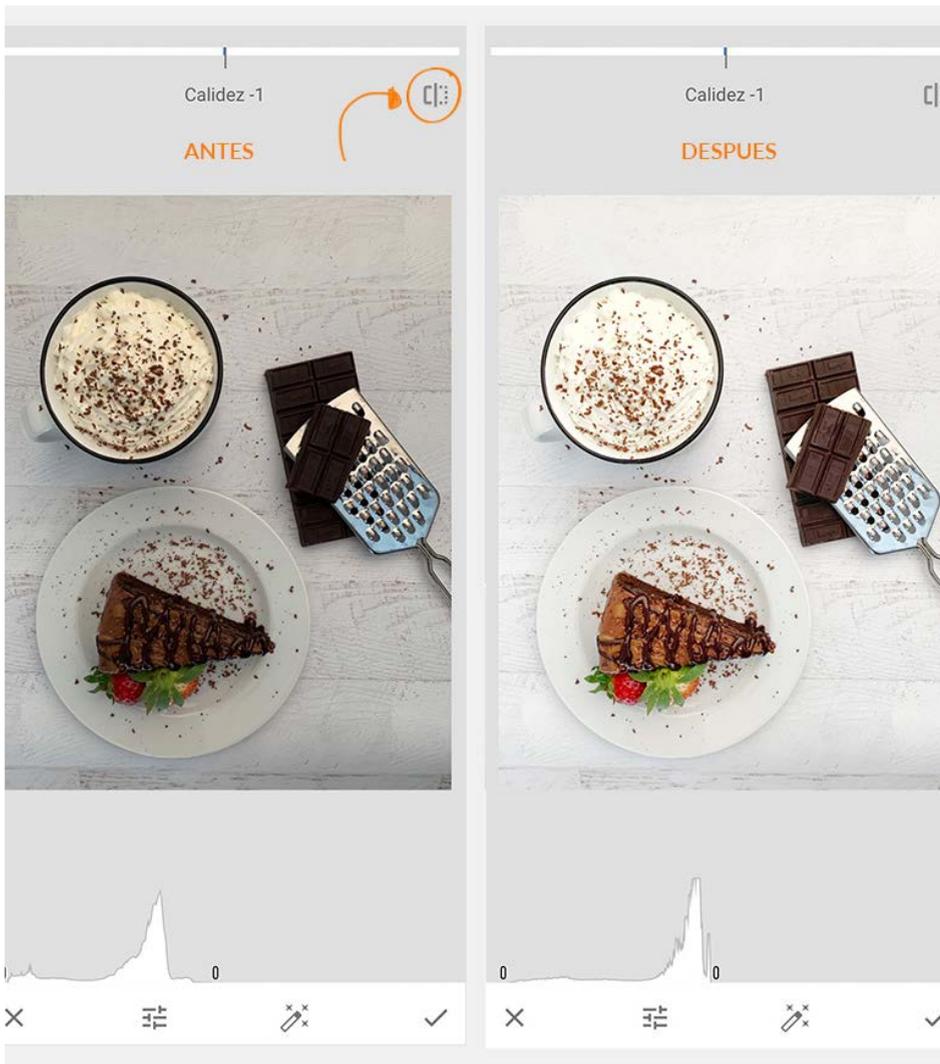
Entre ellas se encuentran las funciones más básicas como recortar, rotar, espejar, enderezar, corregir los ojos, etc. En resumen, permite cambiar las contraindicaciones.

Esto, el balance de blancos y la exposición sensorial. Además, puede eliminar estos defectos como la suciedad, las manchas, el polvo, etc. Y no se notará en absoluto.

También tiene muchos filtros y estilos que se incluyen en más de 80 opciones muy interesantes, tiene características para añadir marcas de agua gráficas a tus fotos, te permite crear y guardar tus propias creaciones, lo que lo hace ideal para la personalización.

Incluso te permite aumentar el brillo de tus fotos en un momento, con su perfecto control de la claridad, el enfoque, la iluminación, etc. Esta aplicación también tiene más de 15 bordes y marcos para dar a tus fotos un toque más personal, y admite la importación de RAW y una fácil edición. También

admite calidad JPEG, por lo que también puede cambiar el tamaño de la imagen de salida, y admite compartir tus ediciones en Facebook, Instagram y Twitter.



## Foodie

Normalmente, en algún momento, los usuarios de una red social toman fotos de su comida favorita y la muestran en estas plataformas. Pero no siempre lucen lo mejor, por lo que se desarrolló la aplicación Foodie, que puede añadir el toque perfecto a cualquier comida con sus mecanismos divertidos y rápidos.

Con esto en mente, la aplicación tiene alrededor de 30 filtros de excelente calidad profesional.

En general, esta aplicación tiene una función inteligente que te dice el lugar exacto donde debes fotografiar tu comida con el mejor ángulo, es decir, donde se ve más profesional.

Tiene la capacidad de tomarte una foto con tu comida en buenos restaurantes y obtener mejores resultados. Con Gourmand también puedes grabar vídeos y aplicarles filtros en vivo. Puedes grabar inmediatamente tus mejores aventuras gastronómicas y editar las escenas para que parezcan obras maestras.

### Adobe Photoshop Fix

Esta aplicación facilita la eliminación de aspectos no deseados de tus fotos. En otras palabras, no es un editor al que puedas añadir filtros o efectos a tus imágenes. En ese sentido, tiene excelentes y absolutamente potentes funciones de retoque y restauración que puedes utilizar con la comodidad de tu teléfono (es compatible tanto con Android como con iOS).

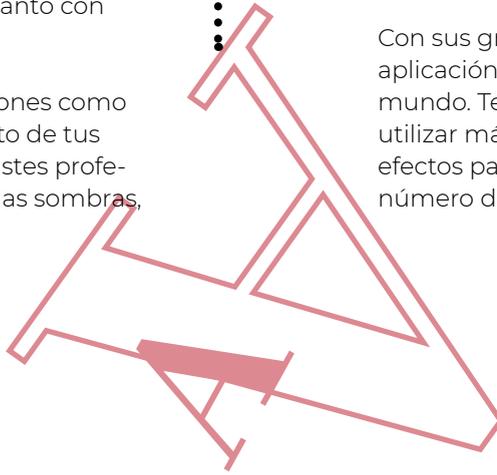
Es decir, destacamos que tiene funciones como cambiar el aspecto, la textura y el tacto de tus imágenes para que puedas hacer ajustes profesionales. También te permite ajustar las sombras,

los colores y las áreas de luz de tus fotos. También tiene una excelente función para desenfocar cada aspecto de tus fotos, dándoles más atención de la habitual y permitiéndote exportar los resultados a tu escritorio de Photoshop para refinarlos.

### Pixlr

El uso de esta aplicación es gratuito y está disponible para los sistemas Android e iOS. También te permite editar fácilmente las fotos para mostrar un contenido más organizado y profesional y compartirlas en poco tiempo en tus redes sociales favoritas.

Con sus grandes características y capacidades, la aplicación tiene millones de usuarios en todo el mundo. Teniendo esto en cuenta, Pixlr permite utilizar más de dos millones de combinaciones de efectos para todos los gustos, así como un gran número de filtros y superposiciones.



**Editorial MIC**  
**983 456 518**  
[www.editorialmic.com](http://www.editorialmic.com)



# La digitalización de la comida rápida

**Miriam Nadal.**  
Community Manager en Aplus  
Gastromarketing

DIGITALIZACIÓN



La relación restaurante-cliente ha cambiado mucho en los últimos años. El "boca a boca" se han transformado en reseñas; de escribir la comanda en una libreta a hacerlo a través de dispositivos electrónicos o incluso quioscos digitales y de que el camarero nos recomiende el plato de la casa a que una herramienta identifique nuestras preferencias de forma inmediata. Una **metamorfosis que tiene un común denominador: la digitalización del sector.**

Algunos de los restaurantes y cadenas con mayor reconocimiento a nivel mundial han **implementado distintas tecnologías para optimizar sus operaciones y ofrecer a los clientes una mejor experiencia.**

## MCDONALD'S: la experiencia del futuro

Hace más de un año el gigante de la comida rápida nos sorprendía sacando del restaurante sus carteles publicitarios y disponiéndolos en las diferentes calles de Madrid. Con solo la palabra "McDonald's", los clientes podían solicitar la comida en dichos "Mupis" de una manera rápida y sencilla y recibirla en su domicilio o en un punto concreto.

Con el mismo objetivo, facilitar el proceso de compra del consumidor, la empresa está **invirtiendo en tecnologías como parte de la estrategia de marca de "la experiencia del futuro".**

### Quioscos de autoservicio

Tener tu **pedido realizado y pagado en solo unos clics**, sin la necesidad de hacer colas o de esperar a que te atiendan. Esa es la principal ventaja de estas herramientas digitales para los consumidores ¿Para las empresas? **Los beneficios incrementan y no solo a nivel económico.**

Los quioscos de autoservicio ofrecen **una atención al cliente más rápida**, reduciendo el número de personas en la fila. Además, proporcionan información muy útil en tiempo real sobre las preferencias de estos, ayudando a identificar las áreas de mejora.

Por último, hacer el pedido de manera fácil y conveniente, fomenta el up-selling entre los clientes, lo que supone un **aumento considerable de las ventas.**

### Pantallas de menú digital

McDonalds's también ha implementado la tecnología de **aprendizaje automático de Dynamic Yield a través de pantallas de menú digital** en diferentes locales de Estados Unidos.

Esta tecnología permite modificar las ofertas de la empresa en función de diferentes agentes, como la hora, el tiempo meteorológico, las tendencias entre los consumidores, etc. Como respuesta a todos los datos recopilados, la herramienta se volverá cada vez más inteligente e intuitiva.



## TACO BELL: Primer restaurante 100% digital

La cadena de comida Tex-Mex ha hecho historia ¿Su hito? La **apertura del primer restaurante digital en Times Square (Nueva York)**, el cual cuenta con quioscos automatizados para recibir los pedidos de comida.

La configuración de este local permite un “take away” de pedidos fácil a través de una pared de cubículos de recogida. Antes de ello, los clientes tienen que realizar la compra a través de la aplicación “Taco Bell” o uno de los 10 quioscos de autoservicio que hay en el local.

Con tan solo ingresar el número de pedido en las pantallas táctiles, podrás recoger tu taco con éxito.

## WETHERSPOONS: de la aplicación a la mesa

¿Alguna vez has imaginado hacer tu pedido sin levantarte de la mesa del restaurante? La cadena de pubs británica lo ha hecho posible. A través de su propia aplicación móvil, los **clientes pueden pedir hacer su pedido de forma directa, sin intermediarios.**

Esta aplicación no solo ha supuesto grandes beneficios para los clientes sino también para la compañía. De hecho, gracias al autoservicio ahorran en costes laborales ya que precisaban de menor personal y pueden aprender sobre sus consumidores con los datos recopilados por la app.

La **digitalización en el sector HORECA** ya es una realidad más que tangible. Quioscos de autoservicio, pantallas digitales, restaurantes 100% tecnológicos y otras herramientas o plataformas están transformando la restauración. Una metamorfosis en la que las cadenas de “fast food” van en cabeza, pero esta vez, lo de ser rápidas, no tiene la misma connotación.

## Campeonato de España de Cocina y Repostería y selección de candidato

# Bocuse d'Or España 2022

**Pablo Tortajada**

Community Manager en Aplus Gastromarketing

Los días 19 y 20 de noviembre de 2021 tuvo lugar en la **Feria Internacional del Turismo de Interior (INTUR)** el **Campeonato de España de Cocina y Repostería**, el cual se celebró por primera vez junto a la selección del candidato de la **Academia Bocuse d'Or España 2022**, presidida por el doce estrellas Michelin **Martín Berasategui**. La ciudad de **Valladolid** acogió durante un fin de semana a los once cocineros y seis reposteros aspirantes del **Campeonato de España de Cocina y Repostería**, un certamen en el que participaron **grandes talentos de la cocina**.

**Esfuerzo, talento e ilusión** se unieron en unas intensas jornadas en las que durante cinco horas y media todos los candidatos se esforzaron para conseguir la victoria, cocinando platos elaborados con la materia prima patrocinada por Balfegó (quienes aportaron Parpatana) y Tabladillo (cochinillo de Segovia de la Marca de Garantía).





A lo largo de las dos jornadas pudimos contar con **un jurado excepcional**, formado por personalidades como la chef **Pepe Muñoz** (presidenta de FACYRE y cocinera y propietaria del Qüenco de Pepe), **Pedro Larumbe** y **Diego Olmedilla** (Director General de FACYRE y CEO de Aplus Gastronmarketing) y en el que también se encontraban miembros y presidentes de las distintas ACYRE's (Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España). El **jurado de degustación** y **jurado técnico** se encargaron de seleccionar al candidato que representará a España en el certamen europeo, de cuya final saldrán diez clasificados para la final mundial que tendrá lugar en Lyon.

La actual edición del Campeonato de España de Cocina y Repostería fue un certamen organizado por **FACYRE** y **Maestros de Cocina** junto la **Academia Bocuse d'Or España**, cuyo objetivo es el de promover la diversidad de la herencia culinaria española, actuando además como lanzadera para el descubrimiento y promoción de los mejores talentos jóvenes de nuestro país. **La Junta de Castilla y León también participó en el Campeonato, siendo patrocinador oficial del mismo.**

En palabras del **director general de la Academia Bocuse d'Or España, David Basilio Gómez**: «Es un momento muy especial. Volver a reunir tras la pandemia a todos los cocineros españoles de alta cocina de competición es reconfortante y da muestras de que el sector de la cocina española es muy fuerte. Tenemos grandes valores jóvenes que harán que el certamen y el campeonato sea verdaderamente apasionante».

Además, desde la **Academia Bocuse d'Or España** afirman que «es el evento de competición más importante del sector. Se trata de un certamen imprescindible para fomentar la creatividad y la innovación culinaria y el escaparate perfecto para que los cocineros españoles demuestren el enorme crecimiento que han tenido en los últimos años».

Sin duda, un evento nacional que pone en valor el buen estado de salud que tiene nuestra cocina a nivel nacional e internacional.

# OB

## Ganadores

En esta edición del Campeonato de España de Cocina y Repostería los aspirantes que se alzaron con la victoria y el reconocimiento del jurado fueron los siguientes:

### -Trofeo Ganador Campeonato de España de Repostería 2021:

Begoña Gardel / ACYRE Madrid

### -Trofeo 2º Clasificado Campeonato de España de Repostería 2021:

Toño Rodríguez / Cocineros de Aragón

### - Trofeo 3º Clasificado Campeonato de España de Repostería 2021:

Alessandro Rusconi / ACYRE Canarias

### -Trofeo Ganador Mejor Ayudante Campeonato de España de Cocina 2021:

Paula Gutiérrez / Castilla y León

### -Trofeo Mejor Plato de Carne:

Víctor Gutiérrez / Castilla y León

### -Trofeo Mejor Plato de Pescado:

Beatriz Capiruchipi / Cocineros de Cantabria

### -Trofeo Ganador Campeonato de España de Cocina 2021:

Rubén Amro / ACYRE Madrid

### -Trofeo 2º Clasificado Campeonato de España de Cocina 2021:

Carlos Julián / Bocuse d'Or

### - Trofeo 3º Clasificado Campeonato de España de Cocina 2021:

Víctor Gutiérrez / Castilla y León

### -Trofeo seleccionado Candidato Bocuse d'Or España 2021:

Rubén Amros / ACYRE Madrid.

# Homie

## By Sergio Sanz, La Propuesta

**Homie By Sergio Sanz, la propuesta de alta cocina asiática para disfrutar desde casa, fue creada por el chef Sergio Sanz a mediados del mes de mayo, en plena pandemia y durante el confinamiento. Su base: un menú de sabores asiáticos basados en productos frescos y de km0, cuyo equilibrio y buen hacer hizo que el delivery despegara como un cohete a pesar de encontrarse el sector de la hostelería tremendamente castigado por la pandemia.**

Sergio Sanz (La Roda, Albacete, 1993) siempre lo ha tenido muy claro y cuando dos socios le plantearon la posibilidad de hacer en pleno confinamiento un menú a la semana de comida japonesa para enviar a domicilio se puso manos a la obra. Así pues, durante esos primeros pasos teníamos a Sergio preparando los platos ocultos en la cocina de sus amigos, mientras los pedidos que iban saliendo tenían que pasar controles policiales a través de unas calles desérticas, ¡con sushi caliente en la mochila!

Desde entonces Homie sigue siendo un proyecto construido con la ayuda de amigos, pero el cambio ha sido espectacular, de preparar 50 menús a la semana a tener toda una pasarela digital en donde poder pedir a domicilio y una web que también permite una entrada de comandas. Además, han

sumado la posibilidad de ir a cenar in situ a Homie gracias a la implantación de Clandestino by Homie, un formato que permite reservar un menú cerrado y asistir al restaurante a vivir la experiencia explicada por los chefs en un ambiente que te hará sentir como en casa. Porque a fin de cuentas eso es Homie, y Sergio lo tenía claro desde un principio, un local donde poder sentirse como en casa.

Parte importante del éxito de Homie radica en la alta calidad de productos que se usan, salmón noruego, atún rojo, arroz de grano corto español, trufas de calidad... también internamente se preparan salsas que aportan aún más valor y sabor al plato final. Todos esos ingredientes sumados al equilibrio y la destreza en la preparación hacen que cada bocado en Homie sea mejor que el anterior.



## Una propuesta de alta cocina asiática

La carta de Homie By Sergio Sanz hace propios varios platos tradicionales asiáticos, entrantes como mantou especiado o edamame al estilo Homie. Para los amantes del pescado crudo hay mucha variedad de nigiris y makis, entre los que podemos degustar el salmón aburi con lima y crujiente de kale, nigiri de pez mantequilla trufada y tanuki o el nigiri de atún rojo con olivada son algunos de los deliciosos platos de los que podemos degustar. En cuanto a bebidas, Homie By Sergio Sanz cuenta con una cerveza artesana propia que es todo un éxito entre los pedidos, pero es que además las posibilidades del maridaje son también amplias, sake, vino, champagne.

Homie plantea una propuesta basada en la alta calidad y el amor por las cosas bien hechas. Puedes comprobarlo tu mismo pidiendo en su web o buscandoles por Glovo, o mejor aún si estás atento y eres rápido puede que tengas la suerte de poder disfrutar en directo gracias al Clandestino.

HOMIE

## Filosofía Homie

Una vez que nos conseguimos adentrar en las cocinas, podemos observar que nada es común entre esta "familia". Lo primero que se nota es el "buen rollo" en el ambiente y la música (parte fundamental de Sergio Sanz y por lo tanto de Homie) siempre está puesta. A un volumen prudencial pero siempre sonando. El cariño y la energía con la que se preparan los platos que van saliendo coincide también por el mimo al cliente a la hora de preparar el packaging. Todo bien cuidado, con materiales sostenibles y además perfectamente empaquetado para que llegue a casa las condiciones ideales para su degustación.

Y como os comentábamos también existe la posibilidad (con mucha suerte) de poder asistir directamente al restaurante a través de Clandestino by Homie la modalidad presencial que permite disfrutar de la experiencia de la revolución del asiático explicada al detalle por los chefs. El concepto es sencillo, menú cerrado, precio cerrado, máximo 8 personas.

¡No tan sencillo es poder hacerse con uno de esos sitios, por eso cada vez que desde las redes de Homie hablan del Clandestino, you better wake up and run!



ÑAM ÑAM nº6

# Gala de entrega de Estrellas Michelin 2022: *todos los ganadores*

**Pablo Tortajada**

Community Manager en Aplus Gastromarketing

ESTRELLAS MICHELIN 2022

El pasado 14 de diciembre tuvo lugar una de las noches más importantes de nuestra gastronomía al celebrarse la **Gala de la Guía Michelin España y Portugal 2022**. El acto, esperado por todos y seguido en directo por miles, tuvo lugar de forma presencial en el Palau de les Arts Reina Sofía de Valencia. La Gala fue una fiesta gastronómica en la que 27 restaurantes obtuvieron su primera estrella, 4 su segunda y, para sorpresa de todos, ningún nuevo restaurante obtuvo su tercera estrella.

#### Restaurantes con una estrella Michelin

- Atalaya (Alcossebre, Castellón)
- Atempo (Barcelona)
- Lera (Castroverde de Campos, Zamora)
- Peix & Brases (Dénia, Alicante)
- Garena (Dima, Vizcaya)
- Poemas by Hermanos Padrón (Las Palmas de Gran Canaria)
- Nublo (Haro, La Rioja)
- La Gaia (Ibiza)
- Deessa (Madrid)
- Quimbaya (Madrid)
- Zaranda (Palma de Mallorca)
- Nintai (Marbella)
- Alejandro Serrano (Miranda de Ebro, Burgos)
- Ayalga (Ribadesella, Asturias)
- Arrels (Sagunto, Valencia)
- Ment by Óscar Calleja (Salamanca)
- Casona del Judío (Santander)
- El Serbal (Santander)
- Auga e Sal (Santiago de Compostela)
- Cañabota (Sevilla)
- Nub (Tenerife/Adeje)
- El Rincón de Juan Carlos (Adeje, Tenerife)
- Coto de Quevedo (Torre de Juan Abad, Ciudad Real)
- Fierro (Valencia)
- Kaido Sushi Bar (Valencia)
- Lienzo (Valencia)
- Versátil (Zarza de Granadilla, Cáceres)



**Restaurantes con dos estrellas Michelin**

- Amelia by Paulo Airaudó (San Sebastián)
- Smoked Room (Madrid)
- Voro (Canyamel, Mallorca)
- Iván Cerdeño (Toledo)

Además, han sido otorgadas ocho nuevas estrellas verdes, un premio con el que se busca reconocer y dar visibilidad a aquellos restaurantes que comparten una filosofía sostenible, respetan los ritmos de la naturaleza y se esfuerzan por innovar llevando a cabo iniciativas que preserven el medio ambiente mediante la gestión de recursos y la eliminación de residuos.



**Los restaurantes ganadores de las nuevas estrellas verdes son:**

- Coque (Madrid)
- Lera (Castroverde de Campos, Zamora)
- Maca de Castro (Puerto de Alcúdia, Mallorca)
- Cenador de Amós (Villaverde de Pontones)
- Finca Alfoliz (Aljaraque, Huelva)
- I Celler de Can Roca (Girona)

La celebración de la fiesta de la gastronomía finalizó con un nuevo mapa de la Península Ibérica que dibuja 33 nuevas estrellas -27 para España, cinco para Portugal y una para Andorra-, y en la que la comunidad anfitriona (Comunidad Valenciana) se alzó con seis preciadas estrellas.

ESTRELLAS MICHELIN 2022

# La Casa del Dragón

VUELA A EUROPA



Finalista al Premio  
**European Museum of the Year Award (EMYA) 2022**



MUSEO  
**CASA BOTINES**  
• G A U D Í •

Plaza de San Marcelo 5 - 24002 León (Spain) • ☎ (+34) 987 353 247

casabotines.es



Una iniciativa de **FUNDOS**









# Alimentemos el mañana con los gestos de hoy

**Alejandro Salazar García.**  
Cocinero



De todos es sabido lo rápido de las cosas de esta sociedad.

Lo efímero de hoy en día hace que vivamos corriendo y avanzando diariamente hacia nuevos horizontes. Pues la gastronomía y la alimentación no iban a ser menos. Y en concreto la alimentación infantil, ha sufrido variaciones enormes desde hace bien poco hasta nuestros días.

Si bien es cierto que en muchos hogares, por ejemplo, el bocadillo de chorizo sigue siendo el rey de las meriendas, en otras muchas se han sustituido por otros tipos de alimentos que poco tienen que aportar a nuestra juventud, nutricionalmente hablando. Y ya no digamos si hacemos una encuesta de cuántos comen fruta para dicha comida del día.

No les mentiré, de pequeño odiaba las lentejas, el pollo asado y no podía soportar el olor, ni mucho menos el sabor, de la coliflor que alguna que otra vez tocaba, a lo largo de la semana, bien fuese en el comedor del colegio o en casa.

A priori, quizás el pollo asado se salvaría de la quema. Las otras dos caerían al descenso, disculpándome de antemano, por supuesto, de este poco recurrente pero quizás necesario, símil futbolístico.

**Y esto, ¿por qué ocurre? Pues verán, sencillo y complejo a la vez.**

Sencillo porque no se anima a los niños a comer verduras o legumbres tanto como se debiera, y no sólo comerlas "porque sí", si no explicando al pequeño todas las propiedades que contienen este tipo de alimentos y como influyen en nuestro organismo. Porque está demostrado que, la imposición, como en general en la vida, no suele resultar positiva.

Y aquí es donde viene la complicación, ¿cómo hacemos para que a nuestros pequeños y jóvenes les atraigan? Cada día veo más oportuna la misión de crear talleres y clases especializadas, así como proyectos de concienciación sobre la alimentación infantil y juvenil.

Todo esto, por supuesto acompañado, de hábitos prácticos sobre los alimentos. Enseñar a los niños poniendo algún que otro ejemplo, enseñarles las semillas de donde crecen las judías verdes; hacerles ver las propiedades de un tomate o ponerles delante una hamburguesa hecha de una pieza de carne directamente cortada y picada por nuestro carnicero de confianza o del supermercado de al lado de casa, antes que tomar una prefabricada con muchas calorías y poco nutrientes, ya que al final en lo sencillo y lo básico, a veces, también está lo perfecto.

Amasar pan con ellos, hacer pasta fresca, pelar patatas, etc... En definitiva, hacerles partícipes de lo que conlleva la alimentación, la cual no sólo consiste en sentarse a una mesa y que me pongan un plato delante, si no ser uno mismo capaz de elaborar aquello que comemos.

Y no hablo de que los niños de ahora, aprendan a cocinar y así poder sobrevivir en el futuro sabiendo hacer más que un huevo frito, que por cierto, es complicado hacerlo bien y rico, si no por una cuestión de cultura, de educación y de costumbre. Ya tendrán tiempo de aprender.

La alimentación infantil, en su definición, se trata de eso, de alimentar no sólo corporalmente, si no de asimilar una ciencia, más allá del estómago. Saber de dónde vienen las cosas o cómo actúan en nuestro organismo, entre otras facultades.

Seamos conscientes de lo importante de seguir bien el camino de la alimentación de los niños; paso a paso y sabiendo que se trata de su salud y su vida.



# La Asociación

ARAGÓN

**Raúl Pobo.**

Tesorero Asociación de Cocineros de Aragón

Lo primer que me gustaría hacer es agradecer a la revista Ñam Ñam la oportunidad de contar con un espacio en el cual poder compartir experiencias, inquietudes, descubrir nuevas joyas gastronómicas y, por supuesto, recetas.

Mi nombre es Raúl Pobo y formo parte de la junta directiva de la Asociación de Cocineros de Aragón (ACA) desde hace tres años aproximadamente. Antes de esta experiencia nunca había formado parte de la directiva de ninguna otra organización y, por lo tanto, creo que mi punto de vista para explicar su funcionamiento a todo aquel que, como me pasaba a mí hace tres años, desconoce cómo funciona.

Una asociación es una entidad en la cual una serie de individuos se reúnen con un fin común. Obviamente el nuestro, como cocineros, es dar a conocer la gastronomía, los productos y a los profesionales de nuestra tierra. Así sobre el papel parece una tarea sencilla pero la realidad es que hay mucha miga (y no precisamente a la pastora).

Empecemos por lo principal, que es la masa social. La fuerza de una asociación son sus socios; obviamente cuantos más socios más unión y cuanta más unión más poder para conseguir nuestros objetivos. Desde la ACA desarrollamos actividades en todas las escuelas de hostelería de Aragón, presentando a la asociación y explicando a los futuros profesionales lo importante que es ser parte de una organización que les represente y les acoja.

Otro de los principales retos es la financiación. Nuestra asociación se nutre principalmente de tres vías de financiación:

La primera son las cuotas de los socios. Estas cuotas varían en cada asociación tanto en tiempo como en cuantía, pero aún así rara vez se pueden cubrir con estas aportaciones todas las actividades que se realizan anualmente.

La segunda, también en importancia económica, es la firma de acuerdos con patrocinadores privados. Esta se realiza a partir de la firma de acuerdos entre las asociaciones y distintas empresas relacionadas con la industria de la restauración. A cambio las asociaciones se comprometen a hacer visible a estas empresas tanto en los actos que organiza como ante sus socios.

La tercera y última son las diferentes subvenciones que se reciben por parte de las administraciones. Es lógico pensar que la administración competente subvencione a las asociaciones de cocineros cuya principal labor, como antes hemos citado, es poner en valor los productos, los profesionales y por lo tanto nuestra comunidad.

Una vez explicado a grosso modo quienes somos y la manera de financiarnos querría poner en valor, sin autocomplacencia, la labor abnegada que todos los miembros de las juntas directivas ejercen. Una labor a veces ingrata que resta tiempo, la más preciosa de las posesiones, sobre todo en una profesión como la nuestra.

¡Que aproveche!

Técnica I: Aromatizar

# Perfumando cada bocado con AOV



En crudo o cocinado, el aceite de oliva virgen extra es un excelente aliado en los fogones. Sus infinitas propiedades organolépticas, sus diversos matices y su resistencia a las altas temperaturas lo han convertido en la base de diferentes técnicas culinarias.

Así te lo vamos a demostrar a través de este espacio en el que el chef Firo Vázquez desvelará cómo sacar el máximo partido a este zumo de aceitunas, integrándolo en diferentes procesos gastronómicos.

**Aromatizar:**  
Dar o comunicar aroma a un aceite mediante la adición de hierbas aromáticas, semillas, especias o condimentos

## Técnica I: Aromatizar

El aceite de oliva virgen extra (aove) es una "esponja natural" capaz de absorber y retener aromas y sabores de su proximidad. Sin embargo, esta cualidad podría ser un "arma de doble filo" pues, aunque podemos obtener resultados espectaculares con diferentes aoves, también es posible que dichos aceites se impregnen involuntariamente de aromas no deseados como consecuencia de una incorrecta manipulación o elaboración de los aceites. De esta manera surgen los llamados "defectos organolépticos", atributos negativos que podremos evitar conservando los zumos de aceituna protegidos de la luz y del calor.

Bien es cierto que los vírgenes extra poseen aromas propios -característicos de las variedades de aceituna de las que se obtienen y de las comarcas donde se cultivan los olivos- que los diferencian entre sí y que representan una **paleta inmensa de delicados perfumes y notas olfativas**, ideales para su uso y armonía en cada elaboración.

Sin embargo, siempre habrá ocasiones en las que queramos acentuar un determinado sabor u olor a través de un aceite. Para ello, solo tendremos que aromatizarlo.

## ¿Cómo aromatizamos un aceite?

Podemos realizar esta técnica en frío o en caliente (a 60 °C), recordando que el calor desprende las moléculas aromáticas del aceite y, por tanto, provoca la pérdida parcial de sus características.

Solo nuestra imaginación y el buen gusto pondrán freno a las infinitas creaciones en las que el ajo, el laurel, el tomillo, el romero, la albahaca o el perejil lograrán aceites aromatizados al más puro estilo tradicional; mientras que las trufas, pimientas, chiles, jamón, setas, frutas, canela, vainilla, etc. conseguirán composiciones más vanguardistas.

Foto de Matías Pérez Llera

## Aceites aromáticos

A continuación, te dejamos tres recetas con las que elaborarás unos aceites aromatizados exquisitos.

### Cítricos

Ponemos la piel de una naranja y de un limón junto a 250 ml de aceite y calentamos el conjunto hasta los 60 °C. Lo dejamos enfriar y lo conservamos cerrado y en un lugar oscuro a temperatura ambiente durante 3 semanas.

### Albahaca

Con un brazo batidor trituramos 25 gramos de albahaca fresca, previamente limpiada con un paño, junto a 200 ml de aceite y una pizca de sal. Conservamos la composición durante dos semanas protegiéndola de la luz. En el momento de servir, agitamos y filtramos al gusto.

### Aceite Mediterráneo

En un tarro de cristal introducimos una ramita de romero, otra de tomillo, un diente de ajo majado, una guindilla, una hoja de laurel y unos granos de pimienta negra. Después agregamos 500 ml de virgen extra y cubrimos todos los ingredientes. Lo dejamos reposar durante 2 semanas en un lugar oscuro y a temperatura fresca, pero sin nevera.

Colamos y retiramos todos los ingredientes, y depositamos el aceite en una botella opaca y provista de un tapón.

## ¡El mundo del virgen extra en tu bolsillo!

Descubrir el potencial gastronómico que posee el aceite de oliva virgen extra es posible gracias a GastrOleum.

Y es que, GastrOleum es una nueva manera de conocer y entender el aove, una app gratuita -en español e inglés- mediante la que aprenderás a sacarle partido en la cocina a esta materia prima.



¡Descárgate la app y empieza a disfrutar del emblema de la Dieta Mediterránea!

Más información: [www.gastroleum.com](http://www.gastroleum.com)



# Xandra Luque, chef de Clínica Universidad Navarra ganadora del concurso La mejor ensaladilla rusa de Madrid



MADRID ENSALADILLA

Este hospital madrileño sirve la ensaladilla a sus pacientes con la patata pochada como si fuera para tortilla y ahora harán este plato para enviar a domicilio

ACYRE Madrid es una asociación con más de 95 años de historia formada por cocineros y reposteros de Madrid para divulgar la historia gastronómica de la capital.

Para más información o entrevistas:  
Rosa Martín / rosa@yokomu.com / 636 974 798  
Miguel Ángel García / miguel@yokomu.com / 662 161 819

**Xandra Luque, de Clínica Universidad de Navarra, ha sido la ganadora del concurso de La mejor ensaladilla rusa de Madrid.** El certamen, organizado por la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid (ACYRE Madrid), se celebró en el mes de noviembre en el Centro de Innovación Gastronómica de la Comunidad de Madrid.

La ensaladilla de Clínica Navarra está elaborada con patata pochada a fuego muy lento como si fuera patata para tortilla, escabechando el bonito en vinagre de manzana y con huevos camperos madrileños. El broche de oro al plato lo ponía la esferificación de aceituna verde manzanilla.

“Los pacientes me mandan notas con el personal de planta agradeciéndonos nuestro trabajo y alentándonos de que mejoran a través de la comida. Leer los platos que como en el hospital me están curando es nuestro mejor premio. Hoy ha sido maravilloso recibir este reconocimiento”, aseguró la ganadora.

El **segundo puesto** ha recaído en los hermanos Hernández, Roberto y Sergio, de los **Restaurantes Latasia y Taramara, el Catering Seis Texturas, con Mauro Pérez** como participante, **ha obtenido la tercera plaza** del certamen madrileño.

Cada **14 de noviembre** esta elaboración celebra su día más internacional: el **Día Mundial de la Ensaladilla Rusa**. Se conmemora en esta fecha en honor a su creador, ya que fue el día del fallecimiento del cocinero de origen francés Lucien Olivier en 1883. En el restaurante Hermitage de Moscú en 1864 el cocinero vio como un cliente del restaurante mezclaba una serie de ingredientes, que le pareció una aberración. Como venganza, al día siguiente, decidió combinarlos todos y a base de hortalizas, carnes de caza, marisco y una salsa secreta de la que nunca se supieron los ingredientes nació la famosa Ensalada Olivier o popularmente conocida como **Ensaladilla Rusa**.

Aunque los historiadores han descubierto que la receta ya se preparaba con anterioridad. La mezcla aparecía ya en el recetario ‘The modern cook’ del chef Charles Elmé Francatelli (1805-1876) con el nombre de Rusian Salad. Y se editó cuando el bueno de Olivier aún no tenía dientes para saborearla.



En la actualidad poco queda de la receta original y del caviar que se incluía, **pero, eso sí, las patatas y la mahonesa siguen siendo las estrellas.** Este plato mundialmente conocido se sirve como una de las tapas más famosas a la hora del aperitivo en nuestro país, como plato principal en la cocina de EEUU y como plato principal en Rusia en la víspera de año nuevo.

*“Cada concurso que celebramos en ACYRE Madrid es una ocasión nueva para descubrir el talento que hay entre los cocineros y cocineras madrileños. Somos unos afortunados al poder valorarlo y hacer de altavoces para que se conozca cada vez en más lugares. Hoy tenemos entre los ganadores un hospital, un restaurante y un catering. La cocina de calidad en nuestra ciudad llega a todas partes. A ello hay que unir que esta elaboración es el aperitivo favorito de muchas personas y le sumamos el valor de elaborar la receta con productos de cercanía madrileños. Por eso mismo esmerarse en su elaboración y en que sea una versión original a lo que ya existe es una buena forma de potenciar más aún la hostelería y animar a los ciudadanos a acudir a probar esta receta a nuestros bares y restaurantes o pedirla a través de delivery para que llegue a casa”,* ha asegurado Miriam Hernández, presidenta de ACYRE Madrid.

Al certamen se han presentado con sus recetas más de 25 participantes, de los cuales solo 13 han llegado a la final del concurso cumpliendo las bases de in-

cluir entre los **ingredientes obligatorios** mínimo dos **productos con la M de Producto Certificado**, la marca que garantiza el origen y la calidad de los Alimentos de Madrid.

Entre los participantes podemos encontrar a cocineros y cocineras como: César Muñoz, de Atelier de Goceco; Beltrán Alonso, de Casa Morés; Diego Pulido, de El 5 de Tirso; Asier Hita, de La Hoja-La Fueya; Sergio López, de La López; Juanma Muñoz, de La Malaje; Montxi Martín, de Lumbre; Juan Carlos Mena, de MIJ Hotels La Rita; Alfonso Zulueta, de Minu Zulu y Lilliana Zairi Viloria, de Poncelet, además de los ya mencionados y que han copado las primeras posiciones.

El jurado ha estado formado por diversas personalidades del ámbito gastronómico: el cocinero Julio Miralles; la presidenta de FACYRE y propietaria de El Quenco de Pepa, Pepa Muñoz; Nino Redruello, cocinero y propietario de Grupo La Ancha; la periodista de gastronomía Cristina Rodríguez; el cocinero Juan Pozuelo; el periodista de Telemadrid Miguel Valle; Agustín Herrera, cocinero y ganador del Certamen Nacional de Gastronomía 2017, y Tamar Covadonga, jefa de área de promoción agroalimentaria de la Dirección General de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Comunidad de Madrid.

**Cocineros de Cantabria**

# Menú navideño Coca-Cola



LABOR SOLIDARIA

Con motivo de Navidad Coca Cola patrocinó con la colaboración del Ayuntamiento de Santander un menú navideño para 260 para personas necesitadas y familias que lo habían solicitado a través de los servicios sociales del ayuntamiento de Santander.

La Asociación de Cocineros de Cantabria fue la encargada de organizar y cocinar el menú, el cual preparó en la escuela de la asociación de Hostelería de Cantabria, Las Carolinas, teniendo la colaboración del presidente de Sumilleres de Cantabria Alfonso Fraile, profesor de la citada escuela. Toda la organización iba supervisada por la dirección del centro Princesa Leticia y el ayuntamiento de Santander.

En la elaboración del menú se utilizaron productos para que fuese una autentica comida-cena navideña, utilizando para ello una presentación individualizada de cada plato para los 260 comensales. De esta forma cada uno de ellos podía tener de manera independiente su comida, con la seguridad alimentaria y la garantía de calidad, siempre bajo la supervisión de los cocineros participantes.

El menú se elaboró el día 23 de diciembre por la mañana y fue servido al mediodía, en el domicilio de los solicitantes.

Aquí os dejamos el menú servido:

- Pudín de cabracho, con mahonesa de vino tinto y hoja de roble
- Pudín de merluza y pimientos con mahonesa de calabaza y lechuga
- Coctel de mariscos con salsa rosa sobre variedad de lechugas "vivas"
- Lomo de Bacalao Montañesa con menestra de setas
- Tarta de hojaldre, almendra y mantequilla
- Jaimitos navideños



ÑAM ÑAM nº5

# La Perrunilla extremeña trabaja para conseguir una Indicación Geográfica Protegida

APAREX

La perrunilla es una de las joyas de la repostería extremeña. Son numerosos los lugares de la región en los que se produce este manjar dulce fabricado a partir de ingredientes naturales. Entre ellos (el más característico) es la manteca de cerdo ibérico, producto autóctono de Extremadura procedente de su dehesa.

Su gestación, siglos atrás, se sitúa en la trashumancia cuando los pastores preparaban comidas para los perros con harina sin cerner (harina no cribada), agua y manteca de cerdo. Inicialmente su nombre fue perruna, y de ahí derivó hacia su nombre actual.

Sin embargo la perrunilla ha sido tradicionalmente una elaboración conventual. Gran cantidad de conventos venden actualmente el producto fabricado artesanalmente. En su libro *Perrunillas*, la autora Celia Lucas desvela que mientras este dulce va tomando forma en los fogones, las religiosas entonan liturgias que, según sus creencias, lo bendicen y mejoran.

En un momento como el actual en el que se hacen tan importantes las elaboraciones sostenibles y ecológicas podemos asegurar que tanto en conventos como en obradores este producto sigue manteniendo este proceso productivo natural que tanto le caracteriza. Es por esta razón por el que la Asociación de Pasteleros y Panaderos Artesanales de Extremadura (APAREX) ha decidido ponerse manos a la obra para impulsarlo como Indicación geográfica protegida.

La I.G.P. establece un parámetro de fabricación del producto, consolida una serie de ingredientes y se apoya en su origen, vinculado necesariamente a un territorio a través de una característica concreta. En Extremadura existen otros productos como la ternera, el cordero y el cabrito que han conseguido la certificación y, en el caso de la perrunilla sería el primer producto dulce que entra a formar parte del catálogo de I.G.P.s y D.O.P.s de la región.

## Nuevas formas de innovar con la perrunilla

Sin embargo, a pesar de que la perrunilla se encuentra en el recetario tradicional de la cocina extremeña, son varias las empresas o autores que, a través de la divulgación o de la producción en sus obradores, le han otorgado nuevos sabores y apariencias que permiten a este humilde producto alcanzar los fogones de la alta cocina.

Ejemplo de ello supone el libro *Perrunillas de la divulgadora gastronómica Celia Lucas*. Esta autora nobel de origen pacense ha conseguido en su publicación una transformación asombrosa de la Perrunilla fundamentada en la incorporación de nuevos productos en su proceso de producción. Así pues, en las 156 páginas de su recetario Celia nos habla acerca de las distintas variedades de perrunillas clásicas que existen pero también hace un guiño a la combinación entre la perrunilla y otros ingredientes como los frutos secos, el chocolate incluso otros productos Denominación de Origen Protegida de Extremadura como el Queso Ibores. Un proceso creativo e innovador inédito reconocido en los Gourmand Cooking Book Awards, los Óscars de los libros gastronómicos a los que el libro se encuentra nominado en la categoría de monográfico.

Otro ejemplo significativo lo descubrimos en el obrador que Valentín Muñoz tiene en la localidad de Jaraiz de la Vera, población reconocida internacionalmente por su Pimentón, producto emblema de toda la comarca y que podemos encontrar en los fogones de todas las cocinas nacionales e internacionales.

Valentín ha decidido incorporar el Pimentón de la Vera a su receta tradicional de la Perrunilla hecho que le ha conferido al producto un característico y especial sabor y a la vez un suave color rojizo.

La perrunilla en Extremadura lucha por ponerse en valor y transformarse respetando siempre los procesos de producción artesanal y la base tradicional de sus ingredientes pero apostando por nuevas fórmulas que permitirán trasladar este producto a los platos de postre de los grandes restaurantes.



# ACYRE Canarias

## Belén de Chocolate Solidario en Adeje



Pablo Pastor, presidente de ACYRE, propone al Rotary Club Tenerife Sur la realización de un Belén de Chocolate solidario. Desde el club rotario del sur de Tenerife, liderado por su presidente Raquel Arroyo, se decide aplicar las cantidades recaudadas al proyecto "Un niño, una comida, un libro".

Esta campaña solidaria enmarcada en torno al Belén de chocolate surge dada la necesidad de contribuir económicamente con la cuota no subvencionada del comedor escolar de los colegios de la comarca Sur de Tenerife, no todos los menores tienen cuota cero, así como de ayudar a la adquisición del material escolar para aquellas familias que no pueden hacer frente a este gasto.

La iniciativa "Un niño, una comida, un libro" ha recaudado 10.787,61 euros solidarios gracias al gran **Belén de Chocolate** realizado en el centro de Desarrollo Turístico de Costa Adeje

Con este evento y otros organizados por Rotary Club Tenerife Sur se ayudara a 130 niños de 28 colegios contactados de la comarca sur de Tenerife.

En el Belén solidario de chocolate se utilizaron 240 kg de chocolate. Bajo la tutela de Pablo Pastor, estuvieron 12 personas trabajando durante 7 semanas. Todo es de chocolate, las casas, las figuras, los árboles y hasta el agua y el césped.

Desde la organización se quiso tener un recuerdo a la isla de La Palma y se represento a la misma junto con uno de los enanos.

### ¿Quiénes son los responsables del proyecto?

La Asociación de Cocineros y Reposteros de Canarias (ACYRE)  
Rotary Club Tenerife Sur  
Ayuntamiento de Adeje.

### ¿Qué empresas han colaborado?

ALCAMPO La Laguna (con 240 kilos de chocolate donados para hacer el belén)  
ADFICON – Administración de fincas  
ADIDAS Store Tenerife  
Amigos de Gillian Banks  
Carpintería Martin  
Colegio Internacional COSTA ADEJE  
FARRA producciones  
HOVIMA Hotels  
Kinetics Health Care  
Paul Ruane properties  
Grupo SIERRA y GONZALEZ  
TELCONAV Telecomunicaciones y sistemas

*Muchas gracias a todos.*

# Paradores

*Asamblea 2022*

## Asociación de Cocineros de Paradores

La asociación de cocineros de paradores después de la XXX asamblea celebrada en 2019, rindió homenaje con un encuentro de exalumnos en el albergue escuela de la Bañeza. Dentro de los actos celebrados en el teatro real, se presentó un libro de la historia de dicha escuela editado por la Fundación Conrado Blanco, y titulado "El Albergue-Escuela de la Bañeza, Historia y añoranzas", también se expuso en la Sala Azul una exposición con recetarios y fotos de todas las promociones, vajilla y montaje de platos, cuya duración fue de una semana.



Acto seguido y antes del almuerzo celebrado, se descubrió una placa conmemorativa en la fachada del hoy en día Hotel Bedunia. Con este artículo queríamos agradecer tanto al ayuntamiento de la Bañeza, la Fundación Conrado Blanco y al periodista Javier Pérez,

quien dirigió los actos del teatro, así como a otros asistentes y al pueblo de la Bañeza pues también acompañaron y llenaron el aforo del teatro.

Se han paralizado las asambleas debido a la pandemia COVID-19, durante más de dos años, pero en 2022 se retomará la XXXI Asamblea celebrando dicho acontecimiento en el Parador de Oropesa, donde se homenajeará a todos los socios que nos han dejado, incluido Luis Irizar por el vínculo que le une a las cocinas de Paradores como a esta nuestra asociación que se gestó en el restaurante que dirigía en Madrid, de esto hace unos 35 años.



# Andeka González, de Florida Retiro **Mejor cocinero de la Comunidad de Madrid**



**El primer puesto del apartado de repostería ha sido para Marta López, de Mindanao**

**A la Gran Final del XXVIII Certamen Gastronómico de la Comunidad de Madrid organizado por ACYRE Madrid llegaron seis parejas para la parte de cocina y tres para repostería**

**ACYRE Madrid** es una asociación con más de 90 años de historia formada por cocineros y reposteros de Madrid para divulgar la historia gastronómica de la capital.

**Para más información o entrevistas:**  
Rosa Martín / rosa@yokomu.com / 636 974 798  
Miguel Ángel García / miguel@yokomu.com / 662 161 819

Andeka González, de Florida Retiro, con su ayudante Tony Zapata, obtuvieron el primer puesto del Certamen gastronómico de la Comunidad de Madrid, siendo elegido el mejor cocinero de la región. El primer puesto de la parte dulce del certamen gastronómico madrileño ha caído en manos de Marta López, de Mindanao, con su ayudante Julio López.

La Gran final de la XXVIII Edición del Certamen Gastronómico de la Comunidad de Madrid, organizado por la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid (ACYRE Madrid) tuvo lugar en la Escuela de Hostelería y Turismo Simone Ortega de Móstoles.

Un total de seis parejas llegaron a la final del apartado de cocina: Box Art Hotel, con Daniel Blázquez y Guillermo Martín; El Tarantín de Lucía llega con Lucía Mora y María Eugenia Loewenthal; Andeka González y Tony Zapata, representantes del Florida Park; Carmen Arévalo y Juan Manuel Muñoz, de Restaurante La Malaje; José Sacristán y Domingo A. Dugarte, de MIJ Hotels, y la última pareja formada por Carlos Sierra y Lillian Zairi Vilora, de Restaurante Poncelet.

Las parejas se han disputado el título de mejor cocinero de la Comunidad de Madrid, recibiendo Andeka González, ganador de esta edición, un premio económico de 1.000 euros, además de representar a la Comunidad de Madrid en el Campeonato de España. Sus recetas de Bacalao a la madrileña y Vitello templado de angus, requesón y avellanas le han valido la máxima puntuación de jurado de cata y de jurado técnico.

Además, los tres finalistas han recibido un cheque regalo de productos cárnicos de Alcampo y El Encinar de Humienta valorado en: 3.000€ para el ganador, 2.000€ para el subcampeón y 1.000€ para el tercer finalista.



La Gran Final se ha celebrado después de una jornada online y una de delivery, las seis parejas finalistas han elaborado dos recetas donde han sido obligatorios el lomo de Angus de Alcampo y El Encinar de Humienta, requesón madrileño de Albe Lácteas del Jarama, un producto a su elección con M de Madrid Calidad Producto Certificado y utilizar vino de la DO Vinos de Madrid en la elaboración. Para el segundo plato en el que el pescado es el protagonista han utilizado un bacalao fresco de Serpeska; además era obligatorio incluir en la receta un ingrediente con M de Madrid Calidad Producto Certificado y utilizar vino de la DO Vinos de Madrid.

“No deja de sorprendernos cómo crece el nivel y las ganas conforme se suceden las ediciones del certamen. Ya son 28 ediciones las que llevamos a nuestras espaldas. Es un privilegio para todos los que hacemos ACYRE Madrid organizar un certamen así donde hay un talento enorme. La gastronomía tiene un valor enorme para Madrid y todos los participantes contribuyen a dejar aún más alto el pabellón”, asegura Miriam Hernández, presidenta de ACYRE Madrid.

Los participantes recibieron una caja individual con una despensa con lácteos y derivados del huevo de Calidad Pascual, aceites y vinagres Rafael Salgado, vinos de la DO Vinos de Madrid, brotes o germinados de KoppertCress, pescados de Serpeska y Alaska Sea Food, la cerveza madrileña Mahou, mieles con premios internacionales de MadridMiel, quesos de Albe Lácteos del Jarama, productos madrileños de las fincas de iMiDRA y los ingredientes básicos de la despensa Alcampo Producción Controlada, además de Alimentos de Madrid Calidad y Aseacam, que son alimentos frescos de máxima calidad producidos en colaboración con agricultores, ganaderos y productores madrileños.

## Mejor repostero de la Comunidad de Madrid

Coincidiendo con la Gran Final del concurso de cocina, en ACYRE Madrid celebraron también el Certamen de Repostería en el que se buscaba al mejor repostero de la Comunidad de Madrid.

Marta López, de Mindanao, ayudada por Julio López, se ha alzado con la victoria del certamen, gracias a su Éclair con mousse de chocolate con queso, toffee salado y pasta de frutas de albaricoque, además de un postre de restaurante denominado Otoño en Madrid.

Pablo Martín-Vares y Daniel Godar de Pastelería Tibargu, Marta López y Julio López de Pastelería Mindanao y Jesús Javier Quirós Cortes y Javier Quirós Arias de Pastelería la Rosa.

Los participantes han elaborado en cinco horas ocho raciones de postre de restaurante con un mínimo de 3 texturas diferentes y una de ellas debe estar elaborada con cervezas de la gama Mahou-San Miguel y productos Pascual. También prepararán un éclair en cuya elaboración intervengan cómo mínimo un queso fresco de Albe (requesón, latino o queso crema), en la masa y/o relleno, con una decoración de chocolate.

El campeón del certamen ha recibido un premio de 1.000€ y representó a la Comunidad de Madrid en el Campeonato de España de Repostería.



ANCHOAS "SERIE LIMITADA"  
FILETES DE ANCHOA EN ACEITE DE OLIVA



PESCA  
CANTÁBRICO  
Engraulis  
encrasicolus



# ANCHOAS CODESA

DESDE 1976

FILETES DE ANCHOA EN ACEITE DE OLIVA  
"SERIE LIMITADA"



10-15 FILETES

Sugerencia de presentación



Garantiza:  
Elaboración: En Cantabria  
Procedencia: Cantábrico Primavera

  
Producto de España

[www.codesa.es](http://www.codesa.es)

# La cuenta, por favor...



Infórmate en  
**bancosantander.es**  
o en tu oficina

Promoción válida del 1 de enero hasta el 31 de marzo de 2022, para nuevos clientes que contraten el TPV Santander con Tarifa Plana TPV. Consulta las bases de la promoción en [bancosantander.es](https://bancosantander.es).

Servicio ofrecido y sujeto a la previa aprobación de Getnet Europe, Entidad de Pago, S.L.U.