

LA REVISTA DE

HOSTELERÍA

N.60

CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE HOSTELERÍA DE ESPAÑA AÑO 2023

2023 RECUPERA LA FACTURACIÓN PREPANDEMIA PERO NO LA RENTABILIDAD DE LOS NEGOCIOS

Oviedo, Capital Española de la Gastronomía 2024
Premios Nacionales de Hostelería y Premios Experiencias

SUMARIO

N.60 · AÑO 2023

Editorial: José Luis Yzuel **05**
Las luces y las sombras: el año de la recuperación de la hostelería

Observatorio **06**
Extracto datos del sector. Tercer trimestre 2023

Estudio **08**
Anuario de la Hostelería 2023

Toma Nota **14**
La evolución del menú del día
Se impone el paladar emocional en la comida a domicilio

RSC **20**
Hostelería contra el Hambre

En Ruta **30**
Oviedo, Capital Española de la Gastronomía 2024

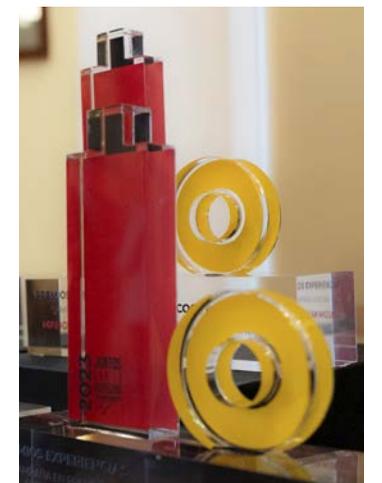
Reportaje **38**
Premios Nacionales de Hostelería 2023

Noticias breves **50**



REPORTAJE **24**

Premios Comunicación
Experiencial de los Alimentos
y Bebidas 2023



“IQOS no quema el tabaco, lo calienta. Esa es la diferencia.”

Juliana

Cambió a IQOS en 2018



“Con IQOS mis manos, mi pelo y mi ropa ya no huelen a humo de cigarrillo.”

María

Cambió a IQOS en 2022

“Yo era fumador. Probé IQOS y ahora es lo único que uso porque es mucho más limpio.”

Miguel

Cambió a IQOS en 2018



Usuarios reales. Razones reales para cambiar a IQOS.

IQOS es un dispositivo que calienta el tabaco en lugar de quemarlo.

No hay combustión, por lo que no existe olor a humo de cigarrillo ni ceniza.



Consumidores adultos reales que han sido remunerados por su participación en la campaña.

Este producto no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos.



Publicación exclusiva de HOSTELERÍA DE ESPAÑA.

DIRECTORA: María Durán. CONSEJO DE REDACCIÓN: José Luis Yzuel, Emilio Gallego, Laura Pérez

DISEÑO y MAQUETACIÓN: Teresa Taboada. PUBLICIDAD: Beatriz Cecilia (beatriz.cecilia@cehe.es).

FOTOGRAFÍA: Archivo HOSTELERÍA DE ESPAÑA / Fotolia - Adobe Stock. Imagen de portada: ©Julia Amaral;

Periodicidad: Trimestral. Depósito Legal: M-42928-2007

HOSTELERÍA DE ESPAÑA no se responsabiliza de las opiniones de sus colaboradores. SEDE: Calle Ferraz, nº 78 - 3ª izda. 28008 - Madrid.



LAS LUCES Y LAS SOMBRAS EL AÑO DE LA RECUPERACIÓN DE LA HOSTELERÍA



El año 2023 ha llegado a su fin con el gran titular de “el año de la consolidación de la recuperación de la hostelería”. Una afirmación que en cifras absolutas se corresponde con la realidad, pero que, como casi todo, tiene sus matices. Es cierto que, a falta de confirmación de los datos, las previsiones estiman un crecimiento de la facturación en el año que acaba de terminar de entre un 5 y un 10% por encima de 2022, lo que supera con creces las cifras prepandemia. Algo que sin lugar a dudas, es una buena noticia para el conjunto del sector, pero que no está exento de sus sombras, ya que estos buenos datos no se corresponden con la realidad del día a día de miles de empresas, que no ven reflejados estos buenos datos en la cuenta de resultados de los negocios que tiene que hacer frente al imparable incremento de los precios, especialmente en las materias primas. Las empresas han tenido que volver a tirar de su recurso estrella, la resiliencia, para desplegar mil y una soluciones con las que hacer frente a este hecho, impactando lo menos posible en el bolsillo de los clientes.

El empleo ha sido el gran talón de Aquiles de la hostelería en este último año, pero creo que debemos hacer una reflexión profunda ya que la realidad de la crisis de contratación del sector de la que tanto se habla, es que en el mes de agosto de 2023 la hostelería alcanzó su cifra récord de trabajadores con 1,9 millones de personas empleadas, y además cerró el año 2022 como el sector con mayor aumento de los costes salariales (un 12,6%). Aún así hay mucho trabajo por hacer para hacer este sector atractivo desde el punto de vista laboral. Un desafío que se suma a otros retos que debe asumir a medio plazo, como la digitalización, que no sólo permite mejorar la calidad de los servicios y la interacción con los clientes en una sociedad cada vez más tecnológica, sino que también permite optimizar los procesos internos de gestión. Unos retos apasionantes que, sumados a otros, como la sostenibilidad, deben integrarse en el día a día de las empresas para mantener nuestro liderazgo a nivel internacional.

Los clientes, precisamente son la gran tabla de salvación de este sector, porque mientras haya clientes la hostelería tiene futuro. Es innegable que 2023 también ha sido un año inmejorable en lo que a flujo de clientes se refiere, llevados por el carpe diem que nos invadió tras la pandemia y la guerra de Ucrania, pero con una capacidad adquisitiva muy mermada, lo que hace que asistamos a unos cambios en el comportamiento de los comensales, marcado por una bajada del ticket medio o cambios en los momentos de consumo.

Un futuro, que de manera inmediata debemos ver con un moderado optimismo, con una ralentización del crecimiento de cara a 2024, marcado por la estabilidad de la demanda, la evolución de la renta disponible de los hogares, y comportamiento financiero de las empresas, pero con varios puntos críticos que pueden afectar a la demanda y a la evolución de los negocios hosteleros en el próximo año, como son la evolución del empleo, cómo impacte la subida de los tipos de interés, el contexto de incertidumbre internacional marcado por los conflictos geopolíticos, así como la evolución de los precios. Así, se espera que el ritmo de crecimiento para el próximo año no sobrepase el 5% en el mejor de los casos.

JOSÉ LUIS YZUEL
PRESIDENTE DE HOSTELERÍA DE ESPAÑA

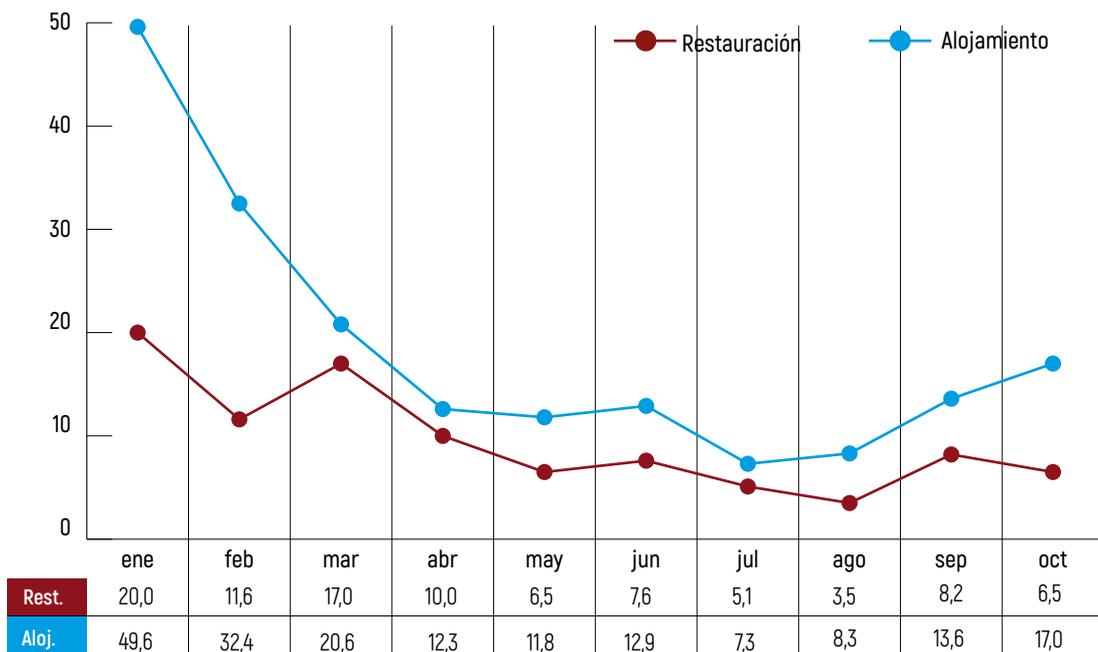
EXTRACTO DATOS DEL SECTOR

3^{ER} SEM. 2023



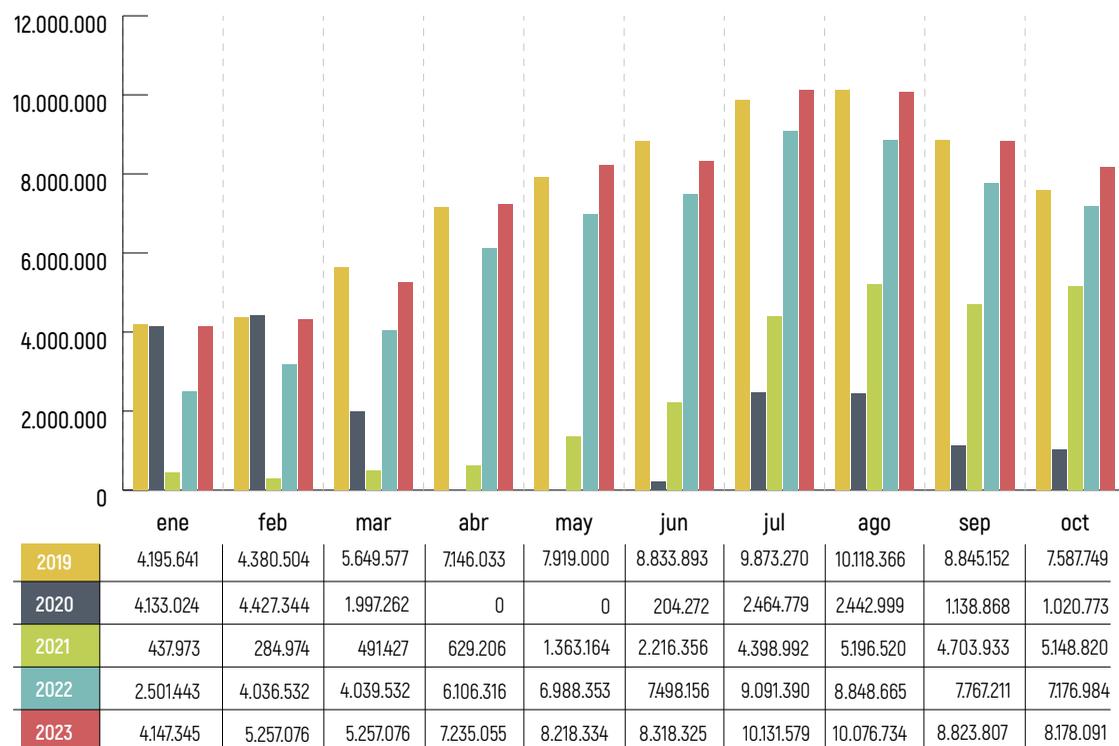
CIFRA DE NEGOCIOS

Tasas de variación interanual (%). Año 2022-2023



VISITAS DE TURISTAS EXTRANJEROS

Evolución 2019 - 2020 - 2021 - 2022 - 2023



El año 2023 empezó creciendo con fuerza y gradualmente ha ido moderando las subidas según se han ido alcanzando y superando las cifras prepandemia, consolidándose la recuperación iniciada en los años anteriores. El turismo ha tenido un fuerte impulso y consecuentemente el alojamiento, que depende en mayor medida del turismo que las actividades de restauración, más dependientes del consumo interno y que muestran crecimientos más moderados.

Esta buena evolución sigue marcada por los altos costes que soporta el sector debido a las subidas continuadas de precios que también impactan en la capacidad adquisitiva de los consumidores, que se traduce en una menor rentabilidad de los negocios.

La **cifra de negocios** de la hostelería en la media hasta octubre supone un aumento de un 10,9% respecto a la alcanzada en el mismo período del año anterior. En el subsector de restauración se incrementa un 8,9% mientras que en el alojamiento supone un alza mayor, de un 14,7%. En todas las regiones se supera la cifra de negocios de 2019, excepto en La Rioja y Cataluña donde supone descensos del 9% y 8,9%, respectivamente.

El **empleo**, según la **afiliación a la Seguridad Social** ha alcanzado en los picos máximos la cifra récord de 1,9 millones de trabajadores. En la media hasta noviembre supone más de 90.000 trabajadores por encima de los alcanzados en el mismo período del año anterior, hasta una media cercana a 1,8 millones de afiliados. Las actividades de alojamiento suponen un incremento de un 8,9%, con 31.000 afiliados más, mientras que en restauración el alza es de un 4,5%, con cerca de 60.000 trabajadores más que en 2022.

Después del impulso de los **precios** de restauración que se inició a finales de 2022, a comienzos de 2023 llegaron a su máximo situando su tasa anual en enero en un 7,7%, mes a partir del cual los precios comenzaron a moderar su crecimiento hasta el 5,6% de noviembre. Aunque desde noviembre del año anterior se sitúan por encima del IPC general, poco a poco tienden a igualarse. Todavía se sitúan muy por debajo del aumento de los alimentos y bebidas que han mantenido durante 18 meses consecutivos subidas por encima del 10% y todavía en noviembre se sitúan en un 9%. Los del alojamiento, por su parte, suponen mayores subidas a lo largo del año, superiores al 8%, y en la mayor parte del año con aumentos de dos dígitos porcentuales.

El **turismo** mantiene la recuperación tanto de visitas como de gasto con crecimientos porcentuales que se han ido

moderando a lo largo del año, aunque se mantienen a doble dígito porcentual. En la media de los diez primeros meses del año las visitas suponen un aumento de un 18,2%, con 74,7 millones de turistas, y el gasto un 24% (94.916 millones de euros). Reino Unido se mantiene en primera posición por país de origen, con cerca de 15,5 millones de turistas, seguido de Francia con casi 10,4 millones, y Alemania con más de 9,6 millones. Cataluña y Baleares, son los principales destinos con 15,8 y 14 millones de visitas respectivamente.

Respecto a 2019 se recuperan tanto las visitas (+0,2%), como, especialmente, el gasto (+24%).

España acumula unos **ingresos por turismo** de los turistas que visitaron España (efectuados en nuestro país sin incluir los gastos en origen) de 66.000 millones de euros entre enero y septiembre, un 22% más que en el mismo período del año anterior y un 15,6% por encima que en 2019. Los pagos de los españoles en sus viajes al extranjero también aumentaron, un 19%, hasta 18.100 millones de euros. De la diferencia entre los ingresos y los pagos resulta un saldo por turismo de 47.900 millones de euros, con incrementos de en torno a un 23% tanto respecto al año anterior, como frente a 2019.

Respecto a las **pernoctaciones en alojamiento turístico colectivo**, se mantiene un mayor crecimiento anual por parte de los extranjeros, tanto en el alojamiento hotelero como en el extrahotelero.

Comparando con el mismo período de 2022, en la media hasta octubre los hoteles incrementaron las pernoctaciones un 8,7% y el alojamiento extrahotelero un 3,9%. En los hoteles las noches de los españoles aumentaron un 1,3% y las de los extranjeros un 12,6%, mientras que en el alojamiento extrahotelero supone un ligero descenso de los nacionales (-0,4%) y un alza de los internacionales de un 7,8%.

Hoteles y campings son los únicos alojamientos en los que aumentan las noches de los españoles respecto al año anterior, mientras que descienden en los apartamentos, turismo rural y albergues. Respecto al período prepandemia los apartamentos son los únicos que todavía no recuperan las pernoctaciones de 2019, y suponen un descenso de un 3,2%, debido al descenso de los extranjeros (-9,5%).■

ANUARIO DE LA HOSTELERÍA 2023



© Prasanth

OBSERVATORIO HOSTELERÍA


 CLUSTER
ESTRUCTURA
DEL SECTOR

El sector de la hostelería es uno de los principales motores de desarrollo económico y social de España. Está compuesto por cerca de 319 mil establecimientos, entre bares, restaurantes, cafeterías, colectividades, locales de ocio nocturno y alojamientos, que emplean a cerca de 1,7 millones de trabajadores, lo que supone el 8% del empleo total de España (la tercera industria nacional) y el 64% del empleo turístico. Además, genera empleo indirectamente en varios sectores, como bebidas y alimentación, distribución y mayoristas, entre otros. La hostelería supone una destacable contribución a la generación del PIB nacional representando en términos de VAB un 5,8%, con un volumen de negocio de 122.862 millones.

Por la importancia que representa este sector, el Anuario de la Hostelería de España nos muestra una aproximación al dimensionamiento del sector, un análisis de la evolución de las diferentes ramas de actividad que lo componen en cuanto a establecimientos, valoración económica, así como las características especiales del empleo y su evolución.

El sector hostelero se acercó en 2022 a las cifras prepandemia con 122.862 millones de euros, un 5,8% del PIB en términos de Valor Añadido

En 2022 el sector tuvo un impulso en la recuperación de los datos prepandemia, aunque afectado por el impacto de la guerra de Ucrania y el incremento generalizado de los costes de la energía y las materias primas que ha impactado de forma negativa en su rentabilidad. En la evolución se muestra un mayor impulso en la primera parte del año y con mayores incrementos en el alojamiento, que se vio más afectado por la crisis sanitaria, y por el repunte del turismo que este año ha recuperado gran parte de las cifras de 2019, además de las ganas de viajar y el ahorro acumulado durante la pandemia, así como del impulso del turismo de los extranjeros.

Cerca de 319.000 establecimientos que facturaron casi 123.000 millones de euros

En conjunto, 318.878 establecimientos conforman el sector de la hostelería en 2022, recuperándose casi el censo de los que había antes de la crisis sanitaria (320.035 a inicios de 2020). Supone un incremento respecto al año anterior de un 2,2%, frente a los 311.990 locales que había tras las caídas producidas derivadas de la pandemia. Del conjunto del sector la mayor parte corresponden al subsector de restauración con 279.516 establecimientos (87,7%) y el 12,3% restante son establecimientos de alojamiento (39.362). Todos los tipos de alojamiento aumentaron respecto a los que había el año anterior, aunque comparando con el período precrisis los bares son los únicos que suponen descenso. Este tipo de alojamiento es el más numeroso y vienen presentando descenso continuado a lo largo de los años, contabilizándose en 2022 175.890 locales. Por detrás en volumen se sitúan los restaurantes, que suman un total de 83.879 locales y el grupo de colectividades y catering, con 19.747 establecimientos.

Dentro del grupo de alojamiento, los apartamentos y casas rurales son los más numerosos, con un total de 19.172 locales, cifra cercana a la de los hoteles que suman 17.635 establecimientos. Por su parte, los campings suponen 1.321 locales y el resto 1.234.

La producción en 2022 se siguió acercando a los datos precrisis, aunque todavía se situaba un 6,4% por debajo de la cifra de 2019, debido al descenso en restauración (-8,8%) mientras que en el alojamiento supone un alza de un 1,4%. De los 122.862 millones de euros facturados en 2022, la mayor parte corresponden a las actividades de restauración, con 90.701 millones de euros y una aportación al PIB de un 4,3% en términos de Valor Añadido Bruto. El alojamiento facturó 32.161 millones, un 1,5% de la riqueza nacional.

200.000 trabajadores más que en 2021

El empleo hostelero también evoluciona en la misma línea, con mayor impulso del alojamiento. Según los datos de la EPA (Encuesta de Población Activa), la media de trabajadores en 2022 se situó en 1,64 millones (+178.300 trabajadores respecto a 2021) y no se alcanzan todavía las cifras de 2019 (-75.000). El descenso respecto al período prepandemia se debe al subsector de restauración (-6,5%), mientras que el alojamiento supone un alza de 2,4%.

Según la **afiliación a la Seguridad Social** el empleo supone cerca de 1,7 millones de trabajadores, 202.000

más que en 2021, alcanzándose en este caso los niveles previos a la pandemia (+0,2% respecto a 2019). El incremento fue más intenso en el alojamiento, que supone un 24,7% más que el año anterior y supera en un 2,5% las cifras prepandemia. En restauración el incremento es de un 11,2% respecto a 2021 y supone un ligero descenso de un 0,3% comparando con 2019.

Entre un 5 y 10% más de facturación en 2023, pero con pérdida de rentabilidad

En 2023 se han recuperado ya prácticamente los datos prepandemia, superando en la primera mitad del año las cifras alcanzadas en 2019 en casi la totalidad de los indicadores, debido a la fortaleza tanto de la demanda nacional, como de la extranjera con un fuerte impulso de esta última. En la primera mitad del año se han observado fuertes incrementos respecto a 2022, moderándose el ritmo de crecimiento en la segunda mitad según se iba afianzando la recuperación de los datos prepandemia que ya se inició el año anterior.

En 2023 se alcanzan cifras récord de empleo superando 1,9 millones de trabajadores en los meses de julio y agosto

La facturación media hasta septiembre supone un aumento respecto al mismo período de 2022 de un 10,9%, debido a los fuertes crecimientos en la primera mitad del año que se han ido moderando en el segundo. El subsector de restauración factura un 8,9% más, y el del alojamiento muestra un mayor impulso, de un 14,7%. **El empleo** ha ido marcando récord de trabajadores en cada uno de los meses de 2023, con el pico máximo en los meses de julio y agosto en que se han superado 1,9 millones de trabajadores. En la media del año hasta noviembre supone más de 90.000 trabajadores por encima de los que se alcanzaron en 2022, según la afiliación a la Seguridad Social. Las actividades de alojamiento suponen un mayor incremento porcentual, de un 8,9% respecto al año anterior (+31.000 afiliados), mientras que en restauración el alza es de un 4,5%, con cerca de 60.000 trabajadores más.

Como en los dos años precedentes, la mejora de resultados se ha producido por un mayor volumen de ventas y no por la mejora de los márgenes. Los negocios hosteleros acumulan en los últimos años un fuerte acumulado de los costes que se está cubriendo en parte por el aumento



de los precios, aunque con una recuperación lenta de los márgenes empresariales, a pesar de la ralentización que se está produciendo en los precios en los últimos meses. El sector tardó en repercutir la escalada generalizada de precios iniciada a comienzos de 2022, situándose su evolución por debajo del IPC general hasta finales de ese año. Desde noviembre el sector se vio empujado a adaptar los precios, aunque siempre se han mantenido por debajo de la subida de los alimentos de los que tanto depende y que han mantenido su incremento porcentual a doble dígito durante dieciocho meses consecutivos desde abril de 2022.

Debido al ritmo de evolución del sector a lo largo del año, el balance supondrá un crecimiento que se situará entre un 5 y un 10% en la media de 2023 respecto al año anterior.

Las perspectivas para 2024

En un escenario positivo, marcado por la estabilidad de la demanda, la evolución de la renta disponible de los hogares, y el comportamiento financiero de las empresas, nos encontramos con varios puntos críticos que pueden afectar a la demanda y a la evolución de los negocios hosteleros en el próximo año, como son la evolución del empleo, cómo impacte la subida de los tipos de interés, el contexto de incertidumbre internacional marcado por los conflictos geopolíticos, así como la evolución de los

La hostelería cierra otro año demostrando su fortaleza y su importante peso, tanto a nivel económico como social, lo que se traduce en su posición de liderazgo a nivel internacional.

precios. Por otro lado, se observa una tendencia de un cambio de modelo hacia un turismo más cualitativo, con mejores prestaciones, impulsado por el descenso de los consumidores de menor renta disponible, que se verá compensado con los de mayor poder adquisitivo, tanto por parte del cliente nacional como del extranjero. Aunque depende de las variables anteriores, para 2024 se prevé una moderación en el ritmo de crecimiento de la actividad hostelera, y podría suponer un aumento de entre un 2% y un 4% respecto a 2023.

Todo ello avanzando en aspectos en los que los negocios vienen trabajando para la mejora del sector como son la digitalización, la búsqueda de la mejora de la profesionalización de los trabajadores, así como seguir avanzando en el ámbito de la sostenibilidad. ■

Las cifras del sector



Datos anteriores a la crisis - 2019



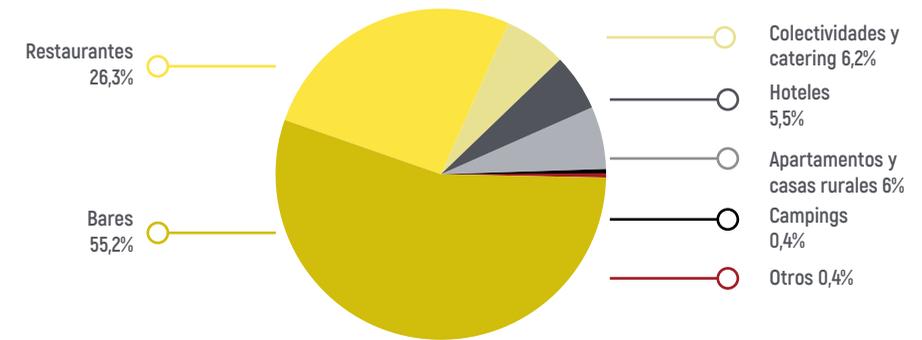
Datos 2021



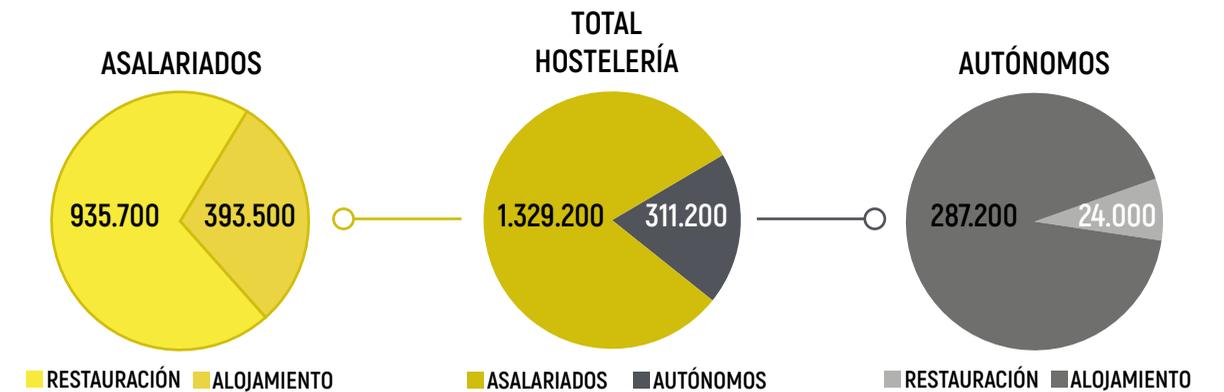
Datos 2022



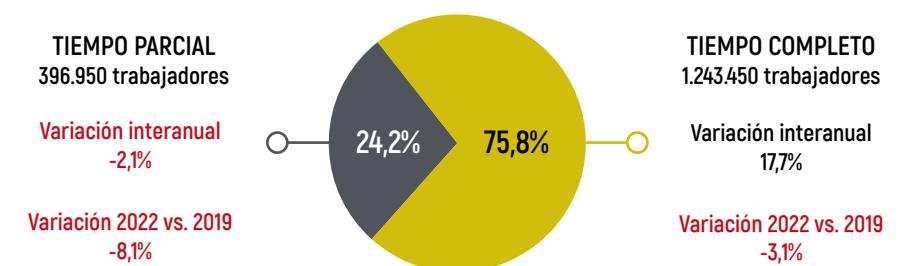
Distribución de los establecimientos de hostelería



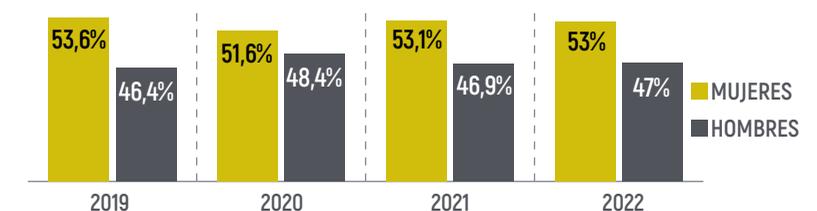
Trabajadores por régimen y subsectores



Jornada laboral



Porcentaje del empleo por sexo



LA EVOLUCIÓN DEL MENÚ DEL DÍA

El modelo de hostelería de nuestro país no tiene comparativa con ninguna otra parte del mundo. Uno de los elementos que caracteriza a los bares y restaurantes es el menú del día, que democratiza la hostelería, ya que prácticamente está presente en todos, independientemente de su categoría. El origen del menú de día se remonta a los años 60, en plena España franquista, en el momento en que se intentaba atraer a los turistas bajo el slogan “Spain is diferente”, cuando el Ministerio de Turismo, encabezado por Manuel Fraga, decretó en agosto de 1964 el menú turístico, que tenía que cumplir una serie de requisitos, como tener un primer plato, un segundo, postre, pan y bebidas, debiendo anunciarse en un lugar visible.

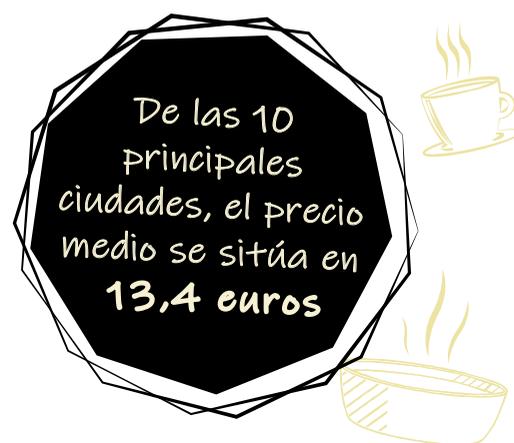
El decreto del 64 contemplaba incluir en el menú platos típicos de nuestra gastronomía, como paella, tortilla, pescado frito o guisos, al estar pensando para atraer turistas.

Este menú turístico no tuvo ni mucho menos la aceptación que tiene ahora, por lo que en el año 65 se volvió a hacer otra ordenación que obligaba a incluirlo en la carta y fijar precios máximos. No fue hasta 1970 cuando el menú turístico evolucionó hasta el menú del día tal cual lo conocemos ahora, buscando resolver la necesidad de algunos trabajadores que necesitaban una oferta diaria de comida con un servicio rápido. En la actualidad se estima que se sirven aproximadamente 4 millones de menús del día en nuestro territorio, con un precio medio de 13,2€ según un Estudio reciente de Edenred y Hostelería de España, un 12,6% más que en el año 2016 que fue de 11,7 euros y un 3,4% más que en el año 2022 que fue de 12,8 euros.

Estas subidas se sitúan muy por debajo de la evolución del IPC y especialmente de los Alimentos y Bebidas, que crecieron un 20,6% y 34% respectivamente, con relación a 2016. Además, según el último dato referido a septiembre el crecimiento del IPC respecto a 2022 es de 3,5%. En el caso de los Alimentos y Bebidas, en el mismo periodo, alcanza el 10,5%, con incrementos de hasta un 67% en el aceite de oliva.

El 76 % de los restaurantes encuestados ha subido el precio de menú del día en los últimos 9 meses. Hay que tener en cuenta que la hostelería se enfrentó, en el periodo entre enero y septiembre de 2023, a una subida del IPC del 3,1% y del precio de alimentos y bebidas del 5,9%, que es uno de grupos cuyos precios ha tenido un mayor crecimiento en el último año.

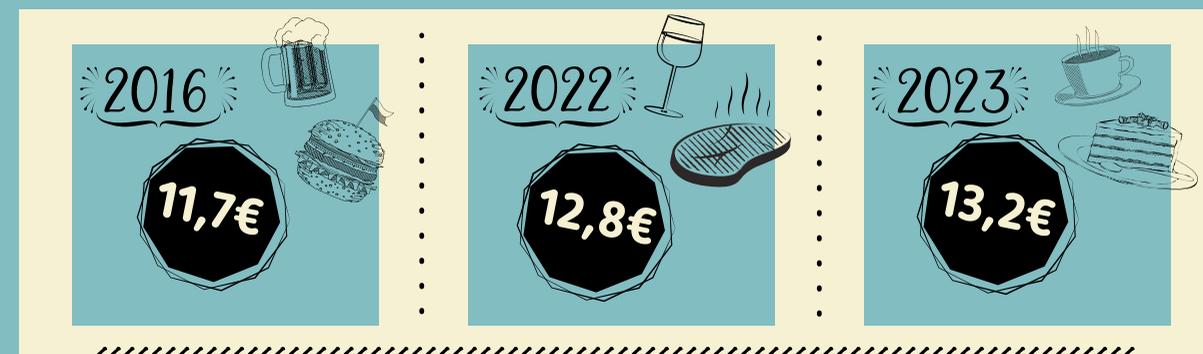
A pesar de esta situación, la encuesta refleja también que un 24% de los restaurantes no ha subido el precio del menú del día y el 26,5% lo ha subido entre un 0-5%.



Madrid y Barcelona las ciudades con el precio más alto

Las ciudades con mayor precio medio del menú del día son Barcelona (14,7 euros), Madrid (14,5 euros) y Bilbao (14 euros). Mientras que las ciudades con menor precio medio del menú del día son Sevilla (12,3 euros), Valencia (12,7 euros) y Las Palmas de Gran Canaria (11,9 euros)

Las previsiones marcan una tendencia en la que no se espera una bajada en el precio de los alimentos por debajo de tasas del 10% hasta finales de este año o principios del año que viene. ■



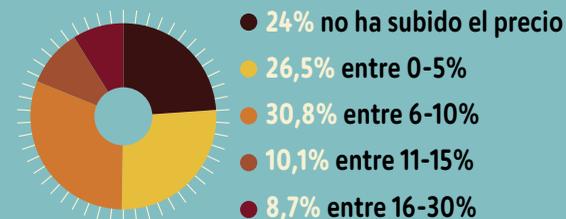
2023 vs. 2016 (media del año)

MENÚ DEL DÍA+12,6% subida

IPC.....+20,6% subida

ALIMENTOS Y BEBIDAS....+34,0% subida

Incremento menú del día en los últimos 9 meses (ene-sept 2023)



2023 vs. 2022

MENÚ DEL DÍA+3,4% subida

IPC.....+3,5% subida (septiembre)

ALIMENTOS Y BEBIDAS.....+10,5% subida (septiembre)

ACEITE DE OLIVA+67,0% subida (septiembre)

Enero - septiembre 2023

IPC.....+3,1% subida

ALIMENTOS Y BEBIDAS.....+5,9% subida

CCAA. - PRECIOS DEL MENÚ DEL DÍA

CATALUÑA14,5€

PAÍS VASCO14,2€

C. MADRID14,0€

CANARIAS11,9€

ASTURIAS12,2€

ANDALUCÍA12,3€

CIUDADES - PRECIOS DEL MENÚ DEL DÍA

BARCELONA14,7€

MADRID14,5€

BILBAO14,0€

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.....11,9€

SEVILLA12,3€

VALENCIA12,7€



SE IMPONE EL PALADAR EMOCIONAL EN LA COMIDA A DOMICILIO

© kre/ksak

Nuestro país se caracteriza por su forma particular de socializar entorno a la barra de los bares o en las mesas de los restaurantes; algo que el COVID potenció, haciendo que los comensales valorásemos todavía más la posibilidad de juntarnos y disfrutar de buenos momentos en establecimientos de restauración. Pero esta tendencia no es incompatible, con otro de los fenómenos que creció exponencialmente durante la pandemia, el delivery y el takeaway. Ambas han mantenido su fuerte ritmo de crecimiento y su consolidación en los hábitos de consumo de la sociedad, hasta el punto de que desde Just Eat estima un crecimiento del 40% para el mercado de la comida a domicilio online de cara a 2027.

Entre las principales motivaciones para los usuarios de estos servicios destaca la pereza a la hora de limpiar o cocinar, que es la principal motivación para el 26% de las personas encuestadas por IPSOS; mientras que el 22% busca darse un capricho y crece cada vez más los clientes que lo tienen institucionalizado como un ritual para disfrutar una vez por semana (para el 13%).

Como sucede en la restauración tradicional, los clientes marcan las tendencias del mercado, y en la comida online hay cinco muy definidas, que se recogen en el Gastrómetro, el informe anual que elabora Just Eat, analizando los hábitos de consumo y previsiones del delivery en España.

TENDENCIAS DEL MERCADO

PALADAR EMOCIONAL es la tendencia que destaca la influencia de las emociones en los hábitos alimenticios, de hecho, un 91% de los españoles cree que lo que come puede cambiar su estado de ánimo. Los consumidores encuentran alegría en los pequeños tentempiés, un significativo 88% afirma haber pedido algún capricho para mimarse o disfrutar de un momento de relajación después del trabajo (57%), lo que posiciona a la comida como una forma habitual de autocuidado.

SOSTENIBILIDAD CULINARIA señala el reflejo de una sociedad cada vez más concienciada en reducir el impacto ambiental en el día a día, incluido cuando piden comida a domicilio. El hecho de que 9 de cada 10 consumidores prefieran pedir comida en recipientes reutilizables es un indicador claro de que existe una demanda real en este sentido y subraya la importancia de optar por envases sostenibles y fáciles de reciclar o reutilizar por parte de los consumidores.

DESPENSA EN UN CLIC es la tendencia que engloba la creciente demanda de hacer la compra a través de aplicaciones de delivery.

FUSIÓN DE SABORES: muestra la popularidad de la cocina fusión en la actualidad como un reflejo de la multiculturalidad de nuestras sociedades y la evolución de la gastronomía. La nueva generación de amantes de la comida valora los sabores inesperados y es que al 84% de los españoles les apasiona descubrir nuevas experiencias gastronómicas; de hecho, un 10% ya tiene preferencia por los restaurantes de cocina fusión.

GASTRONOMÍA VIRAL y es que los creadores de contenido se están convirtiendo en la nueva fuente del descubrimiento e inspiración gastronómica, cambiando la forma en que los consumidores descubren, experimentan e incluso se inspiran en la gastronomía. Plataformas como Instagram y TikTok desempeñan un papel fundamental en esta tendencia: el 48% de los usuarios de Just Eat utilizan Instagram y el 30% TikTok. Descubrir restaurantes a través de las redes sociales es cada vez más común, un 63% de los consumidores ha probado un restaurante que descubrieron gracias a la recomendación de un influencer, que, además, cumple las expectativas en el 83% de las veces.



© NORV



© YummyBuum

RANKING DE PLATOS ESTRELLA

- ★★★★★ 1. COCINA AMERICANA: HAMBURGUESA DE TERNERA 
- ★★★★★ 2. COCINA ITALIANA: PIZZA BARBACOA 
- ★★★★ 3. COCINA ORIENTAL: ARROZ TRES DELICIAS 
- ★★★ 4. COCINA JAPONESA: YAKISOBA 
- ★ 5. COCINA ESPAÑOLA: ENSALADILLA 

Platos en tendencia: las gyozas de carne, el poke de salmón noruego, la quesadilla de pollo y el nigui de salmón.

Cocina nacional: tortilla de patata, calamares, croquetas y raxo con patatas.

La ensaladilla en top 5 de platos favoritos, en consonancia con el auge de la cocina española

En cuanto a los platos más pedidos, por segundo año consecutivo, lidera la lista la hamburguesa de ternera, seguida de la pizza barbacoa, el arroz tres delicias y el yakisoba, notándose un crecimiento importante de las gyozas de carne, el poke de salmón noruego, la quesadilla de pollo y el nigui de salmón.

La ensaladilla salta al top 5 de alimentos favoritos, como principal referente de la cocina nacional, que este año ha experimentado un gran crecimiento. De hecho el 33% de los españoles reconoce pedir platos típicos de nuestra gastronomía cuando están fuera de casa. La ensaladilla arrebata a la tortilla de patata el liderato en los platos nacionales más pedidos, que pasa a la segunda posición, seguido de los calamares, las croquetas y el raxo con patatas. Se aprecia en esta XI edición del Gastrómetro una tendencia hacia la cocina regional, con la asturiana a la cabeza y sus máximos referentes: los escalopines al cabrales y el cachopo.

Por regiones, madrileños, sevillanos y coruñeses son los clientes que más comida tradicional demandan, seguidos de pontevedreses y asturianos. ■



El KIT DIGITAL te ayuda a conseguir más clientes y mejorar la gestión diaria

Un equipo a tu disposición

Nos encargamos de solicitar tu ayuda, asesorarte en las soluciones que necesitas e informarte a cada paso

info@hosteleriakitdigital.es
 91 934 26 90 - www.hosteleriakitdigital.es

HOSTELERÍA CONTRA EL HAMBRE SE CONSOLIDA COMO LA MAYOR INICIATIVA SOLIDARIA DEL SECTOR

MÁS DE 6 MILLONES

DE PERSONAS SUFREN INSEGURIDAD ALIMENTARIA EN ESPAÑA...

...Y ESTE
PLATO VACÍO
ES EL DE UNA
DE ELLAS

PARTICIPA EN LA MAYOR INICIATIVA SOLIDARIA DE LA HOSTELERÍA EN ESPAÑA
Y AYÚDANOS A LLENAR SUS PLATOS

Imagen de la campaña de 2023



De izda. a dcha.: El periodista Juanma Castaño, ganador de la 6ª edición de MasterChef Celebrity se ha unido este año a los chefs embajadores para apoyar en la difusión de la campaña; Susi Díaz, chef y embajadora de la campaña; Carmen Gayo, directora de Comunicación, Marketing y Fundraising de Acción contra el Hambre y Quique Dacosta, chef y embajador de la campaña.

El sector hostelero lleva más de una década de alianza con Acción contra el Hambre, gracias a la que se ha conseguido recaudar casi 1,5 millones de euros con la participación de más de 9.000 establecimientos hosteleros de todo el país. Según estimaciones de Acción contra el Hambre, se calcula que más de 6 millones de personas sufren inseguridad alimentaria en nuestro país y el 13,3 % de los hogares no pueden acceder de forma regular a alimentos suficientes en calidad y cantidad. En este contexto el sector de la restauración ha vuelto a sumarse a la XV edición de Restaurantes contra el Hambre, que ha vuelto a contar con los chefs Quique Dacosta y Susi Díaz como padrinos de la iniciativa. Para Dacosta, que cuenta con tres Estrellas Michelin, *“Erradicar el hambre en el mundo es un sueño muy grande, pero no por eso hay que dejar de intentarlo. Por eso, cada uno de nosotros trabajamos para aportar nuestro ‘granito de arroz’ con el fin de que se haga realidad”*.

En esta ocasión los fondos recaudados van destinados a los proyectos que la ONG tie-

“**Juanma Castaño:** “Salir a cenar y pensar que una parte de la cuenta va destinada a ayudar a la gente más necesitada y que también puedan hacerlo es muy gratificante.

ne en nuestro país, que si bien son menos conocidos que los que lleva a cabo a nivel internacional, están redoblando esfuerzos desde hace dos décadas, e inciden mucho no sólo en ayudas directas sino en programas de empleabilidad de las personas y proyectos de emprendimiento. Desde 2012 la ONG trabaja en España para favorecer la inclusión sociolaboral de las personas en riesgo de exclusión generando oportunidades a través de acciones de promoción del emprendimiento y la empleabilidad, que ya han dado empleo a más de 27.000 personas. A través de los diferentes programas dotan a las personas de las capacidades y competencias necesarias para crear un negocio o trabajar por cuenta ajena y garantizarse así un medio de vida que les aleje de la pobreza y la exclusión.



De izda. a dcha.: José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España; Eduardo Pérez, director de Relaciones Institucionales, Comunicación y Sostenibilidad de Makro; Mar Fuertes, directora de Relaciones Institucionales de Grupo Fuertes.

“ José Luis Yzuel:
La hostelería de nuestro país forma parte del día a día de millones de ciudadanos, convirtiéndose en el sector que más felicidad genera. Somos un sector solidario, y queremos seguir aportando nuestro granito de arena, con la complicitad de los clientes, a todas las personas y familias en situación de vulnerabilidad.

“ Eduardo Pérez:
En Makro queremos formar parte del tejido social de nuestro país y estamos orgullosos de apoyar esta iniciativa un año más. Como líderes en distribución mayorista, formamos parte fundamental del sector y queremos contribuir a impulsar un proyecto que implica a todo el conjunto de la hostelería del país en su compromiso con los más vulnerables.

“ Mar Fuertes: Esta iniciativa está muy unida al compromiso que tenemos como empresa de garantizar los alimentos, y es una satisfacción ver el alcance y recorrido que tiene este proyecto para concienciar y dar visibilidad a este problema global.

Aklla un caso de éxito de “Vives Emprende”

Uno de estos programas es “Vives Emprende: Economía con impacto social”, que acompaña en el tortuoso proceso de la creación de un negocio desde la elección de la idea, hasta la financiación y las labores de marketing. Aklla, en Madrid, es uno de los negocios que han visto la luz gracias a esta labor de asesoramiento. Se trata de un restaurante de tapas peruanas, ideado y gestionado por Eloísa Verau, quien conoció a Acción contra el Hambre “por RRSS y vi que en uno de los apartados ayudaban a emprender, y en ese momento me pareció una buena opción. Si bien no sabía qué quería en ese instante, aunque sí sabía que necesitaba ayuda para salir de ese mal momento económico. Acción Contra el Hambre abrió una puerta grande con los talleres, que te ayudan a tener las ideas claras y te dan un empujón también en lo personal y te ofrecen una visión de un futuro profesional prometedor”.

Vives Emprende ayuda de manera gratuita a materializar un proyecto a través de la formación en cómo poder emprender a través de cooperativas o sociedades laborales. Estas opciones se han demostrado que son opciones con una alta capacidad de adaptación y resiliencia.

A través de formaciones grupales o asesoramientos individuales o sesiones de networking se centran en un primer momento en el desarrollo de tu idea, modelo de negocio y plan de trabajo. En el caso de Eloísa “había crecido en una familia emprendedora, donde desde muy pequeña había visto a mi madre luchar, vender comida y donde tanto mis hermanas como yo siempre habíamos ayudado. Luego veía a mis hermanos que también se iban abriendo camino, y algunos apostaron por la hostelería, algo que me motivaba”. De hecho en la concepción de la idea me di cuenta que “cada plato que hacía me daba confianza en mí misma, y me inspiraba, generando una mezcla de emociones que me desbordaba cada vez que preparaba una comida”. En ese contexto surgió la idea de fusionar la comida peruana con una de nuestras principales enseñanzas, la tapa, y así es como surgió Aklla, que significa “la elegida”, como “también

LOS FONDOS RECAUDADOS CON LA CAMPAÑA SE DESTINAN AL TRABAJO DE ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE EN ESPAÑA,

donde actuamos desde 2012 para generar oportunidades de inclusión sociolaboral, potenciar la empleabilidad y el emprendimiento y garantizar la seguridad alimentaria de personas en situación de vulnerabilidad.



26 474
PERSONAS HAN MEJORADO SU EMPLEABILIDAD DESDE 2014



870
NUEVOS NEGOCIOS CONSTITUIDOS

752
TARJETAS DE AYUDA SOLIDARIA DISTRIBUIDAS A FAMILIAS EN RIESGO DE EXCLUSIÓN

PORQUE DETRÁS DE CADA PLATO QUE CONSEGUIMOS LLENAR, HAY UN NOMBRE PROPIO

Y en cada uno de los proyectos que desarrollamos en nuestro país están todos los que han cambiado el rumbo de sus vidas.

lo fueron las tapas, porque quería aportar algo nuevo a la cocina peruana y puse el foco en el formato que tienen los españoles con las tapas, y pensé que por qué no, ya que las tapas gustan a todo el mundo”, afirma la fundadora del negocio, que reconoce que fue una buena decisión.

Tras la fase de trabajo en competencias para la gestión del negocio, conocimiento sobre gestión administrativa, diseño de marca y técnicas de comunicación se llega a la etapa de formación en gestión financiera para finalmente llegar al momento de acceso a la financiación. Para Eloísa este fue “el momento más duro, pero que gracias a la ayuda de Acción contra el Hambre, que presentó el proyecto a la entidad financiera, conseguimos la financiación. Fue uno de los días más felices, porque suponía empezar con un proyecto muy trabajado y esperanzador”. ■



JUNTOS CON LA HOSTELERÍA PREMIAN LAS CAMPAÑAS QUE PONEN EN VALOR EL PALADAR EMOCIONAL

Murcia acogió por segundo año consecutivo los Premios Comunicación Experiencial de los Alimentos y Bebidas, celebrados por Juntos con la Hostelería (entidad compuesta por Hostelería de España, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas, FIAB, y la Asociación de Fabricantes y Distribuidores, AECOC).

Los ganadores de los Premios de Comunicación Experiencial son ejemplo y referente de la puesta en valor de la vinculación entre la parte emotiva de los alimentos y su contribución a la creación de identidad de país y de sociedad en su conjunto. En esta ocasión, las empresas premiadas por sus campañas publicitarias fueron Mahou San Miguel, Bimbo, Bodegas Barbadillo, KFC España y Coca-Cola España.

El presidente de Hostelería de España, José Luis Yzuel, explicó durante la entrega de premios que *“el sector necesitará vender experiencias y la hostelería también tiene que apostar por una experiencia distinta para el cliente”*.

Por su parte, el presidente de la asociación hostelera de Murcia, HoyTú, Jesús Jiménez Avellaneda, hizo hincapié en que en Murcia

“la gastronomía es una parte intrínseca y estos premios son un reconocimiento que demuestra lo que nuestro país ofrece con sus productos”.

En la entrega de premios también estuvieron presentes representantes institucionales. Sara Rubira, consejera de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia, y Jesús Pacheco, teniente alcalde del ayuntamiento de Murcia. Ambos hablaron de la importancia de disfrutar de la comida, *“se come para vivir o para sobrevivir, comer para vivir es emocionarse con el plato que tiene uno delante. Simplemente con acordarse de lo que hacían nuestras madres o abuelas es suficiente”*, aseguró Pacheco. Por su parte, la consejera, Sara Rubira, ha hablado de la importancia de toda la cadena profesional en la hostelería, desde quienes cuidan de la excelencia del producto, hasta los cocineros y el personal de sala.

Estos premios del sector hostelero están organizados, además de por Juntos con la Hostelería, por la Asociación hostelera de Murcia, HOYTU, y Saborea España. Y que ha contado también con el patrocinio del gobierno de la región de Murcia, formando parte de su Plan de Turismo Gastronómico, 1001 sabores.



LAS CAMPAÑAS PREMIADAS



Foto de familia: premiados, miembros de Juntos con la Hostelería y autoridades.



Recoge el premio:
Carlos García, director de comunicación y relación con el asociado de FIAB (en nombre de Bimbo).
Entrega: José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España.



Campaña audiovisual: “Querer es poder” de Bimbo.

Campaña desarrollada por la agencia publicitaria Oriol Villar. La campaña reconoce la capacidad para conectar con las emociones de esta campaña que la marca de alimentación lanzó en primavera de este año y busca explicar las dificultades cotidianas de la conciliación familiar, y cómo la mesa es el punto de unión y donde se produce la armonía.



Recogen el premio:
Javier Dasí, Brand Activation Lead de KFC, y Jorge Aylagas, Fame & Media Manager de KFC.

Entrega: Jesús Jiménez, presidente de Hoytú



Campaña impresa: “Disfrutar así está guapísimo” de KFC España.

Campaña desarrollada por agencia madrileña PS21. Una representación del placer de comer, con primeros planos donde se aprecia la naturalidad gestual de siete personajes mientras comen pollo frito para celebrar que el disfrute con la comida es imperfecto.



Recoge el premio:
Alfredo Peña, gestor de Public Affairs, Comunicación y Sostenibilidad en Murcia de Coca Cola España.

Entrega: Jordi Cuatrecases, director de desarrollo de AECOC



Campaña publicidad exterior: “Lleva la magia a la mesa” de Coca Cola España.

La campaña creada por la agencia publicitaria Anomaly. Se trata de una campaña que visibiliza salir a comer como algo especial, un momento para compartir y una oportunidad para crear recuerdos con los que más quieres, a través de una experiencia sensorial que nos brindan las luces, los aromas y los sonidos.



Recoge el premio:
Esther Gutiérrez, directora de marketing y comunicación de Bodegas.
Entrega: Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB



Campaña online y social media: “La vida no se vive, se disfruta” de Bodegas Barbadillo.

Campaña desarrollada por la agencia de publicidad Leo Burnett Madrid. En esta campaña la bodega sanluqueña invita, a través de la historia metafórica de una astronauta llamada Martina, a replantearse las prioridades y centrarse en las cosas verdaderamente importantes, en disfrutar de la vida. pertenece Ruavieja, fue el encargado de recoger el premio.



Recoge el premio:
Nacho Cormenzana, director de Marketing Unidad España de Mahou San Miguel.
Entregan los representantes de Juntos con la Hostelería



Campaña integral: “No hay nada más grande que ser parte de algo” de Mahou San Miguel .

Capaña desarrollada por la agencia de publicidad &Rosàs. Esta campaña refleja la relevancia de las experiencias compartidas, y la importancia de marcas como Mahou San Miguel como impulsoras de todos aquellos encuentros de calidad que generan un sentimiento de pertenencia.



Carmelo Bosque, presidente de la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Huesca

LA IMPORTANCIA DE LA EXPERIENCIA Y LA EMOCIÓN EN LA GASTRONOMÍA

La jornada, profundizó en los diferentes parámetros que pueden modificar la experiencia de los comensales a la hora de sentarse en la mesa y en la relevancia que tiene a la hora de generar recuerdos y sentimientos asociados a olores o sabores. De la mano de Carmelo Bosque, presidente de la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Huesca y de la Fundación Fernando Abadía, se conoció el proyecto Centro de Innovación Gastronómica de Aragón, que busca promocionar la gastronomía como un elemento estratégico y sostenible y crear un espacio de referencia para investigadores, hortelanos, transformadores y consumidores, vinculando la gastronomía a la salud y la cultura alimentaria, con elementos como la Mesa Sensorial.

Se trata de un proyecto que permite experimentar sobre el uso de tecnologías de IA en el análisis de emociones de los comensales a la hora de innovar en los alimentos,

elaboraciones o en la percepción antes y después de probar los platos. “A través de la biometría captamos los movimientos en la cara de lo que gusta y no gusta. Al comer el gesto de la cara cambia, sale el algoritmo de las emociones. con ello obtenemos el resultado de lo que estamos comiendo, sabemos si es bueno”, explicó.

Este proyecto lo desarrollan junto a ITAINNOVA (Instituto Tecnológico de Aragón) y, como explicó Bosque, tiene distintas fases en las que se analizan las emociones, mediante grabaciones, análisis de los efectos durante la comida y se extraen conclusiones de la relación entre la emoción y el plato de comida, con características extrapolables a diferentes grupos de personas y sobre las seis emociones principales que capta el ser humano. Los resultados de esta herramienta también pueden utilizarse para otros desarrollos en el sector de alimentación y bebidas.■

OVIEDO, CAPITAL ESPAÑOLA DE LA GASTRONOMÍA 2024





©IMAG3S

La capital del Principado de Asturias es la nueva Capital Española de la Gastronomía 2024, un reconocimiento que desde hace once años concede la Federación de Periodistas y Escritores Turísticos en colaboración con Hostelería de España. Oviedo se impone a las cuatro candidatas que han llegado a la fase final, poniendo el foco en la riqueza y tradición culinaria de esta región. Bajo su lema “La cocina que conquista” ofrece los tesoros de su atractiva cocina: la fabada, la sidra, las carnes, los pescados y el marisco del Cantábrico, los quesos y los postres son símbolos de su excelencia gastronómica.

El Jurado presidido por Mariano Palaćin, presidente de FEPET y José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España, ha reconocido el excelente Dossier de Candidatura 132 páginas presentado bajo el lema “Cocina que conquista”, en el que se recogen las 6 Denominaciones de Origen Protegidas (Queso Cabrales, Queso Gamoneu, Queso Afuega'l Pitu, Sidra de Asturias, Vino de Cangas y Queso Casín) y 4 Indicaciones Geográficas Protegidas (Queso Los Beyos, Faba Asturiana, Chosco de Tineo y Ternera Asturiana) y multitud de productos amparados por la normativa europea de Producción Ecológica. Completan este patrimonio de sabores los productos que gozan la marca garantía del Principado de Asturias

“Alimentos del Paraíso Natural”, como son la sidra, la fabada, el cachopo, el pastel de cabracho, el pixín a la sidra o el arroz con leche.

Oviedo toma el relevo de Cuenca, que hace un balance muy positivo de la Capitalidad, como reconoce el alcalde de Cuenca, Darío Dolz, que afirma que “la ciudad se ha consolidado como destino gastronómico de primer orden, un sueño hecho realidad al que hemos contribuido entre todos construyendo puentes de unión a través del gusto y celebrando el crisol de sabores que salen de las cocinas de nuestros restaurantes”.

La Rioja fue la pionera en 2012 de un reconocimiento que también han ostentado otras ciudades como Toledo, León, Murcia o Cáceres, que se integran en una nueva plataforma para la promoción del turismo gastronómico: la Red de Destino Gastronómicos. Esta plataforma nace con unos objetivos definidos: incrementar la comunicación y trazar vínculos de complicidad con los medios de comunicación; seguir poniendo en valor las excelencias gastronómicas de los destinos; divulgar el patrimonio gastronómico: la cocina tradicional, la de vanguardia y la creativa; la excelencia de sus vinos y sus productos alimentarios de calidad; el dinamismo de sus eventos gastronómicos populares.

OVIEDO, MUCHAS CIUDADES EN UNA

La ciudad regia del norte del país, la Vetusta de Clarín, la que guarda y protege el arte prerrománico, la que acoge cada año el talento de los Premios Princesa de Asturias y el origen del Camino Primitivo a Santiago. Todas estas ciudades, es Oviedo.

Pero es que la capital asturiana es mucho más, y desde el pasado noviembre también es Capital española de la Gastronomía 2024. Un merecido reconocimiento que otorga la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo, en colaboración con la asociación Hostelería de España, desde 2012, y que es la primera vez que lo ostenta una ciudad del norte del país.

Oviedo es un destino amable, en el sentido más mágico de la palabra: una ciudad para ser amada y enamorarse de ella. Disfrutar de Oviedo es saber disfrutar de sus tiempos, sus rincones y sus distintos ambientes.

Fundada en el siglo VIII, Oviedo es una ciudad regia porque conserva vestigios que hoy son Patrimonio de la Humanidad por su importancia en la historia y la cultura europea, como es el Prerrománico Asturiano, representado en Oviedo por San Julián de los Prados, la Fuente de Foncalada, y las dos joyas que se encuentran en el monte desde el que se ve toda la ciudad, el Monte Naranco: Santa María del Naranco y San Miguel de Lillo.

El casco histórico, conocido como El Antiguo, hace viajar al turista entre la estrechas y sinuosas calles y, para coronar el viaje, se encuentra con la Catedral de San Salvador y su impresionante torre gótica con su campana Wamba, la más antigua del mundo. Esta catedral es referencia universal y primigenia del Camino de Santiago. Parada obligada de peregrinos, no queda ni uno sin visitar la Cámara Santa, Patrimonio de la Humanidad, que hoy alberga las reliquias y joyas de la antigua monarquía asturiana, pionera de la cristiandad occidental europea.

Caminando por sus calles, con ese aire ecléctico, nos encontramos con dos museos únicos: el Museo Arqueológico



©mehdi33300

gico y el Museo de Bellas Artes de Asturias, que alberga una impresionante colección de arte desde el siglo XIV hasta la actualidad con obras de Goya, Zurbarán, Murillo, Sorolla, Picasso, Dalí y Barceló, entre muchos otros. También el Teatro Campoamor, que ha sido y es eterno epicentro cultural de la ciudad, con un festival de ópera de primer nivel internacional y el lugar de celebración de los Premios Princesa de Asturias.

Si unimos historia con gastronomía, tenemos que hablar del Mercado del Fontán, un punto neurálgico de la ciudad, que nació como lugar de recreo de los nobles ovetenses,

y donde los campesinos iban a vender sus productos. Sin duda, uno de los mercados más antiguos de la región, que también fue corral de comedias.

En el mercado cubierto del Fontán se puede encontrar el mejor muestrario de los productos del campo y el mar Cantábrico, desde las más de cien variedades de queso hasta el pescado más fresco de temporada, pasando por su carne genuina y las verduras de la huerta asturiana. Y es que, para desarrollar una gastronomía de primera calidad, es imprescindible una excelente materia prima, de la tierra a la mesa.

La cocina que conquista

La cocina ovetense conquista los paladares de todos los gustos, y lo hace desde la mezcla perfecta entre tradición y modernidad. Por esta razón es la nueva Capital Española de la Gastronomía.

Esta oportunidad hará que más viajeros lleguen a Oviedo, ahora de manera más rápida gracias a la llegada del AVE, y se multiplicará la oferta turística que ya contaba con jornadas gastronómicas que se celebran en distintas zonas hosteleras de la capital.

Oviedo es el punto de encuentro de la riqueza gastronómica asturiana, y lo es por la variedad de los platos que ofertan sus bares y restaurantes, desde el tapeo de mar, en el que no pueden faltar los bocartes o los calamares frescos de potera, hasta los tortos de maíz con picadillo o cabrales, la imprescindible fabada, el pote asturiano y el cachopo en sus múltiples variedades.

Asturias es el paraíso del queso, y Oviedo el mejor de sus expositores. En la capital se celebrará el Cheese Festival Champion 2024 y también se desarrollará la iniciativa "Doce quesos capitales", ideada para homenajear cada mes a un queso asturiano.

El menú genuino ovetense es el "Menú del Desarme", que se celebra el 19 de octubre, fecha en la que se conmemora un acontecimiento de las guerras carlistas, en 1836, cuando uno de los bandos disfrutaba de una copiosa comida y el enemigo aprovechó la distracción para robarle las armas. El menú, consistente





©Sergio Martínez



©jimenezar



©Ricardo Algár

en garbanzos con bacalao y espinacas, callos y arroz con leche, se sirve en los restaurantes de la ciudad, superando las 10.000 raciones en un día, y se recrean las batallas, con actores y figurantes uniformados, cañones y caballos.

Además, aprovechando el año de celebración de la capitalidad gastronómica, Oviedo acogerá la Fiesta Gastronómica de los Nabos, del concejo vecino Morcín, y se pondrá en marcha el proyecto "Cocina a cuatro manos", consistente en visitas mensuales de grandes cocineros de otras partes de España que, junto con cocineros de la ciudad, elaborarán menús.

Oviedo celebra la gastronomía por todos sus rincones. Uno de los imprescindibles es la calle Gascona, conocido como el Bulevar de la Sidra, donde sus tradicionales sidrerías se llenan de vida a golpe de escanciado con música de los Cantares de chigre y la celebración de la Preba de la Sidra, fiesta de interés turístico regional.

Pero también los vinos tienen su espacio, en la ruta de los vinos, una zona más moderna llena de nuevas propuestas culinarias y de ocio, que se llenan de gente en momentos tan especiales como las fiestas de San Mateo.

Y, por último, el toque dulce que toda buena capital gastronómica debe tener. Las confiterías ovetenses son la debilidad de los turistas. Es imposible irte de Oviedo sin llevarte una caja de las conocidas moscovitas o probar los carbayones, pasteles de almendra típicos de la ciudad que dan nombre al gentilicio capitalino.

Para culminar una visita a Oviedo tras una buena dosis de excelencia gastronómica, nada mejor que un paseo por el Parque San Francisco, el pulmón de la ciudad, lleno de árboles y zonas verdes donde las ardillas tienen su refugio o donde los cisnes y pavos reales campan a sus anchas, como un oasis en medio de un abanico de posibilidades. ■



Tu mixer rico en matices

CON NUEVOS AROMAS 100% NATURALES


**ROYAL
BLISS**

ROYAL BLISS y su logotipo son marcas registradas de The Coca-Cola Company.



LA IMPORTANCIA SOCIAL DE LOS BARES Y LA EXCELENCIA DEL SECTOR, PROTAGONISTAS EN LOS PREMIOS NACIONALES DE HOSTELERÍA

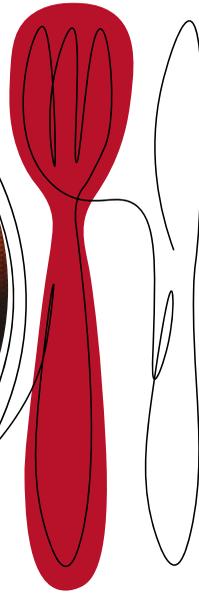
HOSTELERÍA DE ESPAÑA celebró la gala de entrega de la XVII edición de los Premios Nacionales de Hostelería, en el CaixaForum de Madrid.

Esta edición 2023 incorporó, por primera vez, un premio a la sala como reconocimiento a todos los profesionales que se encargan de que la experiencia del cliente sea un éxito gracias a su profesionalidad y la excelencia en el desarrollo de su trabajo. El Restaurante Zalacaín de Madrid inauguró este galardón especial.

Los premios homenajearon, un año más, el trabajo, compromiso y profesionalidad de dieciocho establecimientos, empresas, instituciones y personas que destacan en aspectos claves como la innovación, la sostenibilidad, el apoyo a la cultura, el compromiso con las personas con discapacidad o la responsabilidad social, entre otros.

El presidente de Hostelería de España, José Luis Yzuel, quiso dejar claro en el cierre de la gala que “la hostelería está viviendo un buen año con datos récord de empleo, 100.000 empleos más, pero sabemos que hay nubarrones en el camino, tenemos un ticket medio más bajo y hay un descenso de la rentabilidad” a pesar de esto Yzuel aseguró que “nos mantenemos optimistas porque sabemos que mientras haya clientes hay soluciones”.

Todos los premiados son referentes para el sector tanto por su buen hacer profesional como por representar la importancia del personal de sala o los clientes.



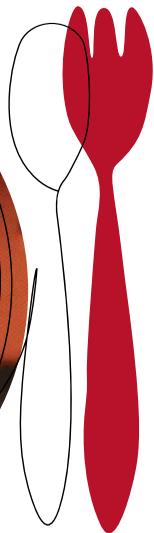
José Luis Yzuel, presidente de HOSTELERÍA DE ESPAÑA:

Tenemos muchos deberes por hacer, continuar trabajando por el reconocimiento de nuestra profesión, en la representación del sector, con solvencia y firmeza, y hacerlo codo con codo con las asociaciones, las administraciones, y la cadena de valor, a través de un montón de proyectos en materia, por ejemplo, de sostenibilidad, formación y digitalización.



Javier Pérez de Andrés, periodista

El bar del pueblo es clave, no se puede perder la conexión y ese espacio de comunicación que crea el bar. Tenemos que mantener esa infraestructura en los pueblos.



M^a José San Román, cocinera y propietaria del restaurante Monastrell y presidenta de Mujeres en Gastronomía:

la mujer ha tenido pegado a su rol el de cocinar, ahora no es igual pero más de la mitad de la mano de obra en hostelería es femenina. Nosotras, en la asociación, que somos más de 2000 en toda España, buscamos espacios de libertad donde las mujeres puedan hacer lo que quieran y no tengan más cargas que los hombres. Queremos estar ahí, aportando y sumando, también en la parte vistosa, para que otras mujeres tengan referentes y haya más diversidad.



Maca de Castro, cocinera y propietaria del restaurante que lleva su nombre:

En hostelería los retos no son fáciles y la formación es necesaria. Yo sigo viajando, sigo aprendiendo de las personas mayores que te enseñan una cultura que no es la nuestra, y eso hace que nos sigamos construyendo.

PREMIO A LA CONCORDIA
“JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ NORIEGA”

JAVIER PÉREZ ANDRÉS
 Castilla y León

Periodista especializado en vinos, agroalimentación, turismo y desarrollo rural, con más de 30 años de ejercicio profesional. Fue pionero en estas materias en los medios de comunicación regionales. Buen conocedor del patrimonio natural, monumental e histórico de Castilla y León, este periodista domina el espacio geográfico de la región y el patrimonio cultural, natural y agroalimentario. Es un gran defensor del medio rural y del sustrato etnográfico que le sostiene, así como de la vida de los pueblos y de la actividad rural. Lleva décadas alentando con su trabajo las producciones agroalimentarias, los vinos, las figuras de calidad y los colectivos relacionados con estas materias, a los que ha dedicado miles de artículos, análisis y entrevistas en los últimos treinta años. Además, ha sido galardonado con el Premio Nacional de Gastronomía.



Recoge el premio
 Javier Pérez Andrés, periodista

PREMIO EMPRESARIA HOSTELERA

MANUEL BALSEIRO
 Lugo

Manuel Balseiro Pardo, “Nito”, comienza en la hostelería ayudando a sus tíos en la taberna familiar que tenían en Orol. Posteriormente pone en marcha, junto a su mujer, un bar de ultramarinos, típico de la época en la vida de los pueblos. Dos años más tarde, en 1970, abre su primer restaurante, especializándose en mariscos y pescados, elaborados de manera tradicional basándose en la gastronomía gallega. Tras esto, llega el hotel Ego, buscando el mejor servicio de calidad al cliente. Nito se ha convertido, gracias al esfuerzo, al trabajo y a la elección de los mejores productos, en un referente en la gastronomía gallega y nacional, obteniendo así los dos soles otorgados por la Guía Repsol y convirtiéndose en el único establecimiento de la provincia en conseguir dicha distinción. Además, en Madrid Fusión el Restaurante Nito ostenta el puesto 6 entre las 100 mejores marisquerías de España. La innovación es identidad de marca en esta familia, que en 2017 inauguró el Hotel Urban Viveiro.



Recoge el premio
 Manuel Balseiro, propietario

PREMIO EMPRESA HOSTELERA
GRUPO PESCADERÍAS CORUÑESAS

Madrid

Tras más de cien años de historia, el Grupo Pescaderías Coruñesas se ha consolidado como un referente en el sector hostelero. Con 450 trabajadores, el grupo está compuesto por: Pescaderías Coruñesa, el pilar del grupo, un establecimiento que sirve los mejores productos de nuestras costas a las mesas más exigentes; El Pescador, el primer restaurante del grupo, centrado en la calidad del producto sin añadidos; O’Pazo, un clásico que se ha convertido en uno de los mejores restaurantes de pescado y marisco del mundo; Filandón, los mejores pescados, mariscos y carnes a la brasa en su parrilla del Monte de El Pardo; Lhardy Catering, servicio pionero de catering a domicilio; Lhardy, con el objetivo de preservar este mítico restaurante de Madrid en el que han conservado platos originales junto a las nuevas especialidades; Desde 1911, el último proyecto con un formato de restaurante de carta diaria incorporando el mejor producto de las lonjas, y que acaba de ser galardonado por la lista OAD como el 5º mejor restaurante de Europa.



Recoge el premio
 Abel Valverde Pareras, director de Restauración del Grupo

PREMIO ENTIDAD DESTACADA EN LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA Y LA GASTRONOMÍA ESPAÑOLA

EL XATO
 Alicante

El Restaurante El Xato es un negocio familiar avalado con 108 años de historia, cinco generaciones y cuatro grandes cocineras. Comenzó como una modesta bodega en 1915 y luego se convirtió en un bar de tapas. Con la llegada de la cuarta generación, se transformó en el restaurante más prestigioso de la Marina Baixa. A lo largo de los años, el Restaurante El Xato ha mantenido una reputación impecable y ha sido reconocido con una Estrella Michelin y un Sol Repsol. El Restaurante El Xato ha sido un colaborador activo en numerosas acciones de promoción de la cultura gastronómica de la zona, como el recetario MADEINCV que promueve el turismo gastronómico que muestra su compromiso con la promoción de la cocina local y su contribución al desarrollo de la Comunidad Valenciana como destino gastronómico. También han participado en la jornada profesional MIRADAS en la “Mesa Cocina de Territorio”, demostrando su disposición a compartir conocimientos y experiencias con otros profesionales del sector.



Recogen el premio
 Cristina Figueira, chef; José Cano, director general y Francisco Cano, Sumiller-Coper

PREMIO COCINERA EMPRESARIA

MACA DE CASTRO
 Baleares

Desciende de una familia vinculada al mundo gastronómico, y allí comenzó su experiencia profesional, primero como camarera y luego, tras sus estudios en la Escuela de hostelería, como ayudante de cocina y después como chef, concretamente, en el restaurante familiar Jardín. El proyecto familiar del Grupo DCastro continuó creciendo y reinventándose con el Bistró del Jardín y la transformación de la hamburguesería Danny’s en un gastrobar. En el proyecto que ha impulsado Maca de Castro, dentro del universo familiar, hay un departamento de investigación, desarrollo y tradición que tiene como objetivo catalogar la riqueza culinaria de Mallorca a través de su literatura, su mar, sus agricultores, sus mercados, su historia y sus raíces gastronómicas. Su profesionalidad y talento le han traído tres Soles Repsol y dos estrellas Michelin, la última una Estrella Verde en 2022. Además, ha recibido numerosos premios y reconocimientos nacionales e internacionales. Inspirada por la tradición y en escucha permanente de toda la cadena de proveedores (payeses, pescadores y viticultores), la cocina mallorquina libre da un nuevo enfoque a la despensa de un territorio único.



Recoge el premio
 Maca de Castro, cocinera y propietaria

PREMIO EMPRESA HOSTELERA DESTACADA EN INNOVACIÓN

GRUPO TÁNDEM
 Zaragoza

Este grupo hostelero aragonés fundado en 2013 cuenta con cinco locales en Zaragoza: La Bocca, Marengo, Nativo, Nómada y La Milonga. El grupo ha hecho una importante apuesta por la innovación tecnológica en todos los procesos relacionados con el negocio, desde el departamento de contabilidad hasta la cocina, pasando por herramientas digitales de gestión de cobro, reservas, y un software de gestión de recursos humanos. Otro servicio innovador es la propina digital como un incentivo en base a opiniones de clientes. También han puesto en marcha el servicio para el cliente de experiencias gastro y un proyecto de innovación musical con la gestión de las músicas de los locales con un music curator profesional. Gracias a las sinergias generadas con organizaciones sociales y productores locales, generan valor y fomentan el comercio aragonés, desarrollando acciones pioneras en el ámbito del ocio y la cultura gracias a la creación de eventos singulares y la apuesta por la comunicación digital y las redes sociales.



Recoge el premio
 Kike Julvez, copropietario

PREMIO EMPRESA HOSTELERA COMPROMETIDA CON LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

LOS TORTILLEZ
Barcelona



Recogen el premio

Vicky Martínez, directora; Álvaro Sevilla, camarero de barra y David Cabrera, camarero de sala

Los Tortillez, antigua Tapazia, ha contado desde sus inicios, en 2018, con personas con síndrome de down entre su personal, que trabajan como personal de sala, visibilizando y potenciando sus capacidades y profesionalidad en la gestión de la sala y la atención al público. Este restaurante es un proyecto integrador colaboran con la Fundación Catalana Síndrome de Down, apostando por la inserción social, así como con el Ayuntamiento de Barcelona, la Fundación PIMEC y la Federación Down Catalunya, que les han premiado por su inclusión laboral. Amanda, Adriá, Liad y Vicky son un ejemplo de compromiso e integración, y también son responsables de las mejores tortillas del centro de Barcelona.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA COMPROMETIDA CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

CASA TRABANCO
Asturias



Recogen el premio

Samuel Trabanco, socio fundador y Yolanda Trabanco, directora

Esta empresa familiar asturiana ha ido creciendo a lo largo de cuatro generaciones de la misma familia. Sus establecimientos son un referente gastronómico y un punto de encuentro en torno al mundo de la sidra, la defensa su tradición y la importancia que tiene en la hostelería asturiana. A lo largo de estos años han desarrollado iniciativas que combinan solidaridad y gastronomía. Entre ellos la cena solidaria a favor de Zaporeak que lleva más de 10 años ofreciendo comida digna a las personas refugiadas que llegan a Europa y con la que colaboran en proyectos de voluntariado en campos de refugiados en Grecia, desastres naturales o casa de acogida en Etiopía. Otro proyecto es el de Madres de la Sidra, que celebra una gala benéfica, en la que se premia la labor y trayectoria de aquellas mujeres asturianas que trabajan vinculadas a la sidra, su cultura y sus tradiciones cosecheras. Colaboran en la iniciativa de la Asociación Asturiana de Empresa Familiar, AEFAS. También se han implicado en la guerra en Ucrania, enviando medicinas, alimentos, ropa de abrigo y demás bienes de primera necesidad.

PREMIO A LA PROMOCIÓN ASOCIATIVA EN EL SECTOR

ANTONIO GARCÍA GONZÁLEZ

Granada



En la imagen: Antonio García

Antonio García, es el secretario general de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada. Con una amplia trayectoria profesional, fue secretario general de la Federación Andaluza de Hostelería, desde noviembre de 1997 a 2007. Como representante de los hosteleros ha desarrollado importantes proyectos para promocionar y defender al sector, como la incorporación de la Federación a la iniciativa impulsada por Ecodes y Coca-Cola, Hostelería#PorElClima. También se dedica a la función formativa y divulgativa, como docente en cursos sobre turismo rural, marketing turístico, y ha dado multitud de conferencias para promocionar el asociacionismo en el sector y compartir experiencias de éxito. Además, es miembro del Comité Técnico del ICTE para el desarrollo e implantación de la "Q" de Calidad a través de la Secretaría de Turismo y Comercio del Ministerio de Economía, y del Consejo Andaluz de Turismo.

PREMIO POR SU CONTRIBUCIÓN A LA MEJORA DEL SECTOR

M^{ra} JOSÉ SAN ROMÁN
Alicante



Recoge el premio

María José San Román, cocinera y presidenta

María José Román es presidenta de Mujeres en Gastronomía, organización que busca poner en valor el talento femenino y defiende la igualdad en el sector. Además, tiene un firme compromiso con la cultura gastronómica de los sabores originales, utilizando las nuevas tecnologías, dándole valor a los productos autóctonos y de temporada, reinterpretando las raíces y la tradición mediterránea, y siempre en búsqueda de los contrastes sensoriales. En su compromiso con la gastronomía mediterránea, en 2019 fue nombrada Embajadora de esta dieta. Ha sido galardonada con una estrella Michelin, dos soles Repsol y sol sostenible. Está en constante formación para combinar la innovación con la tradición mediterránea en sus recetas y continúa sus investigaciones en torno al azafrán, el aceite de oliva virgen extra, el arroz y el pan.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA COMPROMETIDA CON LA SOSTENIBILIDAD

RESTAURANTE LA GARGANTA
Granada

El Restaurante La Garganta es un ejemplo de hostelería joven que se pone en marcha partiendo, desde su concepción, de modelos sostenibles. Se trata de un complejo turístico es un espacio que convive perfectamente con el impresionante paisaje en el que está inmerso, el «Parque Natural del Desfiladero de los Gaitanes». En una antigua construcción de una fábrica de harina de principios del siglo XX, ofrece una experiencia integrada para disfrutar de forma conjunta del patrimonio histórico y del entorno natural. Es un ejemplo de caso de éxito en su compromiso con la sostenibilidad y el ahorro energético. Han puesto en marcha en su restaurante cuarenta acciones tendentes a racionalizar el consumo de agua, la gestión de residuos, la energía, la movilidad, la huella de carbono o el consumo responsable, entre otras. Además, la gastronomía fusión que desarrolla el establecimiento se produce a partir de productos locales de cercanía y no generan residuos de aceite usado.



Recoge el premio

Fernando García, director

PREMIO A LA LABOR DE DIFUSIÓN DE COMUNICACIÓN

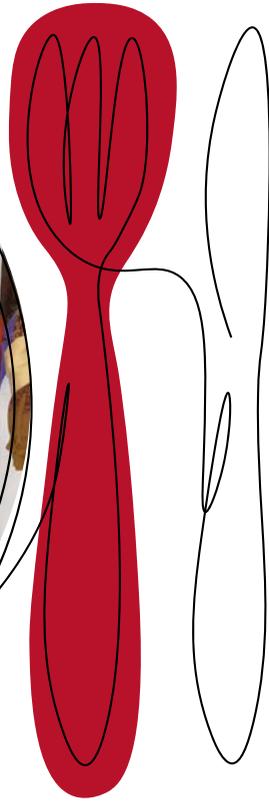
JAVIER ROMERA

Periodista especializado en economía, industria alimentaria y consumo. Actualmente es el jefe de redacción de elEconomista.es. y director de la revista Alimentación. Durante su carrera profesional en distintos medios de comunicación, ha dado visibilidad a las demandas y retos del sector de la hostelería, analizando sus problemáticas y potencialidades desde una perspectiva económica y en defensa del sector como una industria indispensable en el país.



Recoge el premio

Javier Romera, jefe de redacción de El Economista



**PREMIO A LA LABOR FORMATIVA
LE CORDON BLEU MADRID**

Madrid



*Recoge el premio
Rosario Barrios, directora*

Desde hace más de un siglo, Le Cordon Bleu Madrid se dedica a proveer el más alto nivel de la enseñanza culinaria y de hostelería. En su evolución, ha pasado de ser una Escuela parisina de cocina, a ser una red internacional de Escuelas de Arte culinario y de Institutos de Hostelería.

Actualmente, sigue evolucionando mediante la combinación de la innovación y la creatividad con la tradición a través una formación que incluye un grado de prestigio internacional. En menos de un año, es posible obtener Le Grand Diplôme Le Cordon Bleu, título reconocido a nivel mundial por los profesionales de la cocina. Es un pasaporte internacional para una carrera completa y llena de éxitos.

Por otro lado, Le Cordon Bleu Madrid también ha expandido sus actividades hasta incluir diversos medios formativos, asesoría y participación en eventos internacionales, acuerdos con distintos Gobiernos, Universidades y asociaciones culinarias, etc.

**PREMIO A LA INTERNACIONALIZACIÓN
GRUPO PARAGUAS**

Madrid



*Recogen el premio
Juan Ignacio Paniceres, director de operaciones Area Centro y
Noelia Souto, directora de operaciones*

El Grupo Paraguas es un conjunto de restaurantes de reconocido éxito nacional e internacional con presencia en Madrid desde 2004. Cada uno de ellos diferente en concepto, estilo y personalidad, pero todos con el mismo denominador común: provocar en sus clientes una experiencia inolvidable.

En estos últimos años la compañía ha abierto tres restaurantes en Londres y Emiratos Árabes consolidando así su trayectoria internacional. También en Mónaco han puesto en marcha, este 2023, un restaurante Amazónico como el que tienen en Madrid. Incluso han llevado el modelo de Amazónico a un complejo de lujo efímero para ofrecer una experiencia gastronómica en pleno desierto, entre dunas y palmeras, en un auténtico oasis.

Todos sus restaurantes se enmarcan en el concepto internacionalmente conocido como fine dining, cuyo significado se traduce en: cocina de excelente calidad, altos estándares de servicio y entornos únicos en ubicaciones excepcionales.

**PREMIO A LA EMPRESA PROVEEDORA
SCHÄR**



*Recoge el premio
Pablo Bazco, director gerente*

Marca especializada en productos sin gluten que lleva desde 1922 desarrollando productos innovadores, sabrosos y seguros, y siendo proveedora del sector hostelero de productos especializados.

Con ingredientes de alta calidad, y centrados en personas con necesidades nutricionales especiales, Schär cuenta con un equipo global de más de 50 empleados, entre los que destaca el equipo internacional de Nutrition Service, formado por nutricionistas, dietistas y especialistas, que busca hacer más fácil el comienzo de una vida sin gluten. Además, ofrece posibilidades de formación al sector hostelero, y desarrolla proyectos de investigación e innovación, así como actividades para proteger y promover los cultivos menores y la biodiversidad, suministrando alimentos saludables y seguros mientras se reduce el desperdicio y reduce la huella medioambiental.

**PREMIO A LA ENTIDAD O INSTITUCIÓN
ECOVIDRIO**



*Recoge el premio
José Manuel Núñez-Lagos, director general*

Ecovidrio es la entidad, sin ánimo de lucro, gestora de todo tipo de envases de vidrio en el territorio nacional. Llevan desde 1997 garantizando que los envases de vidrio se recogen y se reciclan correctamente. La hostelería es un agente clave y de prioridad para Ecovidrio. Este año cumplen 25 años colaborando mano a mano con los ciudadanos y profesionales de hostelería, así como con la administración pública, las compañías envasadoras, vidrieras y las empresas recicladoras. Llevan un cuarto de siglo trabajando para impulsar el reciclaje de vidrio, poniendo en marcha numerosos planes de apoyo y colaboración a los profesionales del sector.

Actualmente, tienen en marcha un ambicioso plan para mejorar los resultados del reciclado de vidrio en la hostelería, y la estrategia Ecovares, centrada en fomentar la hostelería circular en España. Algunos de los casos de éxito en hostelería podrían ser el Barómetro sobre la sostenibilidad hostelera de nuestras costas o el movimiento banderas verdes.

**RECONOIMIENTO A NUESTROS CLIENTES
LUIS SUÁREZ DE LEZO**

Suárez de Lezo recibirá un reconocimiento como cliente del sector hostelero. Este reconocido influyente en el ámbito de la gastronomía, es portavoz, a través de sus experiencias personales, de la importancia social del sector hostelero y su capacidad de generar espacios para disfrutar colectivamente. Defensor de la hostelería y la gastronomía del país, trabaja para desarrollar proyectos que mejoren el patrimonio cultural, la promoción de la gastronomía española a nivel internacional. Su pasión por la gastronomía nació cuando tenía 13 años y su padre celebró su cumpleaños en Zalacaín, desde entonces se convirtió en una afición para él. Ahora, tiene como objetivo que la sociedad entienda la importancia y el papel que juega la gastronomía para el desarrollo de la economía, el empleo, la innovación, el turismo y la sostenibilidad.



*Recoge el premio
Luis Suárez de Lezo*

**PREMIO ESPECIAL AL SERVICIO EN SALA
RESTAURANTE ZALACAÍN**

Madrid

Zalacaín es un templo gastronómico madrileño con una trayectoria de excelencia desde su fundación en 1973. Todos los profesionales que hacen posible la experiencia culinaria en Zalacaín generan un viaje de sensaciones a través de las recetas más icónicas de la casa junto a la más cuidada sumillería y un servicio basado en la excelencia de la mano de un equipo de trabajadores de sala que hacen de su pasión una forma de vida. Este premio especial, a modo de reconocimiento, de los profesionales que desarrollan el servicio de sala en Zalacaín, que son referente y ejemplo de la relevancia que esta parte indispensable de la hostelería genera en la experiencia gastronómica global.



*Recogen el premio
Luis Miguel Polo González, co-director de sala y
Raúl Revilla, jefe de sumilleres*

DAVID SÁNCHEZ, NUEVO PRESIDENTE DE LOS HOSTELEROS DE ÁVILA



EL EMPRESARIO ABULENSE DAVID SÁNCHEZ DE MIGUEL, propietario del Hotel Restaurante Cuatro Postes, ha sido elegido nuevo presidente de la Federación Abulense de Hostelería, que renovó su Junta Directiva en su asamblea electoral de noviembre de 2023. Completan el equipo Alberto Sáez Mories (Babel), Alberto González González (Restaurante Reyes Católicos), Alberto Rosado (Salones Montecarlo), José Sánchez Gómez (Restaurante Alcaravea), Óscar Herrero (Bar Sol) e Ana Beria.

El objetivo de Sánchez es “trabajar para que los autónomos y las empresas del sector avancen en las mejores condiciones posibles”, con el foco puesto en la resolución de las dificultades en el ámbito laboral, que puedan estar teniendo las empresas, considerando

como “una oportunidad para encontrar un empleo digno y en condiciones, trabajar con las administraciones públicas tanto a nivel normativo como promocional y potenciar la formación. Entre sus acciones más inmediatas se encuentran la puesta en marcha de actividades y eventos gastronómicos provinciales y locales, continuar trabajando la relación con las sectoriales autonómicas y nacionales, renovar el portal web, centrarse en la negociación de patrocinios y beneficios sociales para los asociados.

ANA BERIARIN, REELEGIDA PRESIDENTA DE HOSTELERÍA DE NAVARRA

ANA BERIARIN APESTEGUÍA HA SIDO REELEGIDA, por unanimidad, presidenta de la Asociación de Hostelería de Navarra, durante la Asamblea General que tuvo lugar el 21 de noviembre de 2022, quien seguirá liderando el compromiso de la asociación con el desarrollo y fortalecimiento del sector turístico y hostelero de la región.

Nacida en Bilbao, en 1966, Ana Beriain posee una amplia experiencia en la gestión empresarial. Entre los cargos que ocupa actualmente figuran los de vicepresidenta de la Mesa del Turismo, presidenta de la Federación de Campings de España y presidenta de la Asociación de Campings de Navarra, además de ser miembro del Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y el Comité Ejecutivo de la Confederación Española de Hostelería (CEHE).

Además, es gerente del Camping El Molino y del Camping Urbasa, ambos situados en la Comunidad Foral de Navarra y pertenecientes a la Asociación de Campings de Navarra



A lo largo de los últimos años, Ana Beriain ha mantenido un papel destacado como líder representativa del sector de hostelería y turismo en Navarra, interactuando con la Administración, instituciones y asociaciones. Ha fortalecido conexiones con organismos oficiales y contribuido a consolidar la imagen del sector en Navarra como un destino turístico gastronómico, de calidad y sostenible.

IGNACIO CORTÉS, NUEVO PRESIDENTE DE CETEX

IGNACIO CORTÉS, ha sido elegido nuevo presidente de CETEX, la Confederación Empresarial de Hostelería y Turismo de Extremadura, en la Asamblea General de la Confederación, sustituyendo en el cargo a Manuel Moreno, que permanece como vicepresidente y mantiene su puesto en el Comité Ejecutivo de Hostelería de España.

Cortés, licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Sevilla, es propietario del balneario El Raposo, que cuenta con un hotel de 4 estrellas, y en su mandato pone el foco en la defensa de los intereses de profesionales y empresarios del sector, como lleva haciendo en su trayectoria en CETEX.

El nuevo presidente es miembro de la Asociación Extremeña de la Empresa Familiar, Plenario de la Cámara de Comercio de Badajoz y ha participado en diferentes jornadas y seminarios sobre gestión de negocios, alta dirección, cambio de negocio e innovación.



CAIXABANK Y FERRÁN ADRIÀ FORMAN EN GESTIÓN EN LA RESTAURACIÓN

CAIXABANK Y FERRAN ADRIÀ colaboran en el “Curso Intensivo de Gestión en Restauración”, que se celebró en la Escuela de Administración Regional (EAR) de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. El curso impartido por el propio Ferran Adrià, y el equipo de elBullifoundation, busca profundizar en una gestión eficiente y rentable de los negocios de restauración.



Ferran Adrià, durante su intervención, insistió en cómo gestionar un negocio de restauración y cómo adaptarse a la evolución del sector, poniendo el foco en que es fundamental que los establecimientos trabajen con un plan de negocio y un presupuesto para velar por su solvencia, tal y como hacen las grandes empresas” y ha destacado la importancia de la digitalización. El chef y empresario ha celebrado que “desde una entidad como CaixaBank se brinde apoyo y asesoría al sector en la gestión de sus negocios.

La iniciativa forma parte del conjunto de experiencias únicas y memorables que la entidad, a través de ‘XPerience CaixaBank’, ofrece a los clientes, tanto de manera presencial como a través de los canales digitales, alrededor de ámbitos como la gastronomía, la cultura, la música y el deporte.

En el marco de esta colaboración, CaixaBank y elBullifoundation imparten sesiones sobre gestión empresarial de la mano del chef Ferran Adrià, del sumiller Ferran Centelles y de sus prestigiosos equipos. Además, a través del portal CaixaBankLAB Campus, se ofrece formación especializada en restauración a los clientes de la entidad financiera.

NESPRESSO PROFESSIONAL SE UNE A CLUB HOSTELERÍA DE ESPAÑA



José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España y Brigitte Felber, directora general de Nespresso España

LA MARCA INTERNACIONAL DE CAFÉ Y MÁQUINAS, Nespresso Professional, ha entrado a formar parte del Club de Hostelería de España, incorporándose así a un espacio que congrega a las empresas interesadas en apoyar la evolución y progreso del sector hostelero.

Se trata de la división profesional de Nespresso que ofrece soluciones de café integrales para todo tipo de negocios, apostando así por el sector de la hostelería. Cuenta con una gama de máquinas de café exclusivas para restaurantes, cafeterías, hoteles y oficinas y, junto a sus 18 variedades de café seleccionadas cuidadosamente de entre las mejores del mundo, proporcionan al cliente una experiencia personalizada, adaptándose a todos los gustos, ocasiones y momentos del día.

El Club de Hostelería de España busca favorecer la comunicación que permita la transmisión de ideas o productos innovadores, así como ventajas competitivas enfocadas a la hostelería. Como explican desde Nespresso Professional, en el negocio de restauración, el tiempo tiene un valor incalculable, por eso uno de los servicios que ofrecen es una asistencia técnica de confianza y personalizada.

Nespresso Professional contribuirá, con su experiencia y desarrollo profesional, a potenciar los objetivos del Club de Hostelería de España, como son impulsar y mejorar la comunicación y la cooperación entre el sector y las empresas proveedoras, transmitir la relevancia económica y social del sector o proponer acciones que mejoren la gestión integral de las empresas hosteleras, entre otros. Por otra parte, ambas organizaciones comparten el compromiso con la sostenibilidad. En el caso de Nespresso, cuida el café en todo el proceso, desde su origen hasta el reciclaje de las cápsulas. Además, trabaja con las comunidades de país de origen para hacer del cultivo de café una actividad sostenible.

Con la incorporación de Nespresso Professional al Club Hostelería de España, se suma una empresa que es proveedora de café de calidad en múltiples restaurantes españoles con Estrella Michelin, y que podrá aportar al Club, junto con cada vez más empresas, sus conocimientos para apoyar la evolución y progreso del sector hostelero, buscando innovación y ventajas competitiva.

SABOREA ESPAÑA REÚNE EN VALLADOLID A DESTACADOS LÍDERES DEL TURISMO ENOGASTRONÓMICO



VALLADOLID FUE TESTIGO de la inauguración de la Jornada de Turismo Enogastronómico, donde líderes destacados del sector se congregaron para compartir experiencias, iniciativas y perspectivas sobre el futuro del turismo enogastronómico en España, inaugurada por Blanca Jimenez, Presidenta de la Asociación de Destinos Gastronómicos de Saborea España (Concejala de Turismo, Eventos y Marca Ciudad de Valladolid), Susi Díaz por videoconferencia y Ana Muñoz Llabrés, Subdirectora General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de SETUR, quien detalló iniciativas en el marco del Plan Nacional Enogastronómico 2022 y las vías de financiación a través de fondos europeos.

JuanMa Guimerans, Gerente de la Sociedad Mixta de Turismo de Valladolid, representando a Saborea España, compartió los principales proyectos y planes de futuro de la organización, consolidando su compromiso con el desarrollo del turismo gastronómico. Una jornada en la que también se profundizó en los casos de éxito de promoción de turismo gastronómico en diferentes regiones, así como proyectos innovadores y nuevas propuestas.

Asimismo, los asistentes pudieron disfrutar de talleres prácticos sobre la creación de experiencias gastronómicas y la sostenibilidad en este ámbito.



Unidos mejorando la hostelería



PHILIP MORRIS SPAIN



**→ POR LOS QUE SE
ATREVEN**

*Esta por toda la gente
maravillosa que he conocido
en mi vida*



*MUCHAS MÁS
SAN MIGUEL
JUNTO A LA
TUPE QUE QUIERES*

CERVEZAS
SanMiguel
SINCE 1890